

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación

Convocatoria 2018-2020

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

La mediatización de la agenda política de las reformas laborales en Ecuador 2019

Tomás Eduardo Nieto Beltrán

Asesora: Isabel Ramos

Lectores: Marco Panchi Jima, Werner Vásquez Von Schoettler

Quito, agosto de 2023

Dedicatoria

A Cathy, Wako y Pauli por sostener mi mano, empujar mi espalda y retener mis caídas.

¡Las amo, hermanas!

Tabla de contenido

Resumen	7
Introducción	9
Capítulo 1. Mediatización	12
1.1. Medios de comunicación: la pugna en la arena política.....	12
1.1.1. La negociación constante: actores y fuentes recurrentes.....	13
1.1.2. Dimensiones en disputa: política, mercado y medios	14
1.1.3. Lógica mediática vs. lógica política: la pugna en la toma de decisiones	15
1.1.4. Grado de (in) dependencia entre lógicas	16
1.1.5. Conflicto, dependencia y cooperación	18
1.2. Mediatización: alcances y limitaciones del proceso	20
1.2.1. Abordaje a la perspectiva teórica de mediatización	21
1.3. Agendas en disputa, agendas en acción	23
1.3.1. Agenda setting y agenda de atributos, influencia política mediática	24
1.3.2. Encuadrando los temas, el proceso de decir sobre qué hablar	29
1.3.3. Mediatización de la esfera pública: la tematización como punto de partida.....	32
1.3.4. La agenda política y su relación con la agenda mediática: ¿interacción o desplazamiento?	33
Capítulo 2. Reformas laborales y medios de comunicación: Ecuador	35
2.1. Reformas laborales y autoritarismo de mercado	35
2.1.1. Las reformas laborales en el Ecuador, la memoria silenciada de su aplicación.....	36
2.1.2. La política laboral del FMI, autoritarismo de mercado y normas laborales	39
2.1.3. Desempleo y firma con el FMI	41
2.1.4. El preámbulo de la gran reforma: acuerdo con el FMI 2019	43
2.1.5. Las propuestas de reformas laborales.....	45
Capítulo 3. Estrategia metodológica	52
3.1. Estrategia metodológica	52
3.1.1. Objeto de análisis	53
3.1.2. Prensa gráfica ecuatoriana.....	53
3.1.3. El Comercio.....	54
3.1.4. El Universo.....	55

3.1.5. El Telégrafo	56
3.2. Unidades de análisis	58
3.2.1. Géneros periodísticos	59
3.2.2. Temporalidad.....	59
3.3. Corpus de análisis.....	60
3.4. Metodología cuantitativa: análisis de contenido	60
3.5. Metodología cualitativa: análisis de textos	63
3.6. Operatividad del análisis de los textos	64
3.7. Anotaciones previas a la matriz	65
3.8. Limitaciones del análisis	67
Capítulo 4. Resultados.....	68
4.1. Resultados	68
4.1.1. Sistema político vs. Sistema mediático: acción u omisión.....	69
4.2. Agenda política y agenda mediática: distancias y proximidades	76
4.3. Reforma laboral: relaciones, iniciativas y aprobación	82
Conclusiones	109
Referencias	115

Lista de ilustraciones

Gráficos

Gráfico 4.1. Actores principales de la noticia – Lenin Moreno, 2019	72
Gráfico 4.2. Actores principales de la noticia – Richard Martínez, 2019	73
Gráfico 4.3. Actores principales de la noticia – Richard Gómez. 2019	74
Gráfico 4.4. Juicios de valor dentro de la noticia por parte del periodista, 2019.....	76
Gráfico 4.5. Sector que tuvo más espacio en la noticia, 2019.....	77
Gráfico 4.6. Tendencia de la noticia, 2019.....	83
Gráfico 4.7. Mensaje principal de la noticia, 2019	84
Gráfico 4.8. Enfoque del texto en la noticia.....	88
Gráfico 4.9. Tendencia de la noticia.....	89
Gráfico 4.10. Menciones de Lenin Moreno	90
Gráfico 4.11. Posicionamiento de Lenin Moreno en medios	90
Gráfico 4.12. Actores principales de la noticia	92
Gráfico 4.13. Fuente principal consultada por el medio	94
Gráfico 4.14. Tendencia de la noticia.....	97

Tablas

Tabla 4.1. Unidades de análisis	68
Tabla 4.2. Actores principales de la noticia.....	71
Tabla 4.3. Fuente principal consultada por el medio, 2019.....	75
Tabla 4.4. Sección en la que se encuentra la noticia, 2019	78
Tabla 4.5. Mensaje principal de la noticia y Actores principales de la noticia, 2019	81
Tabla 4.6. Actores principales de la noticia en relación al titular de la noticia	85
Tabla 4.7. Actores principales en relación a la Tendencia de la noticia	87

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis/tesina

Yo, Tomás Eduardo Nieto Beltrán, autor de la tesis titulada “La mediatización de la agenda política de las reformas laborales en Ecuador 2019”, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría de Investigación en Comunicación y Opinión Pública concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

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

Quito, agosto de 2023.

TOMAS
EDUARDO
NIETO
BELTRAN

Digitally signed
by TOMAS
EDUARDO NIETO
BELTRAN
Date: 2023.07.14
10:18:50 -05'00'

Firma

Tomás Eduardo Nieto Beltrán

Resumen

La presente tesis se centra en el estudio de tres medios de prensa escrita en Ecuador: El Comercio, El Universo y El Telégrafo. El objetivo es comprender cómo los medios de comunicación, en su papel de actores políticos dinámicos, desplazan su influencia hacia dimensiones ajenas a su función original, buscando invadir y desplazar a otros actores en función de sus propios intereses. El enfoque de investigación se dirige hacia la mediatización de la agenda política de las reformas laborales en Ecuador en 2019, un tema relevante y poco explorado en el ámbito académico.

El texto resalta la importancia del sistema mediático en Latinoamérica y su influencia en la calidad de la democracia. Los medios de comunicación, al formar parte de las élites, tienen la capacidad de expresarse e interferir no solo en las decisiones políticas, sino también en la justificación de esas decisiones ante la opinión pública. La investigación se enfoca en la prensa gráfica ecuatoriana para identificar y determinar cómo se mediatizaron las relaciones entre el gobierno de Lenín Moreno y el Fondo Monetario Internacional (FMI), así como qué actores políticos y económicos participaron en este proceso.

El objetivo central de la investigación es caracterizar el papel de los medios de comunicación y su influencia en la agenda política a partir de la firma del acuerdo con el FMI, en el contexto de la aprobación de una reforma laboral en Ecuador en 2019. Se plantean tres objetivos secundarios: describir el proceso de negociación entre el sistema político y mediático, profundizar en la relación entre la agenda política y las agendas mediáticas, y describir las relaciones e iniciativas entre los actores de los sistemas económico, político y mediático en el gobierno de Lenín Moreno.

El texto menciona que los medios de comunicación utilizan diversos mecanismos para maximizar la consecución de sus intereses, como el posicionamiento de temas, el encuadramiento y la construcción de agendas. Estos mecanismos buscan co-definir la realidad e influir en la opinión pública para respaldar la necesidad de una reforma laboral en Ecuador. Se destaca que este ejercicio de invasión a otros espacios y actores identifica categorías de disputa económicas y políticas.

El tema laboral plantea un escenario complejo con diversas implicaciones y reacciones por parte de los actores involucrados, como empresarios, Estado, empleados, sindicatos y organizaciones internacionales. Los medios de comunicación suelen asegurar y promover la

desigualdad en estas disputas políticas, ya que son actores clave en la aceptación o rechazo de las propuestas de reforma laboral por parte de la audiencia.

La investigación plantea varias hipótesis y cuestionamientos sobre el apoyo de los medios a las reformas laborales, la participación de diferentes actores, el espacio de debate brindado a sindicalistas y empresarios, y si se enmarca la reforma como algo beneficioso para los trabajadores cuando en realidad solo favorece a los empleadores. El objetivo es resolver estas incógnitas y reconstruir el proceso de mediatización de la agenda política en relación con las reformas laborales en Ecuador.

En resumen, el texto aborda la influencia de los medios de comunicación como actores políticos en la agenda política de las reformas laborales en Ecuador en 2019. Se plantea investigar cómo los medios mediatizan esta agenda, qué actores participan y cómo se relacionan, y cuál es el impacto en la opinión pública. La investigación busca comprender el papel de los medios y su influencia en la implementación de las reformas laborales en el país.

Introducción

En el caso de la presente tesis, se plantea el estudio específico de tres medios de prensa escrita: El Comercio, El Universo y El Telégrafo, parte del postulado de entender a los medios de comunicación como actores políticos dinámicos, que desplazan su injerencia a dimensiones ajenas a la suya buscando invadir y, hasta desplazar a otros actores en función de sus intereses, distanciándose cada vez más, de la función social y comunicativa facultada desde su concepción. La mediatización de la agenda política de las reformas laborales en Ecuador 2019 es un tema trascendental para el campo investigativo, partiendo de la primicia que no existen trabajos académicos que profundicen en la influencia mediática sobre el tema laboral en el país. En ese sentido el propósito de esta investigación se enfoca en desarrollar un riguroso estudio que permita evaluar el comportamiento de los medios de prensa sobre la agenda política -como instrumento práctico- hacia la aprobación de reformas laborales en el Ecuador.

El sistema mediático en Latinoamérica ha tenido gran poder e influencia, sobre todo en la calidad de democracia puesto que, al ser parte de las élites, los medios de comunicación han tenido la posibilidad para expresar e interferir no sólo en las decisiones políticas sino también en justificar aquellas decisiones para la opinión pública. La democracia de un país está condicionada por esas relaciones históricas de beneficio mutuo. De esta manera se centra en el estudio de la prensa gráfica ecuatoriana con el fin de identificar y determinar cómo mediatizaron las relaciones que tuvo el gobierno de Lenín Moreno y el Fondo Monetario Internacional (FMI), así mismo qué actores o sectores políticos y económicos intervinieron en el proceso. Ante esto surge la pregunta de investigación ¿De qué manera se mediatiza en la prensa gráfica la agenda política respecto a la reforma laboral, a partir de la firma del acuerdo con el FMI en Ecuador, y en ese marco, qué relaciones se construyen entre los actores de los sistemas económico, político y mediático?

Asimismo se manifiesta el objetivo central de esta investigación que surge en el marco de la aprobación de una reforma laboral en Ecuador 2019 caracterizar el rol de los medios de comunicación y su influencia en la Agenda Política a partir de la firma del acuerdo con el FMI. Para luego describir tres objetivos secundarios o específicos que guían esta investigación: a) Caracterizar el proceso de negociación entre sistema político y mediático para evidenciar los actores, los protagonistas y las fuentes recurrentes que intervienen en los medios de prensa: El Telégrafo y El Comercio, entre marzo y diciembre de 2019. b) Profundizar en la agenda política y su relación con las agendas mediáticas para describir el

proceso, la dinámica y las estrategias puestas en acción hacia la aprobación de la reforma laboral. Y c) Describir las relaciones e iniciativas que se construyen entre los actores de los sistemas económico, político y mediático en el gobierno de Lenin Moreno durante el periodo previo a la aprobación de la reforma laboral.

Cabe mencionar, Los medios de comunicación -en el proceso de producción de la información- ponen en acción diferentes mecanismos a la interna, instrumentos de aplicación cognitiva, que de alguna forma maximicen la consecución de sus intereses. Mediante el posicionamiento de temas, el encuadramiento, o la construcción misma de agendas los medios buscan co-definir la realidad, lo que en nuestro caso de estudio sería, incidir en la opinión pública hacia la eminente necesidad de una reforma laboral en el Ecuador. Este ejercicio continuo de invasión a otros espacios, a otros actores identifica 2 categorías más en disputa: la económica y la política. Para que los medios de comunicación lleven a cabo el proceso de Mediatización que sostiene este trabajo se presume hacen uso de su propia agenda para posicionarla sobre otras, como la agenda política por ejemplo. Y es ahí cuando todo un sistema de agendas se activa, como un engranaje de ida y vuelta, que a veces cede y a veces gana. Así define esta Tesis la interacción de los medios y su conquista de avanzada fuera de su dimensión, ¿pero qué pasa “casa adentro”?.

Hablar de temas laborales abre un escenario amplio y diverso de las posibles afectaciones y reacciones en los distintos actores en disputa: empresarios, Estado, empleados, sindicatos y organizaciones internacionales se enfrentan con sus propias agendas. Estas disputas en la arena política generalmente se las evidencia en condiciones disparejas, siendo el medio justamente el actor que asegure y promueva dicha desigualdad. Por otro lado, las reformas propuestas involucraría cambios sustanciales en los derechos laborales y humanos en nuestro país; cambios sustanciales con efectos negativos a corto, mediano y a largo plazo afectando a derechos alcanzados hace más de 80 años en nuestro país. Pero para que estos cambios sustanciales logren imponerse sobre el ser humano se necesitan de cambios estructurales a nivel constitucional llevando esta disputa a la disciplina jurídica y legal. Para que la mayoría de los postulados de fondo de esta reforma se puedan ejecutar se debe modificar la Constitución del Ecuador, lo que vuelve más trascendental aún el papel de los medios de comunicación como actor dirimente en la aceptación o rechazo de la audiencia hacia estas acciones y propuestas.

En ese sentido varias hipótesis desencadenan cuestionamientos necesarios a “romper” o a falsear en esta Tesis, como: ¿los medios apoyan las reformas laborales previo acuerdo con el

Gobierno?, ¿qué actores confluyen y como se relacionan? ¿las reformas laborales son parte de la agenda de los medios?, ¿se da el mismo espacio de debate a los sindicalistas que a los empresarios?, ¿se encuadra la temática de la reforma como algo positivo para el trabajador, pero en realidad solo beneficia a los empleadores?. La presente investigación académica busca resolver estas incógnitas, así como reconstruir el proceso de mediatización de la agenda política en busca de la consecución y aplicación de las reformas laborales en el Ecuador.

Capítulo 1. Mediatización

1.1. Medios de comunicación: la pugna en la arena política

En el caso del sistema mediático y el político existe una fragilidad de su posición: el periodista. Esto se debe a que el trabajador de la comunicación es el personaje que se mueve entre ambos mundos permanentemente, sobre todo si colabora con un medio tradicional, cuyos ingresos dependen altamente de la publicidad y, por tanto, puede comprometer su ética según los intereses económicos y políticos de los dueños del medio. Decir esto no es novedoso, sin duda, pero sí abre la puerta a un análisis que busca interpretar cómo se entrelazan los sistemas mediáticos y políticos sin que a veces siquiera se note. Champagne (1998) lo explica así:

El personaje social del periodista oscila, en efecto, entre dos polos contrarios; por un lado, está el papel lleno de prestigio encarnado por el “gran reportero” que a veces paga con su vida la cobertura de conflictos o, más recientemente, está el papel del “periodista de investigación” que revela escándalos y sirve “a la democracia” o también el papel del gran comentarista político que ejerce su espíritu crítico frente a los responsables del país; por otra parte, en el polo opuesto, muy negativo, está el periodista corrompido que hace artículos de complacencia o aquel que aprovecha las desdichas del mundo (Champagne 1998, 237).

Esta posibilidad de imponer una visión desde la labor periodística ha ubicado a los medios y a sus protagonistas en un lado favorecido de la historia, pero “los efectos de la difusión pública son tales que la prensa ha llegado a ser una cuestión política importante que no deja de plantear problemas a la profesión misma” (Champagne 1998, 238). Una reflexión al respecto plantea Champagne en su texto *La visión mediática* (2000) cuando describe la estrecha relación entre ambos sistemas recordando que a los dirigentes políticos:

No les gusta ser sorprendidos e incluso superados por los acontecimientos, y procuran evitar que otros, en la urgencia y bajo presión, les impongan la definición y el tratamiento de los problemas sociales a la orden del día. En otros términos, la lucha se localiza principalmente en el terreno mediático y tiende a permanecer en él, en tanto el poder, con la ayuda de especialistas en comunicación, inventa estrategias orientadas a poner fin a la agitación mediática y, con ella, a la agitación a secas (Champagne 2000, 11).

Para entender los sistemas en sí vale recordar lo que apuntan Hallin y Mancini (2008) cuando insisten en que los sistemas de medios de comunicación no son homogéneos y “se caracterizan con frecuencia por una compleja coexistencia de unos medios de comunicación que operan según distintos principios” (Hallin y Mancini 2008, 11) y que no necesariamente responden a un molde ideológico como ocurría décadas atrás. Pero van más allá cuando en su análisis comparativo proponen las siguientes interrogantes que son la base de la distinción entre sistema político y mediático:

La comercialización ¿favorece o socava la independencia de los medios? La diversidad de voces de una sociedad plural, ¿está mejor representada en un sistema de medios de comunicación que funciona de acuerdo con un pluralismo externo o interno, es decir, por los medios de prensa que representan diferentes orientaciones políticas o por los que tratan de presentar las noticias de forma “equilibrada”? ¿Qué responde mejor a las voces emergentes en la sociedad, una prensa comercial autónoma o una prensa más estrechamente vinculada al sistema político? (2008, 13).

Las respuestas a estas inquietudes vienen atadas a las particularidades y circunstancias de cada sociedad en un periodo o momento histórico, pues un modelo de medios puede funcionar en un contexto y no en otro, sin que eso sea razón para ignorar su importancia, muy a pesar de que vaya en contra de nuestro imaginario de lo que está bien o está mal dentro de un sistema democrático. Es decir, el impacto de los sistemas políticos y mediáticos debe ser estudiado en la medida en que fortalecieron uno u otro modelo, y cualquier juicio que se emita “debe basarse en un conocimiento profundo de su contexto social, de aspectos como las divisiones existentes en la sociedad, el proceso político mediante el cual se resolvieron o no y las pautas que prevalecen de la creencia política” (Hallin y Mancini 2008, 14).

1.1.1. La negociación constante: actores y fuentes recurrentes

Los actores recurrentes en estos contextos son los políticos, por un lado, y los mediáticos, por otro, quienes además están en una persistente negociación. Esto tiene que ver con que los medios de comunicación están asumiendo muchas de las funciones informativas controladas anteriormente por los partidos políticos, lo que ha hecho que estos últimos busquen cómo limitar este proceso y más bien incorporarse en él tratando, incluso, de controlarlo, en muchos casos desesperadamente. Hallin y Mancini (2008) lo ponen en palabras bastante comprensibles:

En lugar de enterarse de unas elecciones en un mitin de campaña o a través de agentes electorales, el público echa mano de los medios de comunicación, que se han convertido en la principal fuente de información electoral. Además, al parecer, los partidos políticos han cambiado su conducta en respuesta a la expansión de los medios de comunicación (2008, 244).

Esto quiere decir que hoy los agentes políticos optan por reforzar su campaña en los medios de comunicación -tradicionales y digitales- en lugar de privilegiar el contacto con el ciudadano recorriendo barrios, escuelas o espacios deportivos. Aunque aquello no es tema de esta tesis, sí cabe mencionar que esta apuesta no siempre arroja los resultados esperados pues la penetración de los medios de comunicación varía según las condiciones de vida de los ciudadanos y mientras muchos políticos creen que las elecciones se ganan en Facebook o

Twitter, hay sectores de la población que aún entienden la política desde la lógica tradicional y esperan regalos y ofrecimientos en vivo y en directo, como ocurría desde siempre.

En sí, los medios tienen la posibilidad de facilitar la comunicación entre los partidos y los electores, pero tienen también la posibilidad de interferirla e imponer sus propios intereses (Chavero et al. 2013). Con esto en contexto, es importante recordar lo que Mazzoleni y Schulz (1999) decían:

Hoy más que nunca, la política no puede existir sin comunicación [...] cada vez más la política está siendo moldeada por patrones de comunicación [aunque esto no quiere decir que aún existe] política de la sustancia [que] se practica lejos de los medios de comunicación, detrás de escena, en las discretas salas del parlamento y del gobierno (Mazzoleni & Schulz 1999, 250).

1.1.2. Dimensiones en disputa: política, mercado y medios

Cuando la economía se independizó de la política y empezó a sobrevivir de manera autónoma, particularmente luego de la Segunda Guerra Mundial, los dueños de los medios de producción vieron la necesidad de establecer su pensamiento a través de los medios de comunicación. Esa relación, o mejor llamada disputa, no ha dejado de existir hasta hoy. La propiedad de los medios de comunicación es aún un tema escandaloso, frágil y pendiente en muchas sociedades que no terminan de separar los intereses económicos de la libertad de expresión. Lo interesante de cuando aquello ocurre es que “el desarrollo de fuertes mercados de medios de comunicación libera a las instituciones mediáticas de la dependencia de patrocinadores que conduce a la pauta de instrumentalización” (Hallin y Mancini 2008, 254).

Razón por la que, como dicen Hallin y Mancini (2008), es plausible argumentar que “los medios de comunicación están cada vez menos diferenciados con respecto al sistema económico, aunque paralelamente su diferenciación con respecto al sistema político es cada vez mayor” (2008, 265). Es decir, procurar la separación de la arena mediática de la económica, aunque pone a los medios en una situación de supervivencia por el riesgo de no tener los recursos suficientes para financiarse, también los conduce a excusarse de la lógica de mercado, lo que a su vez se traduce en medios más sanos, autónomos y libres que pueden libremente tomar una postura sin que medie un interés monetario, aunque no se puede decir lo mismo del interés político, inherente a la construcción de los discursos.

Intentos de aquello se registran por doquier donde cada vez existen más medios que van contra la lógica del mercado, rechazando pautaje estatal y empresarial y financiándose a través de ejercicios colaborativos o de organizaciones internacionales que defienden la

libertad de prensa. Esto se nota especialmente en la prensa escrita digital, pues la radio, la televisión y los periódicos no pueden –o no quieren- sobrevivir lejos de la lógica mercantil. Sin embargo, los espacios de poder en sí mismos se vuelven cada vez más difusos, no solo por la avenencia de nuevas lógicas sino porque el mundo globalizado ha borrado y reconfigurado esas líneas, dando paso a “una cultura mediática global” (Hallin y Mancini 2008, 268) en la que es difícil, por decirlo menos, averiguar y asegurar quién es el ‘dueño’ de una u otra idea, postura o relato. De allí que la lucha actual se enmarca en la disputa por los momentos de poder, que dejan de ser absolutos y se vuelven transitorios tanto para los medios como para los políticos, más aún cuando la vorágine tecnológica los apura y el poder económico sigue ejerciendo enormes presiones.

1.1.3. Lógica mediática vs. lógica política: la pugna en la toma de decisiones

¿Están los medios sometidos a la política o la política está dominada por los medios? Nunca la respuesta será la misma o será una sola, pues la mediatización debe ser entendida como un proceso que se lee en el instante en el que ocurre. Es decir, como lo plantean Mazzoleni y Schulz (1999).

La creciente intrusión de los medios en el proceso político no quiere decir necesariamente que los medios tomen el control de las instituciones políticas” (248), pero “implica pérdida de autonomía por parte de dichas instituciones respecto de lo que prescribe el paradigma liberal (1999, 250).

Así, aunque una u otra busquen implementar su agenda, la política mediatizada ya es una política que ha perdido su autonomía y se ha vuelto dependiente en sus funciones más centrales de los medios de comunicación (Mazzoleni y Schulz 1999) que son los que al final deciden qué van a ver, leer o escuchar los ciudadanos a través de su propio sesgo y lectura de la realidad. Se añade a esto que, en general, lo que ocurre en la política no es del interés del ciudadano común, a menos que sienta afectado su bienestar, sobre todo económico, o encuentre algo llamativo, muchas veces un escándalo del que los medios sacan muy buen provecho para ridiculizar y banalizar aún más la política.

Esto podría entenderse como una derrota total de los actores políticos, quienes no tendrían más camino que ceder ante los medios para transmitir su mensaje de acuerdo al encuadre (framing) que se les permita, pero el asunto es más complejo, pues los agentes políticos usan similares estrategias, pero a su favor. Mazzoleni y Schulz (1999) lo develan al apuntar que “nos enfrentamos a una relación simbiótica que se caracteriza por una mediatización de la política y, al mismo tiempo, al uso instrumental de los medios de comunicación por parte de

los políticos para metas políticas particulares” (1999, 252). Como ejemplo de aquello está el uso de métodos para diseñar la opinión pública, las encuestas de opinión, las estrategias de mercadeo, entre otros. Cada vez hay más registros del fenómeno de ‘encuestas a la medida’, que se usan para validar una opción u opinión política dentro de los medios, los que muchas veces se prestan para el juego político, según el mensaje que quieran plantar en el imaginario ciudadano. A pesar de ello, culturas más democráticas –especialmente en Europa- sí tienen la capacidad de controlar las presiones de los medios y mantener la centralidad que la política ha tenido tradicionalmente en la vida de una nación (Mazzoleni y Schulz 1999).

Si bien suena a antagonismo, hay que tener en cuenta que existe una interacción entre la agenda mediática y la agenda política “en la que las distintas propuestas y contrapropuestas pasan la prueba del debate público, lo que nos permite distinguir una tercera fase de elaboración de la agenda política” (Chavero et al. 2013) que es en sí concebida como la tematización, que abordaremos más adelante, pero lo que se debe tener en claro es que mientras las instituciones políticas, organizaciones y los actores se guían cada vez más por la lógica mediática, más influyentes serán los medios de comunicación y, por tanto, la mediatización ha progresado.

1.1.4. Grado de (in) dependencia entre lógicas

En última instancia, qué es lo que define que la lógica mediática desplace a la lógica política o viceversa. Existen diferentes dimensiones de la mediatización que demuestran cuándo hay mayor dependencia o independencia entre ellas, así lo exponen Strömbäck y Esser (2014):

Los medios pueden, por ejemplo, ser más o menos independientes de las instituciones políticas, y el contenido de los medios, así como las instituciones políticas, organizaciones y actores pueden ser más o menos guiados por la lógica de los medios en oposición a la lógica política (...) En definitiva, la mediatización de la política siempre está configurada por las prácticas de diferentes medios y diferentes instituciones políticas, organizaciones y actores, y no debe ser percibida como un factor exógeno que influye en todas las instituciones, organizaciones y actores de manera igual o uniforme (2014, 245).

Aunque claramente no es un proceso uniforme, sí existen ciertas características que definen qué medio está mejor preparado para batallar en la arena política con mayor independencia, y estos son los medios de comunicación concebidos como “organizaciones e instituciones socio-tecnológicas” (Strömbäck y Esser 2014, 245), que en sus formatos tradicionales o digitales “persiguen ciertos objetivos y actúan en interés de alcanzar estos objetivos, ya sea para obtener ganancias o proporcionar periodismo de alta calidad” (2014, 245).

Lo anterior establece una clara condición sobre la dependencia o independencia de las lógicas mediáticas y políticas. Respecto a los medios, si estos tienen una estructura sólida, que les da la calidad institucional, pueden solidificar su independencia, pero no se refiere únicamente a la capacidad tecnológica o al aparataje que se invierte en ello, pues los códigos con los que trabajan los medios también pueden otorgarles esta condición, lo que Cook (2005) denominó “Acuerdo transorganizacional sobre procesos y contenido de noticias” (Cook 2005, 64), lo que quiere decir que “diferentes medios de comunicación también pueden agruparse como un campo interorganizacional” (Strömbäck y Esser 2014, 245) a través de las normas y reglas que comparten:

Esta noción de los medios de comunicación como una sola institución es importante, ya que destaca la relativa autonomía y diferenciación de los medios de comunicación de las instituciones políticas y cómo la idea de aumentar la importancia y la influencia de los medios supone que los medios de comunicación no son subordinados a otras instituciones (Strömbäck y Esser 2014, 245).

Alcanzar ese grado de independencia es difícil, especialmente por la complejidad del oficio periodístico, que es la base de los medios de comunicación, en el que la urgencia de la primicia es lo que manda y hoy más que nunca. Sin embargo, vale anotar aquí que, como lo refieren Hallin y Mancini (2008), los medios de comunicación son, en un sentido muy importante, una institución política, pero también son (y cada vez con mayor frecuencia) empresas que están determinadas por factores económicos (2008), por lo que asegurar su independencia de esos otros dos sistemas es imposible.

Respecto a la política, los cambios en esta esfera no deben ser ‘causados’ directa y deliberadamente por los medios, razón por la que la autonomía de los procesos políticos debe estudiarse empíricamente, más ahora que la política se extiende en un campo tan difuso y convulso que traspasa los periodos electorales. De allí que es necesario entender lo que Hallin y Mancini (2008) analizan al mencionar que:

La influencia relativa del sistema de medios de comunicación en las instituciones políticas y viceversa puede variar históricamente, con algunos periodos de dominio de las fuerzas políticas sobre el sistema de medios de comunicación, mientras en otros, el sistema de comunicación es más independiente (o está más determinado por las fuerzas económicas), y tiene la posibilidad de ejercer una mayor influencia autónoma en el mundo político (2008, 44).

Parecería que por ahora las lógicas políticas tienen las de perder, particularmente porque las líneas tan definidas de división social que existían décadas atrás y que fortalecían la base de los partidos políticos se han debilitado casi hasta desaparecer (Hallin y Mancini 2008); empero, el debilitamiento de esta clase política ha dado paso a una reinvencción de la misma,

atada a liderazgos personalísimos que son los que ahora marcan la agenda política ayudados de las nuevas formas de comunicación y a sabiendas de que el poder fluctúa permanentemente.

1.1.5. Conflicto, dependencia y cooperación

El conflicto, la dependencia y la cooperación no terminan de ser sino condiciones y consecuencias de la relación permanente, necesaria e incluso tensa entre los sistemas mediáticos y políticos. Estas condiciones pueden coexistir en un momento histórico puntual y provocar efectos predecibles, pero también inesperados. Visto desde la óptica de Champagne (1998), este permanente conflicto puede entenderse desde la propia historia del periodismo, que 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” (1998, 240).

Con esto volvemos la mirada al relato centrado en los medios, que es precisamente donde se tejen estas relaciones de conflicto cuando los actores luchan por imponer su agenda de dependencia, cuando uno se somete a otro debido a la presión coyuntural y de cooperación cuando a pesar de sus intereses saben que se necesitan para alcanzar cualquier nivel de poder. Esto está definido desde que los medios se convierten en la fuente de información y en el canal de comunicación más importante entre la ciudadanía y los actores políticos (Strömbäck 2008), y aunque esa relación sufrirá cambios que atraviesan todas las demás etapas de mediatización, este primer hecho determina toda la relación a futuro y los niveles de conflicto y dependencia que tendrán.

Por ejemplo, en la segunda fase de mediatización los medios se vuelven más independientes de los organismos gubernamentales u otros cuerpos políticos y empiezan a ser dirigidos de acuerdo con su propia lógica (Strömbäck 2008), esto no quiere decir que los medios de comunicación puedan ser totalmente independientes de la influencia política, pues “la relación entre los medios de comunicación, la política y otros grupos debe ser percibida como interactiva y se caracteriza por la interdependencia, más que por la independencia total” (2008, 237). En un tercer momento la independencia de los medios crece potencialmente y los actores políticos saben que están en desventaja, en otras palabras, los actores políticos y sociales comprenden la importancia de la lógica de los medios y se adaptan a ella (Strömbäck 2008), a partir de allí se potencia el conflicto. Strömbäck lo expone así:

Por ejemplo, como es conocido por los actores políticos, el conflicto y la personalización son las técnicas de narración preferidas por los medios al elegir qué y cómo cubrir la política. Así,

los actores políticos y sociales construirán eventos que incluyan un enfoque en estos aspectos, lo que a su vez conduce a un mundo en el que conflictos y personalidades se vuelven más importantes (2008, 238).

Esta espectacularización de la política trae consigo una esperada consecuencia, que no siempre es percibida por la audiencia, y es que cuando la política se adapta a los medios, la verdad pierde relevancia, sobre todo porque deja de existir, pues hoy asistimos a una realidad mediada que es la única a la que tiene acceso la sociedad y sobre la cual toma sus decisiones. Es así que los espectadores –por lo general los de más edad- moldean sus vidas de acuerdo a lo que escuchan en la radio o ven en los noticieros, mientras que los más jóvenes se vuelcan a sus redes sociales para buscar una interpretación de la realidad.

Si bien los medios y los políticos pugnan por imponer su agenda en este nuevo escenario, terminan cooperando entre ellos, construyendo una realidad ajustada a sus necesidades, que en ocasiones favorecerá a un bando, en otras a otro y en muchas otras a los dos. Es precisamente en un cuarto momento cuando esta relación se ajusta aún más, si en la tercera fase los actores políticos se adaptan a la lógica de los medios, en una cuarta “adoptan la misma lógica de los medios” (Strömbäck 2008, 240), que se vuelve ineludible, pero no necesariamente inmanejable.

Cabe aquí volver al problema de origen planteado por Champagne (1998) cuando desarrolla el presupuesto que, si bien la prensa ya no está controlada por el poder político, “esto no implica que los periodistas tengan una libertad total de expresión (por lo demás, ¿en virtud de qué los periodistas tendrían ese privilegio?)” (Champagne 1998, 241). Esto debido a que las presiones sobre la actividad de los medios no provienen únicamente desde los actores políticos, sino también desde quienes imponen la rentabilidad económica de la empresa editorial.

La censura económica, esa censura que lleva a seleccionar los temas en función de las expectativas, reales o percibidas, del público y que por lo tanto tiene que ver con la venta de los periódicos, es una censura más fuerte y mucho más implacable. Es anónima y a muchos podrá parecerles legítima: si el periódico no se vende o no se vende lo suficiente, ¿a quién echarle la culpa si no es a los propios periodistas que no saben interesar a sus lectores? (Champagne 1998, 241).

Esta percepción deja ver que sobre las relaciones de conflicto, dependencia y cooperación entre medios y políticos pesa mucho más que un proceso de mediatización que, si bien es inevitable, puede ser fácilmente maniobrado por los poderes económicos, pues en los regímenes de tipo democrático la actividad periodística, aunque parece poco sometida al poder político, está, en cambio, fuertemente dominada por el campo económico. Ese poder

económico algunas veces conjuga sus intereses con los de los políticos y tiene la capacidad de moldear el espectro mediático, tal como se trata de evidenciar en este proyecto de investigación.

1.2. Mediatización: alcances y limitaciones del proceso

La intervención de los medios, con el afán de imponer su agenda e ir más allá de su rol de mediadores entre actores políticos y ciudadanía, es lo que a grandes líneas puede definirse como mediatización, concepto que encuentra cada vez más asidero en las sociedades contemporáneas cuyas necesidades, procesos y estructuras son completamente distintas a las que existían 20 años atrás o menos. Este cambio ya lo advertían Mazzoleni y Schulz (1999) cuando escribieron *Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?*¹ donde avizoraban que los medios “tendrían la capacidad de cambiar la política y la acción política en algo bastante diferente de lo que tradicionalmente se ha encarnado en los principios de la democracia liberal” (1999, 248).

Dos décadas después se lo está viviendo, si bien los medios han evolucionado y se han multiplicado en un intento de democratizar la información, empujados por la vorágine tecnológica, existen aún ataduras económicas y empresariales que los ubican como un actor determinante en la agenda política de cualquier sociedad. La injerencia de los medios tradicionales y sus nuevos formatos sigue siendo potente, mientras que, de su lado, los actores políticos se mueven en escenarios cada vez más difusos que complejizan precisamente el análisis de la mediatización.

Aunque su estudio se vuelve cada vez más difícil, hay que hacerlo, pues la mediatización de la política “es la herramienta más sensata para abordar la cuestión de si el complejo de los medios pone en peligro el funcionamiento del proceso democrático” (Mazzoleni y Schulz 1999, 249). Más claramente lo exponen así:

Es un fenómeno común a los sistemas políticos de casi todos los países democráticos, donde ha tomado diferentes formas y desarrollado en diferentes velocidades. Sin embargo, en todos los casos ha resultado imposible de contener porque los medios de comunicación han asumido el carácter de ‘necesidad’ en el dominio político. Los medios de comunicación masivos no son simples canales pasivos para los comunicadores políticos y el contenido político. Más bien, los medios son organizaciones con sus propios objetivos y reglas que no necesariamente coinciden y, de hecho, a menudo chocan con los de los comunicadores políticos (Mazzoleni y Schulz 1999, 249).

¹ En español: La “mediatización” de la política: ¿un reto para la democracia?

¿Pero cuáles son los límites de esta pugna y en qué posición quedan los ciudadanos? Es evidente que Internet ha facilitado la relación directa entre medios y sociedad y entre partidos políticos y sociedad. Hoy por hoy los “actores políticos, en lugar de tener que adaptarse a la lógica de los medios, pueden evitar los medios de comunicación y usar sus propios canales directamente para comunicarse con el público o con grupos objetivos específicos” (Schulz 2004, 95). Lo mismo ocurre con los medios, que hablan directamente a sus audiencias, ofreciéndoles contenido diferenciado y hasta individualizado para posicionar su mensaje a través de múltiples canales. Tal es así que “los nuevos medios pueden traer consigo el fin de la mediatización” (Schulz 2004, 95).

Si bien esta postura responde a una posición ‘optimista’ del propio Schulz, también está su visión más ‘escéptica’, que en la realidad nacional debe considerarse más importante porque le da razón de ser a la mediatización en la actualidad, y es que:

El uso de nuevos medios requiere dispositivos tecnológicos especiales, como líneas de transmisión y equipos terminales. Sin embargo, hay una distribución desigual de las capacidades económicas y cognitivas (para inversiones en infraestructura, compra de equipos, para operar hardware y software), tanto a nivel mundial como dentro de las sociedades nacionales. En consecuencia, no todos los segmentos de la sociedad (y no todas las naciones) se benefician igualmente del desarrollo de los nuevos medios de comunicación. Traen nuevas divisiones sociales frecuentemente referidas como la ‘brecha digital’ (Schulz 2004, 96).

El estudio de la mediatización es ineludible, al menos por ahora, pues ni los medios están en capacidad de imponer sus mensajes directamente debido a la brecha digital ni los políticos pueden independizarse de los medios cuando la mayoría de la sociedad no confía en ellos, pero hay que tener en cuenta que “los nuevos medios traen consigo nuevas restricciones y nuevos riesgos [y] al mismo tiempo, dado que los nuevos medios no desplazan a los viejos, los efectos de mediatización de estos últimos perduran en el nuevo entorno” (Schulz 2004, 98). Algo similar ocurre con los partidos políticos, cuya existencia e influencia no está determinada ya por un periodo de campaña electoral, sino que se ha vuelto permanente.

1.2.1. Abordaje a la perspectiva teórica de mediatización

Mediación y mediatización son dos conceptos “que se usan más seguido de lo que se definen correctamente” Strömbäck (2008, 230). Esa sentencia de Strömbäck (2008) deja ver que esas dos palabras son muy distintas y poco bien usadas, pues mientras la mediación “se refiere a una situación en la cual los medios se han convertido en las más importantes fuentes de información y vehículo de comunicación entre los gobernadores y los gobernados” (Strömbäck 2008, 230), la mediatización “se relaciona con los cambios asociados con medios

de comunicación y su desarrollo” (Schulz 2004, 88) y cómo logan impactar en una agenda política.

Como premisa cabe anotar que los medios fueron escalando su participación en la sociedad, pasando de gestores del corto plazo y de la inmediatez (Verón 1998, 229) a disputarse el imaginario colectivo con los poderes políticos y económicos. En otras palabras, asistimos, por un lado, “a la decadencia del campo donde se ejercía la gestión de los colectivos de largo plazo (el de lo político) y, por otro, al dominio creciente del otro campo (el de los medios)” (Verón 1998, 230).

Lo explicado por Verón permite comprender cómo el poder de los medios avanzó aceleradamente a partir de la década de los 90’s, ocupando el espacio que los actores políticos cedían, todo esto como resultado de la evolución de las economías nacionales que dejaron de depender de la acción política (Verón 1998) y se volvieron autónomas desde la década de los 30. Sin el respaldo unívoco de los sistemas económicos, la política entró en crisis y los medios encontraron allí la oportunidad de ir más allá de la mediación. Lo anterior sirve para evaluar lo que plantea Strömbäck (2008) y que también se analizó previamente cuando explica que:

El primer aspecto de la mediatización de la política es el grado en que los medios son la más importante o dominante fuente de información sobre la política y la sociedad [un segundo aspecto] es el grado en que los medios son independientes de las instituciones políticas en términos de cómo están gobernados [y un tercer aspecto] es el grado en que el contenido de los medios se rige por una lógica política o por la lógica de los medios [...] Un cuarto aspecto, finalmente, es el grado en que los actores políticos se rigen por una lógica política o por lógica de los medios. Como los actores políticos se encuentran dentro de las instituciones políticas, este aspecto también incluye algunas instituciones políticas y cómo estas están gobernadas, aunque el enfoque aquí estará en los actores políticos Strömbäck (2008, 234).

Hay que mencionar que cada una de estas fases depende del proceso y de cómo se viven las premisas, tal como se mencionó en páginas anteriores. Otra condición es la propiedad de los medios de comunicación o la dirección política que tengan, lo que determinará que se cumpla una u otra premisa y no todas al mismo tiempo. Los aspectos arriba mencionados son las principales dimensiones que establecen el grado en que la política está mediatizada, por lo que desde esta perspectiva “la mediación de la política es una parte importante de la mediatización de la política” (Strömbäck 2008, 234), ya que “los medios de comunicación constituyen aún la mayoría de canales para el intercambio de información y comunicación entre personas y actores políticos” (Strömbäck 2008, 234). Además, en las sociedades la realidad mediada se convierte más importante que la realidad actual, “en el sentido de que es

la realidad mediada a las que las personas tienen acceso y reaccionan” (Strömbäck 2008, 238).

1.3. Agendas en disputa, agendas en acción

Lo que la sociedad percibe como realidad es en verdad una visión parcializada de esa realidad que ha sido ‘precocida’, editada y distribuida por otros. Hasta hace pocos años esos otros eran únicamente los medios de comunicación tradicionales, quienes hoy disputan ese terreno con los medios digitales y con las redes sociales en sí mismas, que se han convertido en el vínculo más directo entre los acontecimientos y la audiencia.

En la disputa han estado desde siempre los actores políticos, interesados en qué tipo de visión deformada de la realidad se transmitirá a las audiencias con el fin de salvaguardar sus intereses, ese primer nivel de enfrentamiento entre agenda política vs. agenda mediática fue revisado en anteriores páginas, sin embargo, hay especificidades sobre esta relación que deben profundizarse ya en la escena mediática.

En un segundo nivel está la construcción de esta realidad, desde cómo los medios han cambiado su forma de procurar una visión parcializada de los hechos a través de las denominadas ‘agendas’. Fishman (1983) lo dice de forma más clara: “La cobertura mediática de los acontecimientos, incluyendo ciertos hechos y omitiendo otros u otorgándoles mayor o menor jerarquía, condiciona la experiencia que la gente tiene de su entorno más allá de sus propias vivencias” (Fishman 1983, 148).

Lo que hacen las agendas mediáticas trasciende la experiencia y las vivencias: las agendas influyen en el comportamiento, en las decisiones y en las acciones que toma la ciudadanía respecto a uno u otro tema. Tal es su importancia que por ello su disputa por apalancarse en el imaginario social es permanente y para lograrlo requieren de varias herramientas que serán analizadas en este capítulo.

Sobre el tema que atañe a esta tesis, los tópicos económicos y laborales no son ajenos a la problemática, incluso son de los más sensibles al estudiar las agendas mediáticas, pues impactan en lo que al ciudadano más le interesa: su empleo y su estabilidad económica. No es un secreto, además, que los ciudadanos consideran que mientras más cobertura recibe una noticia es porque, sin duda, es más importante, y aquello les hará optar por uno u otro comportamiento frente a cualquier hecho: una huelga, una reducción de salarios, un ajuste de pensiones jubilares, etc.

Para comprender mejor aquello, más adelante se revisarán dos tipos de agendas: la Agenda Setting y la Agenda de Atributos; la primera entendida como la capacidad que tienen los medios de seleccionar y destacar ciertos temas y omitir otros y, mediante ese mecanismo, instalar los asuntos que son percibidos como importantes por la opinión pública (Aruguete 2009, 12); y la segunda “considerada la extensión natural” (Aruguete 2016, 12) de la primera, pero en ella los medios “no solo influyen instalando temas u otros objetos en la opinión pública, sino en el modo en que la gente piensa acerca de ellos [a través de] la acentuación de ciertos aspectos en el tratamiento noticioso” (Aruguete 2016, 38).

1.3.1. Agenda setting y agenda de atributos, influencia política mediática²

Los medios de comunicación son los intermediarios entre los acontecimientos y la sociedad, ellos llevan la información a las audiencias ya que, todos los hechos que suceden a nivel mundial se vuelven inabarcables para las personas, no sólo por la tanta cantidad de información sino también por la lejanía física que puede existir de un lugar a otro. De esta manera, los medios se consolidan como constructores de realidades, construyen representaciones de la realidad, pero también, esa información viene con un enfoque y punto de vista preestablecido por el medio de comunicación, por ello es que los medios son intermediarios, pero no de realidades veraces, tan sólo de segunda mano, noticias contadas como la realidad del medio, desde su versión y perspectiva, con su estructura y respondiendo a intereses particulares, ya sean económicos, políticos o de un grupo de interés en específico.

En cada medio de comunicación existen procesos de decisiones como las reuniones editoriales. Aquí se toman resoluciones sobre los hechos que el canal va a cubrir, la información que se va a difundir y aquella que se va a omitir, la jerarquización al momento de la presentación de las noticias y la perspectiva o posición que el medio tiene frente a tal acontecimiento o hecho. En este proceso de selección, orden de la información y posicionamiento del medio al respecto, se da un primer paso para la formación de la opinión pública, según McCombs (2006), que consiste en determinar el orden y la importancia de un tema sobre otros logrando que la audiencia dirija su atención hacia ese hecho, pero con el punto de vista del medio. Lo que ocurre aquí es que las personas al ver que a un determinado hecho se le da más importancia y espacio, consideran que tiene mayor relevancia sobre otros. De esta manera se establece la Agenda Setting, es decir, los medios seleccionan cierta información, otra no la usan ni difunden y otros hechos simplemente los ignoran mientras que

² Parte de este acápite se presentó en la materia de Comunicación y Cultura con la Dra. Susana Sel.

los temas seleccionados se presentan en un determinado orden, esto permite a los medios instalar y formar una opinión pública respecto a un determinado tema. Esto implica que las audiencias no sólo están limitadas ya a pensar y cómo hacerlo respecto a qué tema, también discutir sobre tal información y con determinado punto de vista. Aquí se evidencian dos cuestiones fundamentales, primero los temas que se eligen y llegan a difundirse y segundo la atención que se da a cierta información sobre la demás.

En cuanto a los temas sobre los cuales los medios seleccionan y eligen difundir cabe señalar que usualmente son las preocupaciones de las personas, se tratan de asuntos sobre los cuales se está hablando. Además, los temas sobre los cuales se realizan noticias siempre tienen al menos dos puntos de vista, depende del enfoque y quién haga la cobertura mediática para la interpretación y explicación del mismo. En cuanto al hecho para que se convierta en noticiable o mediático es necesario señalar que debe tener un cierto nivel de importancia para que esté dentro de la agenda mediática, esto le permite ocupar un puesto en la jerarquía de las noticias a presentar, además que debe responder a cuestiones de interés público.

Dentro de la Agenda Setting hay un proceso denominado tematización (Wolf 1987), si bien ya se habló un poco sobre eso es necesario desarrollarlo como concepto, pues consiste en ubicar un tema en un orden específico en la agenda del día, respondiendo a intereses determinados, señalando su importancia. Parte de la tematización es que la información que se difunde por parte del medio de comunicación debe estar integrada y relacionada con un contexto de tipo social, político y económico y, usualmente, en relación con otros hechos suscitados y que también fueron mediatizados.

Los medios de comunicación lo que hacen, entonces, es tomar la realidad sobre un hecho, cubrirla y mediatizarla a través de sus procesos e interpretaciones, eso es lo que presentan y difunden a la sociedad, una realidad interpretada por el medio y simplificada a través de sus herramientas y mecanismos como las noticias que se determinan como importantes o relevantes, de esta manera les dicen a las audiencias sobre qué y cómo pensar y discutir con los demás en sus entornos. En consecuencia, se trata de la formación de la opinión pública.

En un segundo nivel de la Agenda Setting, se enfocó en los efectos afectivos y cognitivos de los hechos que son cubiertos por un medio periodístico. Si bien en un inicio la agenda mediática se enfocaba en los temas que resultaba de interés para las audiencias, después pasó a centrarse en los aspectos y atributos, es decir, los aspectos que se quedaban en la mente de las personas como parte de las noticias difundidas por los medios. A este enfoque se le denomina Agenda de Atributos, la misma que tiene influencia de tipo decisiva sobre lo que

entiende la audiencia y la perspectiva social que se da a un tema. Lo que se trata aquí es de poner énfasis en ciertos aspectos sobre el tema que está siendo difundido, o sea, no se trata sólo de dar prioridad y jerarquización al hecho, también de reforzar y hacer hincapié en esos aspectos que se quieren señalar y ese proceso se lo realiza durante el mismo tiempo que se realice la cobertura mediática.

En la Agenda de Atributos lo que resulta interesante es que no sólo se dirige a temas y hechos, también a actores y objetos sobre los cuales se aplican dos dimensiones: sustantiva que se centra en los aspectos que resaltan de los actores, objetos o temas que son resaltados por el medio en su noticia mediatizada; y afectiva que señala el tono valorativo de los personajes o temas a través de categorías como positivo, negativo o neutral (Aruguete 2009).

En definitiva, a partir de señalar en qué consisten estas dos agendas, setting y de atributos, hay que señalar que la audiencia tiene la capacidad de identificar la importancia de los temas que le son presentados por los medios de comunicación, en efecto, no se trata de una audiencia pasiva, todo lo contrario, reflexionan y deciden sobre la información que reciben, pero tampoco se puede negar la facultad y la competencia que tienen los medios como constructores y formadores de opinión pública a partir de varios mecanismos y elementos, como los aquí señalados, para crear sus realidades e imaginarios, para visibilizar e instalar ciertos hechos y temas sobre otros y para incidir, a través de ello, de manera directa en el sistema político y en decisiones políticas trascendentales.

Ahora bien, desde el punto de vista expuesto hasta aquí, los medios de comunicación son intermediarios entre las audiencias y los hechos, la información y los acontecimientos; pero también se constituyen como actores políticos dentro de la sociedad y que tienen o responde a intereses particulares en un escenario donde prevalecen las relaciones de poder. Entonces, los medios de comunicación son decisivos en la formación de dos procesos, por un lado, en el de la opinión pública y por otro lado en el político. La inquietud aquí es cuáles son las estrategias políticas que usan los medios de comunicación en sus procesos de tematización, selección y elección de temas para su agenda mediática, tratamiento periodístico y enfoque de la noticia por parte del medio.

Primero es necesario entender a la noticia como parte de un proceso de construcción social, si bien los medios presentan una información noticiosa sobre un hecho y difunden una realidad sobre ese acontecimiento que ha sido tratada periodísticamente, lo que sí se puede sostener es que los medios realizan una construcción de esa realidad social, la misma que es difundida

hacia las personas, quienes tienen la posibilidad de enterarse sobre hechos que ocurren en lugares lejanos.

Sobre los medios y su representación de la realidad se dice que ellos difunden una realidad reflejada por quien cubre la noticia y respondiendo siempre a intereses del medio, ante esto cabe señalar que, y de acuerdo con Bernardette Califano (2015), un medio no es un espejo ya que tiene una postura política, toma decisiones y responde a determinados intereses, también hay un proceso de producción en la información que presentan, esto implica que no se trata de inmediatez como lo significaría si resultaran ser como un espejo, además no son actores pasivos, al contrario, son activos dentro del ámbito social y constructores de significados.

En efecto, los medios de comunicación facilitan o, mejor dicho, son los mediadores de la realidad que no está al alcance de las personas, al menos físicamente no lo está. De esta manera se vuelven accesibles aquellos temas lejanos pero que los medios brindan esa cercanía y facilidad de información, para lo cual construyen noticias y las convierten en temas públicos, así es, las fabrican a través de un proceso en el que, como ya se lo señaló, intervienen varios intereses y selección/elección, evidentemente se trata de un proceso que en absoluto es inocente.

Las noticias son un producto informativo, según Califano (2015), que tienen también un aspecto mercantil. Desde el inicio de la noticia se trabaja el enfoque y la perspectiva que se le va a dar, eso implica la posición política del medio frente al tema, así la noticia se convierte en la información que le es difundida a la audiencia a través del medio de comunicación. Así, la noticia se consolida como el discurso del medio o que el medio busca imponer en la sociedad y por medio del cual se consolida una determinada posición.

En definitiva, “los medios de comunicación son actores privilegiados en la producción de la realidad social” (Califano 2015, 67), construyen realidades a partir de las noticias que difunden y, de manera alguna, con ello guían a la audiencia, los orientan hacia los temas que deben pensar, cómo lo deben hacer e incluso las posturas y argumentos que deberían tener para las discusiones y conversaciones con los demás. Se trata de una influencia cognitiva que los medios tienen sobre las personas, aunque con ello no se quiere decir que los medios sean los únicos que en alguna medida ejerzan cierto poder, también existen otros actores que lo hacen a través de varios mecanismos y herramientas, pero lo que no se le puede negar a las noticias es que tienen la capacidad de volver un tema de algún acontecimiento cotidiano o poco conocido en interés público.

En este punto es necesario recalcar la existencia de una necesidad social y es que en la actualidad las personas requieren que los medios les brinden información a pesar de los intereses e influencia que los medios pueden tener y ejercer, las noticias pueden señalarse como “una forma de conocimiento” (Califano 2015, 67) y es que aún se considera que sin un acontecimiento no salió en los medios, pues no ha sucedido, aunque ahora con el auge de las redes sociales también existen otras herramientas de visibilización pero no es de interés profundizar el tema en este trabajo. De esta manera, los medios de comunicación no sólo ubican temas como de interés público, es decir en la esfera pública, también lo hacen en la agenda política y en los debates culturales.

Con el poder de influencia que tienen los medios de comunicación, además de construir realidades e imaginarios, las relaciones que establezcan con ciertos actores o sectores políticos, sociales o económicos son cruciales, sobre todo porque quienes sean aliados de los medios tendrán una importante ventaja para influir en el conocimiento generado y difundido como noticia a las audiencias.

De esta manera, los medios también se constituyen como actores activos dentro de la sociedad, su relevancia se refuerza cuando mantiene sus discursos de manera diaria asegurando así la fiabilidad de las audiencias y la posibilidad de conquistar nuevas. En efecto, los medios son importantes dentro del sistema político, donde, según Califano (2015), pueden actuar de tres modos distintos: “como observador externo de los conflictos, como parte principal o intermediario neutral en conflictos con otros actores sociales, como colectivo que tiene conflictos internos” (Califano 2015, 70). En estos tres casos los medios tienen roles distintos, en el primero no tienen más que un papel de narrar y contar lo que acontece, en el segundo resulta ser parte principal o es intermediario y en el último ya son conflictos internos propios del medio. En cualquiera de los casos es evidente que se mantiene el interés por reforzar las relaciones con otros actores o, al contrario, modificarlas según su conveniencia.

En este punto, lo que es posible afirmar es que los medios de comunicación, si bien son constructores de realidades, de noticias y poseen un proceso de selección, elección y jerarquización de la información que se difundirá, también resultan ser constructores de una actualidad política y los actores que intervienen en ese escenario, pero lo hacen desde dos posturas distintas: como medios que ejercen influencia sobre las audiencias para incidir en la opinión pública y como negociadores con otros actores políticos y sectores estratégicos que benefician sus intereses pero que también logran influir en los procesos políticos, sobre todo en los que se toman decisiones importantes para la sociedad y el Estado.

Los medios de comunicación son actores del sistema político, pueden ser quienes cuenten lo que sucede o también pueden ser participantes de esos espacios, en los dos casos las acciones que realicen al igual que sus decisiones están dentro de la esfera pública. Para decirlo de otra manera, los medios tienen actuaciones de tipo públicas cuando realizan sus difusiones de noticias de manera normal y periódica, cuando informan a la sociedad de lo que ocurre, es decir, sus acciones se concentran en las noticias que han sido publicadas. La segunda manera de actuar corresponde a otro espacio que no es público pero que tiene incidencia en la esfera pública, aquí el medio realiza el proceso de selección, elección y jerarquización de los temas que serán difundidos y aquellos que no o igual con los hechos que no tienen una cobertura mediática porque en la reunión editorial así lo decidieron. Pero en esas actuaciones que no son públicas también ocurren otros actos como son los acuerdos o las negociaciones que los medios tienen con empresas u organizaciones, usualmente este tipo de reuniones se las hace de manera privada y tienen objetivos comerciales y políticos.

Los medios al ser actores en el sistema político, y al contar con un fuerte nivel de influencia sobre la sociedad, tienen estrategias que les permite intervenir también en el proceso político. En párrafos anteriores ya se había mencionado que existían intereses particulares de los medios, dos de esos son el ganar más influencia y el lucrar, a partir de allí se aplican estrategias principales como la exclusión, la selección y la jerarquización de la información que será difundida, cabe señalar que, para cada uno de estos aspectos, incluidos los intereses u objetivos, los medios desarrollan una serie de tácticas específicas.

El aspecto que atraviesa tales objetivos y estrategias es el prestigio que tiene o gana el medio a medida que informa y actúa tanto en la esfera pública como en negociaciones privadas, pero así mismo, esto permite a los medios ejercer, de algún modo, presión en el sistema político en el que actúa y que no es posible siquiera ponerlo en duda, al contrario, como una realidad cotidiana desde la cual leer y entender a los medios de los cuales se recibe la información con todo un proceso periodístico y político desde atrás. Los medios de comunicación en efecto influyen en el sistema político al igual que lo hacen con la opinión pública.

1.3.2. Encuadrando los temas, el proceso de decir sobre qué hablar

Lo hasta aquí descrito podría llevar a la conclusión que las noticias son una invención y el periodismo un oficio innecesario porque no tendrían otro objetivo más que la manipulación y la influencia en las masas, pero el asunto no se resuelve así. McCombs (2006), por ejemplo, defiende a la prensa en ese sentido al explicar que lo que muestran los medios, envueltos en un sinfín de acontecimientos que deben discernir antes de darlos a conocer, “es una visión

limitada del mundo exterior” (McCombs 2006, 56), lo que no quiere decir que sea falso, sino que cada quien maneja sus recursos y produce sus contenidos en la medida de sus posibilidades; y si bien las empresas informativas trabajan con fines distintos a los que aparentemente percibimos, la mayoría de periodistas sí se enfoca en trabajar bajo los parámetros éticos que aprendieron durante su formación profesional o empírica, por lo que los temas que escogen para tratar responden legítimamente a su conciencia y le son significativos, sin dejar de lado a quienes se dejan llevar por la espectacularización con temas que son ‘fuera de lo común’ por ser dramáticos o conmovedores “y por esa razón comercialmente rentables” (Champagne 1999, 51). El meollo es que no necesariamente los editores y directivos consideran relevante la ‘cláusula de conciencia’ bajo la que trabajan la mayoría de reporteros. Dicho esto, sobre el rol del periodista, que muchas veces es un obrero más dentro de los emporios mediáticos, es preciso notar que los temas (problemas), los encuadres y los lineamientos se definen en esferas superiores a las periodísticas relacionadas directamente con el poder económico y político. Es así que:

La manera en que los medios escogen y abordan esos malestares, en definitiva, dice al menos tanto sobre el medio periodístico y su modo de trabajar como sobre los grupos sociales en cuestión. Ahora bien, los medios actúan en un principio y fabrican colectivamente una representación social que, aun cuando esté bastante alejada de la realidad, perdura pese a los desmentidos o las rectificaciones posteriores porque, con mucha frecuencia, no hace más que fortalecer las interpretaciones espontáneas y por lo tanto moviliza en primer lugar los prejuicios y tiende, con ello, a redoblarlos (Champagne 1999, 51-52).

La gravedad de esta afirmación pone en el centro del debate la forma en cómo se seleccionan los temas, o mejor dicho cómo transforman un hecho en un “acontecimiento”, definido por Champagne (1999) como “el resultado de la movilización -que puede ser espontánea a provocada- de los medios alrededor de algo que, durante un cierto tiempo, estos conviene considerar como tal” (Champagne 1999, 55). Esto podría entenderse debido a que “los dominados son los menos aptos para controlar la representación de sí mismos” (Champagne 1999, 55) que quienes controlan incluso el propio poder mediático, pero además no hay duda de que los diferentes medios desarrollan sus temáticas “de acuerdo con las opciones ideológicas que les son propias” (Champagne 1999, 57). Esto demuestra que además de los intereses económicos y políticos –que son muchos- los lineamientos ideológicos también definen y encuadran los temas, los problemas y los acontecimientos que se construyen como pseudorealidades del mundo, fraccionado a su paso la reputación de un ya desalentado periodismo.

El encuadre o framing no es más que “el proceso de elección de unos pocos elementos de una realidad percibida y ensamblaje de una narración que destaque las conexiones entre ellos y el fomento de una interpretación particular” (Entman 2007, 164). Los medios de comunicación realizan este proceso de selección de la información y dentro de la selección también eligen qué datos, qué testimonios, desde dónde hablar y dar a conocer el hecho al público, para ello emplean los encuadres, de esta manera los “introducen o elevan el énfasis o la aparente importancia de ciertas ideas, activando esquemas que inducen a las audiencias a pensar, sentir y decidir de una forma particular” (Entman 2007, 164).

El proceso de los encuadres es, entonces, la selección, organización, énfases y construcción de la realidad en el que se eligen qué aspectos se van a comunicar y cuáles se van a excluir. Este término es de mucha importancia para entender el framing, pues la exclusión no solo viene a ser algo comunicativo o mediático, sino que también es político, social o económico, incluso ideológico, porque si el medio de comunicación decide excluir ciertos aspectos de la nota informativa es porque hay intereses detrás o acuerdos o convenios que le llevan al medio a tomar esa decisión, también puede tratarse de intereses personales de los periodistas, editores o jefes.

Los encuadres tienen la característica principal de trabajar simbólicamente con el fin de estructurar o configurar un significado para el mundo social (Reese 2001). De acuerdo con Iyengar (1990) existen dos tipos de encuadre: los temáticos y los episódicos. Los primeros están sujetos a temas generales que afectan la vida pública y son tratados como temas de fondo desde lo impersonal; mientras que los episódicos existe cercanía de quién cuenta, ya sea el periodista o medio, lo aborda como un tema personal y se enfoca en un asunto en específico (Iyengar 1990). De la misma manera De Vreese (2005) habla de encuadres genéricos y específicos. Los genéricos son modelos que se pueden aplicar a cualquier tema y noticia, mientras que los específicos son modelos para cada tema (De Vreese 2005).

Con lo revisado en los acápites anteriores es posible señalar que si la agenda setting estudia el nivel de influencia que tiene la noticia o mensaje en el público, el framing se centra en cada paso que se realiza para esa influencia. Así, el framing o encuadre es un proceso dinámico e interactivo que tiene en cuenta todos los momentos de la comunicación. En el encuadre es necesario detenerse en las condiciones de producción y recepción que tiene una noticia, pero también se debe relacionar con el contexto en el que se difunde la misma, por ello el framing se enfoca en el discurso y las conceptualizaciones políticas.

1.3.3. Mediatización de la esfera pública: la tematización como punto de partida

Relacionando con lo anteriormente dicho, existen algunos “acuerdos”, traducidos en forma de mensajes (noticias, textos, entrevistas, etc.), tienen como punto de partida a la tematización que “es algo más que el establecimiento de la agenda temática, por cuanto no todos los temas que entran a formar parte de la agenda consiguen pasar a las fases de problematización y discusión de propuestas” (Chavero et al. 2013, 642).

Para que un tema sea objeto de tematización no es suficiente, por tanto, con que los medios lo incluyan en la agenda, sino que hace falta, además, que llegue a ser definido y evaluado como un problema digno de entrar en la agenda política, lo cual da paso a la discusión de propuestas y a la selección de las que se consideran más adecuadas (2013, 642).

Cuando un tema alcanza la categoría de “problema” es más sencillo darle énfasis en la esfera pública. Así, estos temas se convierten en recursos estratégicos para los políticos, quienes los utilizan para conseguir el máximo apoyo entre la opinión pública sintonizándose con lo que la ciudadanía demanda en torno a esa problemática:

De tal suerte que el papel de la ideología y de los programas partidarios es reemplazado por el proceso de tematización, entendido como una batalla eminentemente mediática destinada a fijar el foco de atención de la audiencia en torno a unos pocos temas” (Chavero *et al.* 2013, 642).

Cuando la tematización, entendida como la interacción conflictiva entre la agenda mediática y la agenda política, se ha concretado, el camino para analizar el proceso de mediatización es menos complejo; sin embargo, la tematización tampoco es un proceso estático, su dinamismo es más potente que el de otras categorías, pues las pretensiones de los medios, así como de los actores políticos varían constantemente y lo que en un momento es considerado un ‘problema’ puede dejar de serlo inmediatamente si los intereses de estos actores han variado.

Esto se entiende mejor desde la lógica de Igartua y Humanes (2004), para quienes la prioridad de ciertos asuntos por encima de otros surge de dos mecanismos: por un lado, el filtro y la selección de los temas que llegan a las redacciones y que finalmente integran la agenda de los medios; y por otro, la concentración de la atención en un mismo tema y un mismo tiempo. De esta forma, “un hecho se convierte en tema cuando su nivel de importancia le permite tener un lugar en la agenda, definida como un conjunto de cuestiones comunicadas, en función de una determinada jerarquía” (Aruguete 2009, 13). En esta misma línea, Wolf (1991) define a la tematización como:

Un procedimiento informativo perteneciente a la hipótesis de la agenda-setting, del que representa una modalidad particular: tematizar un problema significa, efectivamente,

colocarlo en el orden del día de la atención del público, concederle la importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significatividad respecto al curso normal de la información no tematizada (Wolf 1991, 99).

Así, se comprende a la tematización como una estrategia aplicada por los medios de comunicación no sólo para dar importancia a cierto tema determinado con la máxima visibilidad posible y llevando a los actores implicados a realizar intervenciones públicas sobre lo presentado, sino que también es un proceso en el que juega vital importancia la configuración de un contexto simbólico para que cierto tema tenga un significado público.

1.3.4. La agenda política y su relación con la agenda mediática: ¿interacción o desplazamiento?

Los sistemas políticos y mediáticos conviven, a veces uno se impone sobre el otro, pero están en constante negociación. Lejos está la concepción que daba a los medios un rol predominantemente pasivo, “de agencias de información neutrales que proveen un foro para que otros actores expresen sus ideas” (Aruguete 2017, 38). Se ha comprobado repetidamente que no son neutrales y que “son actores políticos con intereses y metas genuinos que interactúan con otros, en un proceso de conflictividad y negociación permanente que involucra la generación de sentidos públicos” (Aruguete 2017, 38). En la otra orilla están los políticos, quienes no reaccionan ante la cobertura mediática en sí misma, sino ante el supuesto efecto que esta tiene sobre la opinión pública (2017, 44) y que podría afectar sus intereses.

Se toma en cuenta entonces que la prensa no opera con autonomía del sistema político, de allí que el tipo de cobertura que prevalezca y sus decisiones con respecto a los niveles de noticiabilidad que alcance un asunto determinado, deban ser vistos en relación con el desarrollo político en el cual esta es uno de los motores (Aruguete 2017, 44).

Con esa idea clara, se entiende que la agenda política y mediática viven en una dinámica de interacción y desplazamiento, pero cabe reflexionar sobre lo que plantea Aruguete (2017) respecto a esta lucha de fuerzas cuando señala que el poder que tienen los medios de instalar una agenda reposa, no tanto en su influencia directa sobre un público generalizado, sino en la percepción que los expertos y los decisores de políticas tienen sobre tal efecto mediático en la opinión pública (2017, 48), con lo que la lucha trasciende más allá de un actor u otro y tiene que ver con el impacto en la opinión pública. Si un tema genera remesón en la audiencia, esta reacción será la que ocupe a los políticos y no necesariamente lo que produzcan o delineen los medios de comunicación, porque lo que interesa es cómo actuará el ciudadano ante lo que percibe.

Es así que, como se analizó en el acápite anterior, no siempre los actores políticos tienen las de perder, pues la ciudadanía no es una masa amorfa que recibe y asume los mensajes de los medios sin más –como lo enfoca la ciencia conductista–, sino que está demostrado que el “avasallador poder político” (McCombs 1985, 97) de la comunicación de masas no es tal. Es más, “tres décadas de ciencia conductista han llevado también a la conclusión de que la comunicación de masas efectúa pocas conversiones políticas” (98), sin que esto quiera decir que los medios, a través de sus diversas construcciones, no impacten o influyan en la opinión pública, más ahora cuando el abanico mediático se ha expandido de tal forma que difícilmente puede establecerse un límite que diferencie a los propios medios entre sí.

Pero además no hay que olvidar que el ciudadano está atravesado por otras influencias, incluso más cercanas, como su familia, su trabajo, su cultura, su espiritualidad, con lo que su reacción ante un hecho no puede reducirse al impacto que los medios de comunicación hayan tenido en él, menos en esta época de vorágine digital en la que la vitrina informativa es infinita, pero no es menos cierto que los medios y periodistas “a diario dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas del día” (McCombs 2006, 24) y aunque no le dicen al ciudadano qué pensar, sí le dicen sobre qué pensar.

Capítulo 2. Reformas laborales y medios de comunicación: Ecuador

2.1. Reformas laborales y autoritarismo de mercado

Las conquistas laborales siempre han sido resultado de una lucha social provocada por la contraposición a las decisiones del mercado, que busca obtener más réditos económicos relegando las necesidades de los trabajadores a segundo plano. Si bien es cierto que el enfoque empresarial está dando un giro actualmente a través de las prácticas de responsabilidad social y de incentivos que mejoran la productividad, los fines últimos del empresariado no dejarán nunca de estar relacionados con la utilidad que pueden obtener invirtiendo menos en su producción, pues “son las dinámicas invisibles y anónimas del mercado las que asignan a la fuerza de trabajo su «precio justo», y es una ley económica la que guía esta valoración: cuanto mayor sea la oferta de trabajo, menor será su valor y peores las condiciones del proletariado” (De Giorgi 2006, 61).

Dentro de esta receta, los obreros son vistos como una amenaza latente que pueden alterar el orden social establecido cuando perciben un trato injusto por parte de sus empleadores e inician procesos organizativos que pueden derivar en huelgas o incluso en escenarios más potentes que, además de paralizar la producción, tienen como efecto una fuerte marca social; por lo general, las sociedades se ponen del lado de los trabajadores cuando reconocen que su lucha tiene relación con causas justas.

Sin embargo, la relación trabajador-empleador ha evolucionado en el tiempo. A finales del siglo pasado “se produjeron profundas transformaciones en lo referente a la organización de las empresas y a la relación salarial, que consistieron en la introducción de innovaciones tecnológicas en cuanto a los procesos y los productos, y cambios organizacionales en cuanto a la estructura de la empresa, al proceso productivo y al proceso de trabajo” (Neffa 1999, 21). Esta modificación en la estructura empresarial impuso también nuevas formas organizacionales para los obreros, que debieron dar un nuevo eje a su estricta lucha sindicalista que empezó a verse amenazada por la vorágine tecnológica y la globalización, pues muchos procesos para los que antes eran imprescindibles las tareas humanas, ahora podían reemplazarse con nuevas herramientas.

Este nuevo mundo, como lo explica Neffa, aupado por la exacerbación de la competencia, tanto la interna como la introducida por la mundialización, “impuso una lógica rigurosa para reducir los costos (dando prioridad a los costos salariales directos e indirectos), aumentar la productividad, mejorar la calidad y cumplir los plazos de entrega pactados” (Neffa 1999, 21).

Así, los trabajadores se vieron en la obligación de negociar sus conquistas a cambio de mantener cierta estabilidad laboral. La legislación alrededor del mundo cambió, flexibilizando los procesos de contratación a favor de las empresas, lo que “significó de hecho, dejar progresivamente de lado la garantía jurídica de la estabilidad y el abandono de los contratos de duración indeterminada para los nuevos trabajadores reclutados” (Neffa 1999, 21).

Esto se vio reforzado con los procesos generalizados pero diferenciados según los países, de privatización y de reformas del Estado impulsados por el proceso de globalización y la crisis fiscal que “promovieron los retiros voluntarios, las jubilaciones anticipadas, las prescindibilidades y finalmente los despidos o retiros negociados contractualmente” (Neffa 1999, 21), lo que dio origen a un *boom* de emprendimientos y de microempresas que buscan hacerse un espacio dentro del mercado.

Ante ello, las grandes corporaciones empezaron a exigir a los gobiernos condiciones aún más flexibles para mantener la empleabilidad, mermando aún más las condiciones laborales, excusándose en qué caso contrario habrá masivos despidos, lo que elevaría la tasa de desempleo. Esta condescendencia gubernamental a favor del empresariado provocó nuevas resistencias sociales, que si bien aún juntan a grandes grupos sindicales, se ven frenadas por las leyes que se construyen para delinear legalmente la flexibilización laboral.

El caso ecuatoriano estuvo bastante alineado al entorno mundial; sin embargo, los diez años de Gobierno de Rafael Correa dieron un giro a las condiciones laborales, ajustando a los empresarios y legislando –de cierta forma- a favor de las minorías. Decisiones como la mejora de los salarios de las empleadas domésticas, el freno a la tercerización laboral, el incremento de impuestos a las empresas y el aumento del Salario Básico Unificado reordenaron un panorama del cual no es sencillo retroceder. Es por ello que introducir cambios que atenten –aunque sea mínimamente- contra los derechos de los trabajadores es un camino tortuoso por el cual la administración del presidente Lenín Moreno no ha sabido andar.

2.1.1. Las reformas laborales en el Ecuador, la memoria silenciada de su aplicación

En Ecuador, “los intentos por industrializar el país han sido incompletos y de logros reducidos, conviven sectores industrializados, con relaciones laborales típicas, con otros como el agrícola, el trabajo doméstico, comercio minorista, etcétera, con relaciones laborales precarias y cuyos trabajadores nunca han estado protegidos por la legislación laboral” (Porras 2010, 317). Es así que, como lo explica Porras, los principales problemas de empleo en el país

se derivaron de la escasa capacidad del sector moderno de la economía para absorber productivamente a la fuerza de trabajo.

En un histórico de los últimos 12 años, la tasa de desempleo ha sufrido amplias variaciones. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), a finales de 2007 se ubicó en 5%, llegó a un mínimo de 3,7% en 2018 y volvió a subir en el último año. Sin embargo, para el análisis es más relevante la estructura del empleo pleno o empleo adecuado, que cayó de forma importante en este lapso. En 2007 llegó a 43,2%, alcanzó su pico en 2014, con 49,3%, para finalmente descender en más de 10 puntos hasta septiembre de 2019 (38,5%). Esto quiere decir que si bien el desempleo no ha experimentado fuertes variaciones desde 2007, la calidad del empleo sí se ha deteriorado, lo que significa que las condiciones de trabajo han desmejorado y, por lo tanto, la calidad de vida de los empleados.

Lo anterior ha estado atravesado por una serie de reformas laborales que dieron paso a la reorganización del mercado; en un momento, apuntalando la contratación en el sector público debido al crecimiento del aparato estatal, lo que dinamizó el consumo de los hogares, y en otro, ajustando a las empresas para fortalecer los salarios a costa de frenar sus niveles de producción.

Yendo más atrás, las primeras reformas relevantes ocurrieron entre 1979 y 1984, tras el retorno a la democracia. Como lo recuerda Porras, “durante estos años, se aprobó la instauración del décimo quinto sueldo, la ley de la semana laboral de cuarenta horas y, se duplicó el salario mínimo vital” (Porras 2010, 319), una relativa mejora en la protección de los derechos laborales que tuvo su explicación principalmente en la fortaleza de los movimientos sindicales, como lo hemos analizado previamente.

Pero a partir de 1984 se da paso a la flexibilización laboral, que se profundiza hasta 1992 con la publicación de distintas leyes, como la Ley de Régimen de Maquila y de Contratación Laboral a tiempo parcial “que permite relaciones laborales de corta duración, que pueden ser renovadas pero sin la posibilidad de convertirse en contratos definitivos, así mismo, contempla el acuerdo entre las partes para la suspensión no remunerada del contrato” (Porras 2010, 319).

A esto se suman las leyes Trole I y Trole II que se expidieron como respuesta a la crisis provocada por la dolarización, que urgió al país a vincularse al mercado internacional precarizando las condiciones laborales. La Trole I, por ejemplo, incorporó la contratación por horas, “entendiéndose además dentro de la remuneración por hora, los demás beneficios y el

descanso semanal, así como el que cualquiera de las partes puede dar por concluido el contrato de trabajo sin que medie la necesidad de indemnización” (Porrás 2010, 320).

De su lado, la Trole II fijó techos al reparto de utilidades, afectó la contratación colectiva al derogar el artículo del Código del Trabajo que permitía la celebración de contrato colectivo cuando exista una asociación de más de treinta trabajadores, reguló las huelgas, facilitó despidos e implementó los contratos eventuales de trabajo; sin embargo, varios de sus artículos fueron declarados inconstitucionales.

Otra modificación que vale la pena mencionar es la introducción de la tercerización en 1998, una figura que se usó excesivamente en todas las áreas de la economía nacional por medio de la cual una empresa principal encargaba una actividad a otra y cuyo atributo era dejar a los trabajadores fuera de la protección del Código de Trabajo.

Esa figura, junto con la intermediación laboral y la contratación por horas, fue disuelta con el Mandato Constituyente 8, aprobado en abril de 2008, con el fin de dar por terminada la “precarización laboral”. En el plazo de un año, las empresas principales debían vincular a sus nóminas a los empleados tercerizados, aunque se exceptuó de ello a ciertos servicios complementarios, lo que dejó abierta la posibilidad de mantener la figura de tercerización con otro nombre.

Aunque el Mandato 2, 4 y 8 se dibujaron como herramientas de justicia social, también establecieron nuevas condiciones para los empleados públicos, muchas consideradas un retroceso en materia de derechos. El Mandato 2, por ejemplo, limitó la remuneración mensual unificada máxima en todo el sector público, equivalente a veinte y cinco salarios básicos unificados del trabajador privado (SBUTP); asimismo:

Se establece que las liquidaciones e indemnizaciones por renuncia voluntaria, supresión de partida o retiro voluntario para acogerse a la jubilación de todos los servidores públicos, con excepción de los pertenecientes a las Fuerzas Armadas y la Policía, estarán en un rango de entre 7 y 210 SBUTP (Cano 2010, 296).

Además, el Mandato 8 puso en revisión todos los contratos colectivos del sector público y facultó la desorganización sindical. Así, mientras por un lado posicionaba la idea de la recuperación de los derechos laborales, por otro desprestigiaba a los colectivos sindicales, lo que fue percibido como una honda contradicción del Gobierno.

Más adelante vinieron otros ajustes, como la Ley de Justicia Laboral, la enmienda constitucional sobre temas laborales y la de promoción del trabajo juvenil. En la primera, por

ejemplo, se dispuso que el contrato a plazo indefinido sea la principal modalidad principal de trabajo y se estableció un límite de hasta 24 salarios básicos para las utilidades.

La ley también permitió la afiliación al IESS a las trabajadoras no remuneradas del hogar. Otros cambios han sido el aumento del salario básico, la incorporación de las trabajadoras domésticas en el grupo de personas que reciben este valor, la penalización de la no afiliación a la seguridad social, los mejoramientos de sueldos base para los trabajadores de determinados sectores, la aplicación del salario digno, etc.

2.1.2. La política laboral del FMI, autoritarismo de mercado y normas laborales

Mientras las reformas laborales han ido a su ritmo, la economía y el financiamiento del país, también. Entre 1961 y 1972 Ecuador suscribió nueve acuerdos con el Fondo Monetario Internacional (FMI). Luego, entre 1983 y 2019 firmó doce cartas de intención con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y lo ha hecho, precisamente, en momentos de crisis profundizando su endeudamiento externo. La penúltima carta de intención fue suscrita en 2003 durante el Gobierno de Lucio Gutiérrez, y tras la llegada de Rafael Correa al poder esta figura dejó de ser considerada como un instrumento de financiamiento. En esta época, incluso, Ecuador dejó de pagar sus compromisos internacionales y cortó relaciones con multilaterales como el FMI.

¿Pero cómo trabaja el FMI en los países en vías de desarrollo? Resulta que cuando la magnitud de la deuda y el retraso en los servicios de la misma ponen de manifiesto la imposibilidad de un país de pagarla en las condiciones pactadas, el Fondo propone como solución las políticas de ajuste, “estas políticas son la condición que se impone a los países deudores que necesitan imperativamente renegociar la deuda y seguir teniendo acceso a los mercados financieros internacionales” (Espinoza 2003, 44), de modo que el Estado que desee tener acceso al crédito internacional debe ajustarse a los principios directores del FMI.

En el caso ecuatoriano, en 1983, durante la presidencia de Oswaldo Hurtado, se buscó prevenir un deterioro adicional de la balanza de pagos acogiendo algunas medidas, “por ejemplo, el sucre en el mercado oficial fue devaluado de \$ 25 a \$ 33 por dólar (32% en términos de sures)” (Espinoza 2003, 48) y en mayo de 1982, “los precios internos de la gasolina se duplicaron, se eliminaron los subsidios al trigo, se incrementaron las tasas de interés y se restringió fuertemente la creación de crédito por parte del Banco Central” (Espinoza 2003, 48).

Ante este escenario, el Gobierno reconoció la necesidad de estructurar políticas de ajuste dentro de un contexto a mediano plazo cuyo fin es el de mantener la competitividad internacional y promover el crecimiento económico sostenido, por lo que durante 1983 se realizó reformas al sistema cambiario, reacondicionando las finanzas públicas, estableciendo controles y normas adecuados sobre el endeudamiento externo del sector público (Espinoza 2003, 49).

De esta manera, el país solicita al Fondo Monetario Internacional un acuerdo de crédito contingente a un año por la cantidad equivalente a Derechos Especiales de Giro (DEG) 157,7 millones de recursos ordinarios y fondos prestados. Al año siguiente, el país suscribe una nueva carta de intención en la que se incluyen en el memorando:

Los límites al endeudamiento neto del sector público no financiero, a los activos internos netos del Banco Central del Ecuador, las metas de la reserva monetaria internacional neta del Banco Central y los límites a los saldos pendientes de la deuda pública externa y aquella garantizada por el sector público, con vencimientos originales de hasta e incluso 12 años (Espinoza 2003, 51).

Se firmaron cartas de intención también en 1984, 1985, 1986, 1987, 1989, 1990, 1991, 1993, 1994, 1995, 2000, 2003 y 2019. Con la penúltima carta, el Gobierno solicitó al Fondo Monetario Internacional un acuerdo de Derecho de Giro (stand-by) de 13 meses por un monto de DEG \$ 151 millones, con el objetivo o el fin de implementar políticas que faciliten la creación e implementación de condiciones para un crecimiento sostenido, pero como reflexiona Juan Paz y Miño, las políticas del FMI desde siempre se han concentrado en reducir, de algún modo, a los estados y otros objetivos como:

Privatizar bienes y servicios públicos, reformar impuestos, flexibilizar el trabajo y liberalizar los mercados el modelo teórico del Fondo tenía como eje el desarrollo y crecimiento de la empresa privada como motor de la economía, a la cual había que otorgarle el marco institucional que responda a sus intereses y todas las garantías necesarias para su libertad (Paz y Miño 2019, 24).

Es decir, se trata de un modelo capitalista de los más puros, porque no tiene beneficios como el capitalismo social. Con esto han coincidido a lo largo del tiempo los empresarios, quienes tenían las riendas de la economía nacional por décadas. Sin embargo, se ha comprobado que en los anteriores acuerdos y convenios que tuvo el Ecuador con el FMI mejoró de alguna manera la economía nacional, menos aún las condiciones sociales de las personas (Paz y Miño 2019, 32), es más, deterioró “sistemáticamente las condiciones de vida y de trabajo de la población y, finalmente, minó la institucionalidad nacional y hasta la gobernabilidad, expresada en la crisis política de 1996-2006, con la sucesión de siete gobiernos y una efímera dictadura” (Paz y Miño 2019, 35).

De allí que la lógica que intentó imponer Correa al desterrar en 2008 al Fondo fue un golpe para las élites que estaban acostumbradas a estos mecanismos y un intento de propaganda política por demostrar que el país podía dejar de lado las viejas recetas de financiamiento. A pesar de ello, Correa sí recurrió al FMI en 2014 para solicitar su aval en la colocación de bonos soberanos en el mercado internacional luego en 2016 para obtener un crédito emergente de 364 millones de dólares (Paz y Miño 2019).

La distancia con el multilateral funcionó mientras la bonanza petrolera duró en el país, hasta 2014, a partir de allí el ajuste de las cuentas nacionales y la presión del déficit sobre las mismas volvió inevitable la reconstrucción de la relación con el FMI. Una tarea que ya no estuvo a cargo de Correa, sino de su sucesor. La preocupación en el entorno actual es que el nuevo acercamiento con el organismo viene con condiciones más severas debido a las necesidades que tiene el Ecuador en este momento para disminuir la brecha fiscal y evitar un deterioro aún mayor de los índices sociales. Es decir, la desesperación juega en contra del país.

2.1.3. Desempleo y firma con el FMI

En la actualidad se vive un cambio transcendental gracias al desarrollo de la tecnología, se trata de un proceso que llega con la globalización y afecta, de manera directa, a varios ámbitos de la vida humana como el económico, social, cultural, político y tecnológico. La mediatización de la agenda política de las reformas laborales en Ecuador 2019 es un tema de mucha importancia.

En Ecuador, según la última encuesta de empleo, pobreza y desigualdad (INEC 2019), 6 de cada 10 personas no cuentan con un empleo adecuado, fijo, con derechos; es decir trabajan más o menos de las 40 horas laborables por semana y perciben menos del salario básico unificado en el país (394 dólares americanos).

En la capital la tasa de subempleo alcanzó el 14,3% en junio de 2019, un incremento en relación al 9,9% de junio de 2018. Uno de los factores que pudo incidir en esta tasa para Jiménez (2019), director técnico de la Cámara de Industrias y Producción (CIP), es que la construcción del Metro ya terminó su fase de mano de obra en la que se generaron 20.000 plazas de empleo entre directos e indirectos.

Adicionalmente, la población económicamente activa (PEA) creció en la ciudad en un 8% este año, por lo que existen más personas en el mercado laboral, teniendo el flujo migratorio que la capital recibe. En Guayaquil la PEA creció un 5%. Hay que tener en cuenta que desde

un sector del Estado y del empresariado nacional urge, en sus propias palabras textuales, dar paso a las reformas laborales a fin de dinamizar la contratación laboral y brindar más oportunidades para todos los ecuatorianos.

Uno de los grupos que mayor desempleo registrado corresponde al de los jóvenes, de 15 a 24 años, con una tasa de 10,3%, más del doble del desempleo a nivel nacional que es de 4,4%. Además, de acuerdo con las cifras de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2018) el 20% de los nuevos emprendimientos, o pequeños negocios fracasan en menos de un año. Ante ese escenario el sector empresarial presentó su postura desde marzo de 2019 ante el Consejo Nacional del Trabajo y Salarios, se trata de un organismo tripartito (integrado por el Gobierno, empleadores y trabajadores) de carácter consultivo y técnico encargado de llevar adelante el diálogo social sobre políticas y acciones relacionadas al trabajo, empleo y salarios, el mismo que estaría legitimado por ley y por los convenios internacionales (CEE, 2019). Este organismo está integrado por: delegados de los empleadores: sectores manufactura, agricultura, turismo, exportación, comercio e industria; delegados de los trabajadores: Confederación de Trabajadores del Ecuador, CTE (brazo del FUT), Federación de Trabajadores Públicos y Privados (FTPP), y Central Unitaria de Trabajadores (CUT); y, delegados del Gobierno Nacional: Ministro del Trabajo.

Además, a lo ya señalado en esta parte, existe otro complemento importante a este contexto. El 1 de marzo de 2019 Ecuador firmó un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), en la carta de intención se señala:

Ecuador requiere una reforma laboral urgente que ayude a reducir la informalidad – particularmente de mujeres y de trabajadores jóvenes– e incremente la predisposición de los emprendedores y las empresas para contratar trabajadores y crecer. Una reforma laboral implica adaptarse a las condiciones del mercado y de la sociedad retirando cuidadosamente las restricciones actuales que resultan en menores oportunidades para las personas que no tienen un empleo. Con esta reforma disminuirémos gradualmente los costos implícitos de contratación y generaremos incentivos para la creación de empleos y para el crecimiento de pequeñas y medianas empresas. Esta reforma permitirá que el actual mercado del trabajo converja hacia uno que se adapte adecuadamente a las necesidades de distintos sectores y responda a las necesidades de las mujeres y los jóvenes (Martínez 2019, 128).

Para que las reformas impulsadas desde el Gobierno y desde el sector privado tengan el peso necesario en la ciudadanía y en la opinión pública se necesita de un actor clave, que responda a sus propios intereses y maneja su propia agenda, los medios de comunicación. Si bien como señala Neffa (2003):

El trabajo es una actividad específicamente humana, presentamos sus diversas dimensiones, enriqueciendo su significado a partir de la corriente teórica de psicodinámica del trabajo e

indagando acerca de su papel en la construcción de la identidad de los trabajadores, en un intento por determinar si se trata de una necesidad antropológica (que fundamenta el derecho al trabajo y al empleo), de un valor esencial que permanece, aunque al mismo tiempo se transforme (Neffa 2003, 114).

Justamente ahí, en la sensibilidad de un tema humano –como el desempleo- es donde los métodos y procesos mediáticos en acción buscan respaldar sus argumentos y generar una opinión pública que de cierta manera justifique las acciones emprendidas al sacrificar derechos humanos y laborales. La aplicación de lógicas de mercado aupadas en lógicas humanas propias del ser. “El estudio de la mediatización involucra las variadas formas en las que diferentes medios podrían influenciar el contenido textual y la interacción entre los emisores y receptores dentro de contextos particulares” (Hjarvard 2016, 54).

2.1.4. El preámbulo de la gran reforma: acuerdo con el FMI 2019

La situación económica del país en perspectiva hasta 2023 es crítica y las cifras lo muestran. Parafraseando brevemente un reporte de la Consultora Multiplica (2019) establece que el país tendrá:

1. Un crecimiento promedio de apenas 0,3% hasta 2021, frente a una población que crece al 1,5% anual, casi cinco veces más, es un escenario que engloba el persistente deterioro de la situación económica de los ciudadanos hasta el fin de este Gobierno.
2. Tendencias deflacionarias —devaluación interna— que dejan ver debilidades en la demanda y un frenazo de precios en algunos segmentos para redimensionarlos y volver a niveles más competitivos.
3. Un decrecimiento promedio del PIB per cápita en -0,5% de 2019 a 2021, o un magro crecimiento de 1,18% de 2019 a 2023, corroborando que habrá deterioro de la calidad de vida de los ciudadanos.
4. La inversión extranjera directa (IED) está severamente limitada en este y los próximos años por condiciones estructurales e institucionales del país, que no logra atraer a los inversionistas. Se prevé que la inversión no superará el 1,4% del PIB por año ni siquiera en la etapa de expansión, en 2023.
5. Las reservas internacionales netas cayeron a niveles negativos al cierre de 2017 de \$ - 2.271 millones y a fines de 2018 de \$ -1.667 M, sobre todo por un desequilibrio fiscal más agudo en ambos años. Recién a partir de este año retomarían un nivel positivo y creciente, pues la corrección fiscal y las medidas de autonomía institucional del Banco Central ya adoptadas contribuirían a ello.

6. Las necesidades brutas de financiamiento fueron desproporcionadas en años anteriores: \$ 17.475 millones en 2017, \$ 8.889 M en 2018.
7. Los flujos netos del sector externo público muestran ingresos en 2019 y salidas tan importantes que resulta negativo, ya que el pago de amortizaciones –un rubro inflexible que se mantuvo creciendo- será mayor que los ingresos.

Con estos siete parámetros anteriores (Consultora Multiplica 2019) se entiende la gravedad de la situación fiscal del país que se sintetiza en un problema fiscal, monetario, del sector externo, de endeudamiento, falta de competitividad y empleo, entre otros. A más del gasto sin control del gobierno pasado, no existió una lógica de ahorro que sirviera como tabla de salvación en momentos complicados. A esto se suman los múltiples casos de corrupción que se llevaron aún más dinero de las arcas fiscales.

De acuerdo con un análisis de Luis Fierro, “durante la década de gobierno de Rafael Correa y Alianza PAIS, el Estado recibió ingresos por encima de los 300.000 millones de dólares” (Fierro 2019). Adicionalmente, la deuda pública (interna y externa), que había descendido a 17,5% del PIB en 2012, casi se triplicó a 45,4 % del PIB en 2017 (superando los límites legales. Los créditos contratados, incluyendo créditos de anticipo de venta petrolera a China (ilegales e inconstitucionales) y la emisión de bonos, tenían elevadas tasas de interés, y plazos relativamente cortos.

El problema se agravó aún más cuando Moreno persistió en la política de endeudamiento y déficit, con la selección de ministros ligados al régimen anterior (Carlos de la Torre y María Elsa Viteri), hasta que finalmente nombró al Ministro Richard Martínez en mayo 2018, quien comenzó a tratar de deshacer el entuerto (Fierro 2019).

Lo que propone el programa del FMI es aumentar los ingresos del fisco, reducir el gasto público, mejorar el perfil de la deuda externa (con tasas más bajas y plazos más extensos), y adoptar ciertas reformas estructurales que busquen atraer la inversión y, por ende, generar empleo (principalmente en el sector privado). En resumen, las principales medidas descritas en la carta de intención son:

- Reducir el empleo público
- Reducir los sueldos en el sector público
- Continuar con la reducción de los subsidios a los combustibles
- Reformar el sistema tributario

- Reducir o eliminar el “impuesto a la salida de divisas”
- Establecer un mejor sistema para fijar prioridades en el gasto e inversión públicos
- Fortalecer la autonomía y la capacidad del Banco Central del Ecuador
- Reformar el mercado laboral quitando las regulaciones excesivas para el despido de trabajadores y flexibilizando el mercado laboral
- Mejorar el sistema de pensiones de personas de la tercera edad de bajos ingresos
- Mejorar la focalización de los programas sociales
- Aumentar la transparencia y combatir la corrupción

Como se observa, las reformas laborales son un gran eje de las condiciones planteadas por el Fondo para el desembolso total de los \$ 4.200 millones comprometidos. De allí que es real la urgencia del Gobierno por concretar la presentación del proyecto de ley. Sin embargo, no es menos cierto que el costo social de las medidas será severo. Se prevé como inevitable un deterioro de los indicadores sociales, y a pesar de que el FMI insiste en que el Gobierno debe velar porque aquello no ocurra, las condiciones que el propio organismo exige vuelven imposible sostener las mejoras que el país ha experimentado en sectores como la salud, la educación y la pobreza. La presión de las metas que el país debe cumplir desembocará, sin duda, en un retroceso de las garantías laborales teniendo a los más vulnerables como los grandes perdedores.

2.1.5. Las propuestas de reformas laborales

Eliminación del recargo del 35% a los contratos ocasional y eventual mediante la modificación del artículo 17 del actual Código Orgánico del Trabajo.

El Contrato eventual se ha utilizado tradicionalmente para reemplazos o para atender una mayor demanda de producción o servicios en las empresas. De acuerdo con la actual normativa este ofrece la posibilidad de contratar hasta 180 días continuos o discontinuos en un período anual. Sin embargo, desde que se implementó el recargo de 35% sobre el valor del salario básico sectorial que el empresario debe pagar, esta modalidad de contratación se volvió costosa y por ese motivo los empleadores dejaron de utilizarla.

Con el actual acuerdo y la eliminación de este recargo, desde la perspectiva del FMI se busca generar un incentivo para que las empresas utilicen más este tipo de contrato en circunstancias puntuales, como cuando una trabajadora fija se acoge al permiso por maternidad o

enfermedad; o alguien viaja por capacitación. Por ese motivo, esta reforma será una puerta de entrada a nuevos trabajadores.

Contrato de emprendimiento y nueva inversión: Se trata de un contrato que se celebra para desarrollar nuevos emprendimientos o nuevas inversiones por parte de personas naturales y jurídicas, nuevas o existentes, que tendrán una duración de hasta 3 años para el desarrollo y consolidación de un nuevo emprendimiento o nueva inversión. Para la aplicación y control de este contrato es necesario que el empleador presente un plan de inversión ante el Ministerio de Trabajo en que se determine no solo en qué consistirá el nuevo negocio sino además el número de trabajadores a contratar.

Nuevas opciones de jornadas de Trabajo, cambio en el artículo 47: Previo acuerdo escrito entre las partes, cuando el giro del negocio lo amerite y se efectúe el registro en el sistema informático del ente rector del trabajo, la jornada semanal de 40 horas podrá cumplirse en hasta 6 días a la semana, sin superar las 12 horas diarias de trabajo. Se pagará el debido recargo de ley por cada hora adicional de trabajo, una vez cumplidas las 40 horas semanales.

En ese contexto la Cámara de Industrias y Producción (CIP) se ha pronunciado varias veces con este mensaje:

Estamos proponiendo alternativas que generen oportunidades de empleo de calidad a los ecuatorianos, considerando la realidad y dinámica de las actividades productivas, en un escenario mundial y de visión generacional que se transforma constantemente. En ese sentido, destacamos el acuerdo alcanzado en el Consejo Nacional del Trabajo y Salarios -órgano tripartito legítimo de diálogo social- como un primer paso para la actualización de la normativa laboral, para beneficio de esos 6 de cada 10 ecuatorianos que están en el desempleo o en el empleo sin derechos (Cámara de Industrias y Producción).

Mientras que por el lado de los sindicalistas, a pesar de que están representados en el Consejo Nacional del Trabajo y Salarios, se quejan y dicen que la reforma va a precarizar los derechos de los trabajadores: “Quieren flexibilizar la jornada laboral porque no quieren pagar horas extras, atentando al Código del Trabajo. Por otro lado, con respecto al contrato ocasional, quieren quitar el 35% quitando ese ingreso a varias personas. Mientras que el contrato de emprendedores es donde más nos ultrajan, plantean un contrato de prueba de 3 años. Nos tratan de ignorantes y no nos dicen la verdad; rechazando esto defenderemos a los trabajadores nuevos” (Tatamuez 2019, 58). En los meses de marzo a diciembre de 2019 el tema ha ocupado la agenda mediática nacional. Las posturas son variadas.

En Ecuador, el uso político que se dio a los medios y a los periodistas entre 2007 y 2017 no ha tenido precedentes. Por un lado, el Gobierno de Rafael Correa orquestó un sistema que

desdibujó los límites entre lo mediático y lo político, volviéndolos uno solo. En esa época, los periodistas que trabajaban para medios estatales cumplían una labor de relacionistas públicos más que de reporteros; no se sabía dónde terminaba el trabajo periodístico y dónde empezaba la difusión política. El rol mediático fue cooptado por el sistema político y quienes fueron usados para ello hasta ahora viven estigmatizados por haberse prestado al juego.

Del otro lado ocurrió algo similar. Cientos de trabajadores de la comunicación en medios privados pasaron de periodistas a militantes, entrando en una riña permanente con el gobierno de turno y aupados, en cambio, por el empresariado y la banca que fueron acorralados legalmente para dejar los medios de comunicación. Y aunque esto se logró parcialmente, los voceros de sus intereses permanecieron; pocos fueron los periodistas independientes que optaron por cultivar una línea de trabajo distante de uno u otro poder y que hoy son referencia de un nuevo periodismo nacional posicionado a través de los medios digitales.

Esto ocurre sobre todo en sociedades tan polarizadas como la ecuatoriana, donde se ha demostrado que la instrumentación entre medios y partidos es recíproca y que los medios ya no se conforman con mediar, “sino que intentan mediatizar la política y definirla de acuerdo con sus propios intereses” (Chavero *et. al.* 2013, 4-5).

Un ejemplo práctico para entender aquello en el país son las elecciones presidenciales de 2017; la segunda vuelta específicamente. Aunque finalmente Lenín Moreno se hizo con la primera magistratura, con 51,16% de los votos, la aceptación de ese resultado no fue inmediata. Luego de cerrarse las urnas, los medios de comunicación mostraban números diferentes. Durante horas los ciudadanos vivimos en realidades paralelas; unas que le daban la victoria irrefutable a Moreno y otras que tenían como vencedor a su contrincante, Guillermo Lasso. Las encuestas a boca de urna fueron los principales instrumentos utilizados por los partidos y por los medios para intentar dibujar una realidad a medida. Los porcentajes mostrados en pantalla parecían ser suficientes para decidir quién era el nuevo presidente de los ecuatorianos y como nunca antes quedó en evidencia esa constante negociación a la que se someten los agentes políticos y mediáticos. Procesos similares ocurren con casi todos los temas, según el nivel de importancia que se les dé, es decir, según la tematización que generen.

En las elecciones seccionales recientes, en Ecuador, cada aspirante a una u otra alcaldía del país (sobre todo en ciudades grandes) presentó una encuesta que lo daba por ganador, es decir, todos eran ganadores. En este juego, algunos medios decidieron relevar una u otra opción

política, a veces casi sin cuestionamientos. Este tipo de prácticas deja ver que el proceso de mediatización es bastante más difícil de entender si no conocemos qué o quién está por detrás.

En el país, por ejemplo, existen pocos ejercicios de periodismo colaborativo en medios digitales, y ninguno en medios tradicionales. Si bien se ha desarrollado una cultura de protección al trabajo periodístico, se ha unificado el discurso de la prensa y se ha buscado construir una estructura de defensa a la libertad de expresión, estos intentos han provenido de los propios periodistas, pero no de los directivos ni de los dueños de los medios de comunicación, que son quienes deciden cómo manejar la agenda mediática y cómo enfrentarse a la agenda política, por lo que ver a los medios como una sola institución aún es una tarea inexplorada, al menos en Ecuador.

En Ecuador esa brecha digital aún es amplia y según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) disminuye lentamente. La última encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicación reveló que apenas 37,2% de hogares a escala nacional tiene acceso a internet (INEC, 2018), porcentaje que no ha variado en el último año. En el sector urbano esa tasa llega a 46,6% y en el rural a apenas 16,1%. A esto se suma que de acuerdo con el Latinobarómetro (2018) solo 18% de la ciudadanía ecuatoriana confía en los partidos políticos, mientras 44% lo hace en los medios de comunicación.

En Ecuador este cambio se produjo más claramente con el quiebre de 1999, no inmediatamente, pero sí años después. La debacle del sistema financiero ubicó a los agentes económicos y políticos en niveles de confianza nulos, y si bien muchos de los medios de comunicación estaban atados a ellos e incluso actuaron en su defensa, otros vieron allí la oportunidad para desvincularse e intentar reconectarse con la sociedad, pero los hilos del sistema económico siempre se mantuvieron. El giro llega con Rafael Correa, quien puso a la comunicación como alfil de su trabajo fortaleciendo los medios de comunicación estatales existentes y controlando 12 más vinculados a los banqueros (Jordán y Panchana 2008).

A través de ellos, Correa logró impulsar el voto de la población a favor de la nueva Constitución en 2008 y lo que vino después fue la construcción de un completo emporio mediático que empezó a disputarse la agenda política con nuevos enemigos: los medios privados no alineados, convertidos en oposición desde el propio discurso gubernamental. Ese episodio facilita la comprensión de cómo en los últimos años, al menos en el país, los medios privados entraron en el juego y pasaron a pelear por la arena política a través de fuertes procesos de mediatización que hoy se reconfiguran frente a un Gobierno más débil.

Con las reformas laborales ocurrió así, durante tres semanas los medios escritos tradicionales a diario presentaron el tema en sus páginas centrales, incluso presionando a las autoridades por la presentación de ley a la Asamblea Nacional. Luego de un tiempo, y con nuevos acontecimientos encima, las reformas laborales pasaron a un segundo plano, por decirlo menos. Pero ocurre además que el tema vuelve al centro mediático cuando sus interlocutores son los empresarios y no los trabajadores.

El tema (reformas laborales) pasó a ser parte de la agenda política y mediática cuando se registró la necesidad de dar respuestas pragmáticas al Fondo Monetario Internacional (FMI) tras la suscripción del acuerdo que, entre sus condiciones, planteó la necesidad de reformular las normativas laborales y ofrecer ciertos niveles de flexibilización que favorezcan a los empresarios. Claro que el discurso se enmarcó en la urgencia de disminuir el desempleo y aumentar la competitividad, y para ello buscar nuevas alternativas de contratación que facilitaran a las compañías generar trabajo sin tanta carga presupuestaria.

Dentro de estas categorías, las reformas laborales pertenecerían al carácter primordial del Estado: problemas considerados centrales para un país y sobre los que el gobierno debe hacer algo, pues la problemática del empleo subyace a otros intereses ciudadanos que buscan respuesta desde el Estado. Tanto la preocupación por el desempleo, como la potencial pérdida de derechos laborales adquiridos a través de la lucha sindical inquieta a la opinión pública, especialmente por la falta de certezas al respecto, por lo que la primera categoría mencionada por Lang y Lang también tiene cabida en el análisis.

Esto ocurre además cuando son los medios tradicionales los que dan seguimiento al tema, pues su impacto aún es superior al de los medios digitales. Si a esto se suma un eje de espectacularidad se vuelve incluso más sencillo establecer la agenda a través de estos canales. En el caso ecuatoriano, la huelga de hambre de los jubilados que demandaban el pago de sus haberes y que ocurrió simultáneamente a la propuesta de reforma laboral, facilitó posicionar el tema en la opinión pública. De alguna manera, los medios vincularon el impacto social del drama de los jubilados con las reformas laborales. Este momento de espectacularidad dio a los medios la oportunidad de alinear su discurso en torno al tema y despertar la inquietud de la ciudadanía que teme cualquier retroceso en materia laboral y de seguridad social.

Las reformas laborales tuvieron su apogeo mediático entre el 15 de mayo y el 17 de junio de 2019; en ese lapso los medios tradicionales abordaron casi a diario el tema, desde diversos enfoques, como se ha analizado previamente. Sin embargo, la problemática perdió fuerza periodística los siguientes meses, para recuperarla nuevamente en diciembre, a puertas de la

definición del nuevo Salario Básico Unificado (SBU) para 2020 y del anuncio de que el proyecto de ley se entregará hasta antes de que culmine el año.

El periodo especificado por McCombs (2006), de una a ocho semanas, encaja perfectamente con lo que ocurrió entre mayo y junio de 2019 con las reformas laborales, que durante ese tiempo fueron parte de la Agenda *Setting* de los medios más grandes del país.

En mayo de 2019, cuando inició la discusión de las reformas laborales, los medios tradicionales lograron tematizar el asunto. Se informó de cada una de las propuestas, de los puntos de vista de empresarios, Gobierno y trabajadores; se desmenuzaron una a una las alternativas y cada día hubo una agenda noticiosa al respecto. Pero aquello dio un giro cuando nuevos temas ocuparon el interés de los actores simultáneamente, entre ellos, la primera evaluación que hizo el FMI al acuerdo con Ecuador, la muerte del presidente del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social de transición, Julio César Trujillo, y la fugaz posesión y posterior destitución de los flamantes consejeros de ese mismo organismo, que fueron electos en votación popular. Nuevas tematizaciones aparecieron con evidentes intereses, relegando casi en su totalidad a las reformas laborales.

Así, durante todo el mes de mayo, los grandes medios tematizaron a las reformas laborales, cobijando a todos sus actores, incluido el Gobierno. Pero esta tematización se justificó además en las estadísticas, pues la falta de empleo y la situación económica siguen siendo las principales inquietudes del ecuatoriano, tal como lo muestran las más recientes estadísticas de Cedatos, que indican que para la población las mayores preocupaciones son las económicas (29,1%), el desempleo (28,5%) y el manejo del Gobierno y de la situación política (12,5%). Es decir, 57,6% de ecuatorianos está preocupado por la economía, de la cual es parte el empleo, y eso no ha variado en el último año. Con estos datos en la mano -a modo de justificación- a los medios les resulta más sencillo empequeñecer su agenda y posicionar estos temas que se vuelven relevantes para el ciudadano promedio.

La noticia se desarrolló desde varios frentes, casi a día seguido los grandes medios entrevistaron a sindicalistas, empresarios y autoridades. Se insistió en los principales cambios planteados, en los beneficios y las desventajas y, sobre todo, los medios se presionaron la presentación del proyecto de ley exigiendo fechas de entrega al ministro de Trabajo y también a los involucrados.

No bastaron uno, sino dos ministros para seguir hablando del tema. Además, se llevaron a cabo 75 mesas de diálogo comandadas por el ministerio del ramo sin que el proyecto termine

de cuajar, de tal forma que por tres ocasiones se pospuso la presentación del documento en el Legislativo a lo largo de ocho meses.

Las reuniones del Consejo Nacional de Trabajo y Salarios (CNTS) pasaron de una a cuatro al año con la intención de generar política pública en torno al tema, pero se estancaron ante las reticencias de los empresarios y los trabajadores, esto a pesar de que el 15 de mayo hubo tres primeros acuerdos que se expusieron a la prensa: la posibilidad de distribuir la jornada laboral de 40 horas semanales en seis días en lugar de cinco (como es actualmente), la eliminación del recargo del 35% en los contratos eventuales, y el mantenimiento del pago por jornada nocturna, del 50% en horas extra y 100% en días de descanso.

Capítulo 3. Estrategia metodológica

El presente capítulo proyecta dos facetas de análisis; la primera faceta hará énfasis en el análisis descriptivo por medio de la utilización de herramientas estadísticas, mientras que la segunda se llevará a cabo por medio de un análisis interpretativo que conjugará el análisis de los datos estadísticos y los enunciados puestos en manifiesto en los medios de comunicación. Todo esto con el fin de interpretar los datos estadísticos desde una perspectiva complementaria y cualitativa. En concordancia con el objetivo central de la presente tesis, este apartado se ubica sobre la posibilidad de tejer los hallazgos cuantitativos y cualitativos a modo de evidenciar los elementos que interactúan dentro de una línea temporal, así como también los actores implicados en la problemática laboral manifestada desde los medios impresos. En este sentido, se ha realizado una segmentación que dividirá en períodos la temática central de esta tesis, por ejemplo: como primer punto se plantea la propuesta de la reforma laboral que comienzan a posicionar los medios, dicho periodo se sitúa desde el mes de febrero del 2019 hasta fines de septiembre del mismo año; segundo, el debate que se genera con relación a temas laborales dentro del ámbito mediático y político en los meses de octubre del 2019 a mediados de marzo del 2020; tercero, el contexto de pandemia a fines de marzo del 2020 hasta inicios de junio; y, finalmente en el mes de junio del 2020 la aplicación de la ley humanitaria y su relación con la reformulación de la política laboral.

3.1. Estrategia metodológica

El presente trabajo tiene como finalidad indagar en la mediatización de la agenda política sobre la reforma laboral a partir de la carta de intención firmada con el FMI (2019). Para ello, se hará uso tanto metodología de tipo cuantitativa como cualitativa con el fin de enriquecer el análisis. En la parte cuantitativa se realiza el Análisis de Contenido (AC), como un instrumento que permite tener una visión general y caracterizada de las noticias que presentan tres medios impresos de alcance nacional, dos de tipo privado y uno de tipo público. En un segundo momento se aplica metodología cualitativa con el Análisis del Discurso (AD) para complementar el estudio, esta parte metodológica tiene el objetivo de precisar los datos interpretativos que se han obtenido con el enfoque cuantitativo, para ello se recogerá los principales elementos discursivos y los elementos enunciativos de los textos que formen parte de los resultados de las variables y del cruce de variables.

3.1.1. Objeto de análisis³

El objeto de análisis está conformado por prensa gráfica ecuatoriana en los cuales se realiza la investigación, en este caso son: El Comercio, El Universo y El Telégrafo, con el fin de identificar la posición editorial desde la perspectiva del medio público y desde la de los privados, de tal manera que se puedan determinar los elementos o componentes que se usan en cada tipo de prensa gráfica, el espacio que se le da a cada actor, los imaginarios que se construyen en cuanto al tema de análisis, así como también, el posicionamiento del medio respecto a las relaciones del FMI con el Ecuador, las medidas y las reformas laborales y económicas.

La importancia de hacerlo desde el análisis de editorial y opinión es porque representa la posición de la prensa gráfica, se trata de cómo se reconocen y que piensan sobre determinado tema, actor o sector político, económico o social. Además, los tres periódicos de análisis presentan espacio para la voz de opinión de los ciudadanos y lectores de los medios, los columnistas. Justificando de alguna forma enriquecer el debate, la opinión y la libertad de expresión, por ello también forman parte de las unidades de análisis de esta investigación.

3.1.2. Prensa gráfica ecuatoriana

La presente investigación se enfoca en la prensa gráfica ecuatoriana, para ello se toma para caso de estudio tres medios de circulación nacional con el fin de abarcar un mayor número de unidades de análisis que brinden resultados más apegados a la realidad social. Los tres medios que son parte del estudio son: El Comercio, El Universo y El Telégrafo. La elección de dos medios privados y uno público se debe a que estos, en específico, son de circulación nacional, su contenido no se centra en el espectáculo y la farándula y se consideran periódicos de referencia, es decir, buscan mantener la credibilidad de sus productos y notas informativas, al igual que ofrecer varias fuentes y testimonios para respaldar sus historias, también difunden análisis críticos sobre temas actuales y siempre acatan normas y responsabilidades. A continuación se detalla y se realiza un breve paso por la historia y actualidad de cada diario con el fin de explicar porqué forman parte de esta investigación.

³ Parte de este subtema fue presentado en la materia de Instrumentos de análisis cuantitativo con la docente Palmira Chavero.

3.1.3. El Comercio⁴

Cuando en 1906 diario El Comercio inició su operación, todo estaba ligado a su otra actividad principal: el alquiler de coches. Fue como si el diario naciera con el objetivo de tener solamente rentabilidad económica ó de impulsar la rentabilidad de otros negocios ya encaminados. Por esos días no había periodistas suficientemente formados y en la práctica trataron de corregir esta notable debilidad. Sin embargo, el momento y el entorno jugarían a su favor. Con una idea mínima de la actividad y “al ver la luz” en una ciudad aislada del puerto -desde donde venían las noticias- El Comercio logró ganar espacio en un lugar con poca ó nula presencia de noticias e información real, de ahí que, en su mayoría, al menos durante la primera mitad del siglo XX ese diario producía en sus páginas más publicidad que noticias en sí. No tanto porque no tuviese que contar, sino mas bien como una consecuencia a subsistir, a “mantenerse a flote”.

Existe otro capítulo no menos importante que acompañaría a su nacimiento. El Comercio se vio obligado a cerrar apenas al segundo día de iniciar sus operaciones porque precisamente el presidente Eloy Alfaro estaba llegando a Quito. Era el 2 de enero de 1906 y el diario paralizó sus operaciones durante un mes, como reacción a esto la disputa de la opinión pública se trasladaría de nuevo a las calles, polarizándo la ciudad en una disputa entre quienes aplaudían el más grandes proyecto nacional de Alfaro (hasta ese entonces, para muchos hasta hoy) que era la construcción del ferrocarril, y otros que veían más bien como una entrega a foráneos de la soberanía nacional, en esta segunda opinión se alineaba el diario; todo por el famoso “Contrato Charnacé” que conectaría Ambato con el Curaray con fondos europeos, a cambio de ceder territorio aledaño a la vía férrea (Ribadeneira 2006).

Ya desde 1911 los editoriales del diario apuntaban sus cañones hacia -lo que se convertiría para muchos en el descubrimiento de su verdadera razón de ser- un cambio de gobernante, justificando acciones en contra de un presidente con “ideas liberales”. Y si bien el diario incidió poco en dichas acciones del 28 de enero de 1912, el despertar de su alcance político había florecido dando cuenta del poder que podían llegar a tener, así empezaron acciones más dirigidas y elaboradas hacia su audiencia. El éxito respondió de inmediato. Siendo el primer diario de la ciudad (Quito) y el segundo del país El Comercio empezó a calar hondo en sus consumidores y en la historia, es así por ejemplo como se atribuyen la creación de las tradicionales celebraciones a la ciudad: las fiestas de Quito, por ejemplo. La idea era parte del

⁴ Parte de este subtema fue presentado en la materia de Comunicación Política II con la docente Palmira Chavero.

vespertino Últimas Noticias, que se creó en 1938 como una acción clara de su estrategia de penetración en las tradiciones de sus ciudadanos y en la injerencia sobre sus organismos públicos, desplazando en funciones a magnas instituciones como el Ministerio de Cultura ó el de Educación. Es aquí, en este hito, donde se puede evidenciar la relación y semejanza con acciones modernas y presentes como el proceso de Mediatización, expuesto muchas décadas después. Desplazando, anulando y usurpando funciones de otros actores.

Cuenta Jorge Rivadeneira en sus testimonios sobre los 100 años de El Comercio que fue el periodista César Larrea, jefe de información del periódico, quien exhortó a revivir la serenata quiteña con música nacional.

La primera respuesta se dio en la noche del 5 de diciembre de 1959, cuando salieron a las calles los primeros serenateros y entonaron los albazos y los pasacalles.

Comenzó a perfilarse así una celebración que tomó forma en 1960 y se consolidó en 1961 con el “lanzamiento de la serenata” a cargo del dúo Benítez y Valencia en la Plaza Grande. La fiesta del 5 y 6 de diciembre se incorporó desde entonces a la historia de la capital de los ecuatorianos (Ribadeneira 2006, 176).

Un caso más para recordar es la transmisión de la guerra de los mundos. El Comercio ya no solo tenía a Ultimas Noticias, sino que también incorporó una radio entre sus instrumentos de expresión. No es casualidad que aquella noche del sábado 12 de febrero de 1949 la gente saliera a las calles en un caos total, pues desde la radio Quito emitieron una radionovela adaptada de “La guerra de los mundos” en donde avizoraban la llegada de extraterrestres a la ciudad capital.

Unos se refugiaron en sus propios domicilios, otros en las iglesias y, unos pocos, lograron obtener un medio de transporte para salir de la ciudad. Los camiones del Ejército y la Policía, carros de bomberos, ambulancias de la Cruz Roja que corrían hacia el norte de la ciudad, haciendo sonar sus sirenas, contribuyeron al temor (Ribadeneira 2006, 140).

Y luego, al escuchar que todo había sido una ficción la gente enfurecida se apostó en las instalaciones donde funcionaba la radio y la incendió, dejando un saldo de 6 muertos. De esa forma, a veces con planificación, a veces con imprudencia El Comercio ha ido enraizando su presencia en las experiencias y tradiciones que han marcado la vida de los Quiteños.

3.1.4. El Universo

Diario El Universo fue fundado en septiembre de 1921 por Ismael Pérez Pazmiño como consecuencia de la clausura del Diario El Universal, razón por la cual Pérez decide comprar

las instalaciones y al día siguiente se publica la primera edición de El Universo. La primera sede estuvo ubicada en Chimborazo. Para el año siguiente, 1922, este diario emitía 800 ejemplares al día y ocho años después, 1930, ese número ascendía a 11.800 ejemplares diarios. En el año de 1957 se estableció como slogan “El Mayor Diario Nacional”, mismo que se mantiene hasta la actualidad, en 1993 se tuvo la sede definitiva en el sur de Guayaquil. El tiraje dominical de este periódico es de 71.900 ejemplares, mientras que de lunes a sábado varía de 34 mil a 50 mil (El Universo s.f.).

El Universo se autodefine como un periódico independiente y pluralista, sus directores no emiten su opinión salvo en la sección editorial, según su página web, no da cabida a presiones externas, ya sean políticas o económicas (El Universo s.f.). Actualmente diario El Universo entrega 3 cuadernillos con un total de 9 secciones: Actualidad, Mundo, Economía y Negocios, El País, Opinión, Lectores, Seguridad, Cantones, Gran Guayaquil, Marcador y Vida y Estilo. Además tiene varios suplementos: Sambo, Mi Mundi, La Revista, Viva, Resumen de Fin de Año.

En el año 2011 recibió una demanda por injurias calumniosas por el, entonces, presidente Rafael Correa, esto debido a la publicación de un artículo de opinión del director Emilio Palacio. El 16 de febrero de 2012 la Corte Nacional de Justicia confirmó la condena a un pago de 30 millones de dólares y, además, tres años de cárcel para los tres directores del medio impreso, así mismo la Compañía Anónima El Universo también fue condenada a pagar 10 millones de dólares. Algunos días después más de cien periodistas latinoamericanos y españoles firmaron un manifiesto en el que calificaban de abuso de poder la actuación de Correa (El País 2012).

Para el 27 de febrero del mismo año Correa daba un anuncio a la nación en el que expuso que desistía de la demanda y juicio a diario El Universo, así como a Emilio Palacio perdonándolos por lo que habían hecho, ya que su intención había sido cumplida, pues buscaba demostrar que El Universo mentía, que un medio de comunicación es responsable por las opiniones vertidas por sus periodistas y que buscaba que la ciudadanía ya no tenga miedo de demandar a los medios de comunicación (El País 2012).

3.1.5. El Telégrafo

Diario El Telégrafo fue fundado el 16 de febrero de 1884 en Guayaquil por Juan Murillo Miró, siendo así el más antiguo del Ecuador. Este diario nació como un medio privado e

independiente pero actualmente pertenece al Estado ecuatoriano y se consolida como un medio público del país. El Telégrafo tiene ese nombre porque en el mismo año de su nacimiento en Ecuador también se instalaba el servicio telegráfico con lo cual se daba paso a una comunicación eficaz nueva hasta ese momento. Este medio de comunicación jugó un papel importante y clave en la Revolución Liberal, razón por la cual Murillo fue exiliado a Chile y el periódico tuvo que cerrar.

En el año de 1898 las acciones de El Telégrafo fueron compradas por el ambateño José Abel Castillo. En noviembre de 1922 este medio también jugó un papel importante en la denuncia y difusión de lo que ocurría en las calles, pues se asesinaron a centenares de obreros en Guayaquil y El Telégrafo fue el único medio que publicó la información y llenó sus páginas de denuncias sobre lo acaecido. Por este motivo Castillo fue amenazado de muerte y tuvo que salir del país, se radicó en Alemania por varios años mientras el periódico fue censurado por los gobiernos de turno.

En el año de 1923 se inauguró su actual edificio y cuatro años después Castillo regresó y retomó las riendas del periódico junto a sus hijos. Por las oficinas de este medio pasaron grandes escritores ecuatorianos como Manuel J. Calle, Medardo Ángel Silva, José H. Simmonds, Juan Emilio Murillo y Javier Maldonado, entre otros.

Entre 1999 y 2000 El Telégrafo fue propiedad del banquero Fernando Aspiazu Seminario, en el 2007 fue condenado por peculado tras la quiebra fraudulenta de su principal negocio, Banco del Progreso. Así el medio de comunicación pasó a manos del Estado, en ese momento Rafael Correa era presidente. El 17 de marzo de 2008 fue refundado como un diario público y la dirección estuvo a cargo de Rubén Montoya. El Telégrafo forma parte de la Empresa Coordinadora de Medios Públicos junto a otros medios: Diario El Tiempo, EcuadorTV, Radio Pública FM, Radio El Telégrafo (770 AM) y Radio La Prensa (100.1 FM).

Las secciones actuales del periódico son: Información General, Política, Macroeconomía, Quito Metropolitano, Guayaquil Metrópoli, Judicial, Cultura, Sociedad, País, Deportes, Mundo, Ciencia y Tecnología, Entretenimiento. Además, los días domingo publica el suplemento Cartón piedra y los días lunes más o menos. El 24 de julio de 2020 se dejó de imprimir y se despidió a sus trabajadores, un total de 526, esto como consecuencia de los acuerdos del Gobierno Nacional con el FMI y la Ley Humanitaria por la crisis sanitaria del COVID-19.

3.2. Unidades de análisis

Esta investigación se realiza en medios impresos ecuatorianos, específicamente en El Comercio, El Universo y El Telégrafo. Con el fin de responder a los objetos de estudios el análisis se realiza en la información que publica la prensa gráfica en su sección de editorial y opinión, es decir en el posicionamiento del medio frente a un tema específico, razón por la cual la unidad de análisis es cada nota editorial y opinión sobre el FMI, reformas laborales y medidas económicas en el Ecuador.

La elección de estos tres medios impresos responde a un primera factor común identificado. Tanto El Universo, El Comercio y El Telégrafo son periódicos centenarios de prestigio, que a lo largo de su trayectoria se han ganado un status de credibilidad e influencia para la sociedad ecuatoriana y también incluso en el mercado internacional.

Los dos primeros representan a los medios privados y el tercero a los medios públicos. Implícitamente en un primer estado del arte de investigaciones sobre la influencia de los medios de prensa ecuatorianos en la sociedad se puede constatar que en investigaciones anteriores de FLACSO, y UASB, Redalyc, entre otras bases indexadas, estos periódicos seleccionados también se han tomado en cuenta como fuente de referencia para los distintos análisis de opinión pública y el rol de los medios en ciertos temas.

De la misma manera, se opta por prensa escrita porque, en los análisis posteriores que se realizarán en la investigación del proyecto de tesis, se emplearán recursos de medición y análisis de palabras utilizadas, estilos periodísticos, diferentes géneros (notas, reportajes o artículos de opinión) y agendas temáticas tanto en las versiones escritas como de las tres webs de los periódicos. Según, el portal de estadísticas web Alexa.com, (al 30 de octubre, 2019) El Comercio ocupa la tercera web más visitada en Ecuador y El Universo le sigue en el puesto 4.

Otra factor de selección se basa en el alcance y los diferentes públicos objetivos de estos medios. El público objetivo de El Universo y El Comercio responde a las élites de Guayaquil, Quito y la ciudadanía de un nivel medio-alto, que cuenta con educación bachiller y estudios profesionales. Los dos tienen buena penetración a nivel nacional. El Comercio con 40.007 ejemplares cada día y El Universo con 41.260.

Asimismo, El Telégrafo, aunque tiene un tiraje impreso de 7.494 ejemplares llega de manera digital y se reparte en todas las dependencias públicas llegando así a los 500.000 funcionarios públicos del Ecuador. Este diario se elige para contrastar si está o no más alineado con las propuestas del Gobierno que los dos privados.

En un primer análisis cuantitativo realizado a base de un monitoreo entre marzo y julio de 2019, los resultados revelan que El Comercio publicó 83 notas referentes a las reformas laborales, El Universo 56 y El Telégrafo 42. De los cuales predominan entrevistas a los distintos actores de centrales sindicales, gremios empresariales; de cerca siguen los reportajes y en tercer lugar los artículos de opinión.

3.2.1. Géneros periodísticos

Dentro del presupuesto metodológico puesto en acción en la investigación “La mediatización de la agenda política de las reformas laborales en Ecuador 2019” se apunta a delimitar y a definir los géneros periodísticos que mejor, y más relevante contenido generen para el postulado de mediatización de la agenda política. En ese sentido he identificado los dos mejores géneros que responden a esta necesidad:

- Opinión
- Informativo

En el caso del primero los criterios de selección giraron en torno a dos factores importantes que se complementan y hasta se potencian el uno al otro: la intención por parte del medio de deslindarse de la responsabilidad del contenido generado por el periodista y la atribución de “libertad” por parte del medio al periodista provocando un contenido que se geste bajo criterios y juicios propios.

Por otro lado, el género informativo por su característica periodística goza y se nutre de la mayor cantidad de información generada desde los actores y las fuentes recurrentes inmersas en la producción de información. Lo que garantiza un entorno rico en exploración, con diversidad de voces e intereses en pugna hacia la aprobación o la desaprobación de las reformas laborales.

3.2.2. Temporalidad

En el tratamiento de la información generada por los medios a estudiar es indispensable ó de mucha ayuda trabajar sobre una línea de tiempo imaginaria que ayude a identificar los hechos noticiosos más significativos en torno a las reformas laborales, sembrados como hitos noticiosos a lo largo del estudio en mención. Estos hitos -identificados en el proceso de la generación de noticias- marcarán la hoja de ruta por la que pretende fluir esta investigación. El punto de partida, es decir, el primer hito significativo de esta Tesis es el acuerdo con el

FMI firmado en el mes de marzo del 2019. Según las proyecciones políticas al interior de la Asamblea Nacional el proyecto de ley de las reformas laborales debe debatirse y aprobarse antes de junio del 2020, lo que marcaría a esa fecha como el punto final del levantamiento de información del corpus de este trabajo académico.

3.3. Corpus de análisis

El corpus de análisis se conforma de los editoriales y artículos de opinión publicados en El Comercio, El Telégrafo y El Universo sobre el FMI, medidas y reformas económicas en el país durante los meses de febrero de 2019 a junio de 2020. Las unidades de análisis de El Comercio son 522, las de El Telégrafo son 356 y las de El Universo son 335, es decir, un total de 1.213 editoriales y artículos de opinión analizados.

3.4. Metodología cuantitativa: análisis de contenido⁵

El concepto del Análisis de Contenido propuesto por Jaime Andréu Abela en su libro *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*, señala con claridad que “todo contenido de un texto o una imagen pueden ser interpretado de una forma directa o manifiesta o de una forma soterrada de su sentido latente” (Andréu 2013, 2). Con esta reflexión, el investigador en mención postula a esta técnica como la más idónea para percibir ese texto, o información latente y oculta para expresar el sentido furtivo que el generador de información procura transmitir.

El análisis de contenido es una técnica de interpretación, ya sean textos, imágenes o videos o cualquier otra manera de presentar y registrar datos como una transcripción de entrevista o un discurso, asimismo observaciones, ponencias y más, lo cierto es que “el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social” (Andréu 2013, 2).

En este sentido, el análisis de contenido queda claro que no busca analizar el estilo de un texto, al contrario, lo que interesan son las ideas que contiene y se expresan allí, “siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse” (López 2002, 173). Este metodología tiene la característica de procurar la objetividad a través de la cuantificación de los textos y datos. De acuerdo con Laurance Bardin (2002) el análisis de contenido tiene dos funciones principales que se complementan:

⁵ Parte de este subtema fue presentado en la materia de Comunicación Política II con la docente Palmira Chavero.

Una función heurística: El análisis de contenido enriquece la vacilación exploratoria, aumenta la propensión al descubrimiento. Es el análisis de contenido ‘para ver’. Una función de administración de la prueba. De hipótesis bajo la forma de cuestiones o de afirmaciones provisionales que, sirviendo de líneas directrices, recurrirán al método de análisis sistemático para resultar verificadas en el sentido de una confirmación o una invalidación. Es el análisis de contenido ‘para probar’ (Bardin 1996, 22.).

De esta manera, estas dos funciones interactúan la una o con la otra reforzándose. Un poco más allá, en términos conceptuales Krippendorff define al análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff 1990). Aquí el autor deja clara la incorporación del término *contexto* como marco referencial donde se da lugar la producción de mensajes y significados. El contexto se convierte en el marco de referencia donde cobran sentido los datos que han sido expresados, así como los que están implícitos en el texto o imagen, además que facilita que el lector capte con mayor facilidad de qué trata el contenido y el significado del texto (Andréu 2013).

Este método también se caracteriza por su relación con el análisis de lenguaje, pues se realizan inferencias a partir del texto y los mensajes que se estudian, más aún lo que se emite entre líneas o lo que está oculto, aunque no todo es propiamente lingüístico, como por ejemplo un video o los símbolos. Es allí cuando llega uno de los momentos decisivos en esta metodología y para el investigador, pues se determina el significado de cada unidad de análisis, es decir, las variables que se analizarán en cada objeto de estudio (López 2002).

El análisis de contenido se enmarca en la investigación descriptiva, pues se trata de inferir, determinar e interpretar los elementos que se obtienen como parte del análisis caracterizado por la medición y cuantificación. El objetivo de este proceso es realizar deducciones lógicas, coherentes y razonables del mensaje que se analiza o, a su vez, del emisor y lo que pretende transmitir, siempre relacionándolo con el contexto.

Bardin (2002) indica que existen ciertas normas o reglas aplicables en el análisis de contenido a las categorías o variables de los objetos de estudio para que el análisis sea válido, estas deben ser: “homogéneas, exhaustivas, exclusivas, objetivas y adecuadas o pertinentes” (Bardin 2002, 27). La primera norma se debe a que las categorías no se deben mezclar sin razón, es decir, deben tener un horizonte y un objetivo de ser, que persigan el mismo tema de la investigación y no se dispersen o desvíen con otros temas que no pertenezcan al análisis.

En cuanto a exhaustivas es porque en la medida de lo posible hay que agotar la totalidad de los textos que están en las unidades de análisis. Exclusivas porque un elemento no puede

pertenecer o ser codificado en dos variables diferentes. Objetivas se debe a que otro investigador pueda realizar la codificación del primer investigador y deberá llegar a los mismos resultados. Finalmente, adecuadas y pertinentes porque deben estar adaptadas y tener relación directa con el contenido y el objetivo de la investigación.

De esta manera, los resultados que se obtengan del análisis de contenido pueden ser sometidos a verificación, esto es posible dado que se emplea una metodología objetiva, cuantitativa y sistemática. Es decir, el procedimiento metodológico del análisis de contenido que se realiza en una investigación, debe seguir normas que estén claramente determinadas y que sean aplicables a todo el corpus de análisis, es más, que otro investigador replique la metodología y obtenga los mismos resultados o incluso que se pueda tomar esta metodología y aplicarla en otra investigación, esto es objetiva y sistemática (Berelson 1952).

En un anterior momento se mencionó la inferencia como parte del proceso en esta metodología, de acuerdo con Hostil (1969), quien a partir del concepto de Berelson, indica que en el análisis de contenido es de suma importancia la formulación de inferencias, esto ayuda o facilita la identificación de características específicas en las unidades de análisis (Hostil 1969). Esto implica que el objetivo principal de esta metodología es realizar inferencias, sobre todo aquellas que están relacionadas con la comunicación simbólica.

De lo revisado hasta aquí y de las definiciones, al igual que de las características mencionadas, la autora Bardin (2002) señala lo siguiente respecto al análisis de contenido cuando lo conceptualiza como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción de contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes” (Bardin 2002, 32).

Una vez superadas todas las etapas necesarias para llevar a cabo satisfactoriamente la aplicación de esta herramienta metodológica, hacemos referencia al análisis de contenido. Se ha podido reconocer la necesidad de adoptar dos niveles de análisis a lo largo de esta investigación, dentro de la faceta cuantitativa. Es así como se ha considerado prudente recurrir, en primera instancia, a un análisis simple, mismo que se encuentra relacionado con la descripción (análisis descriptivo) de las variables, los datos y las tendencias implícitas en nuestras unidades de análisis.

Bajo esta misma perspectiva, y de forma complementaria, se hará énfasis en la identificación de variables que pueden verse relacionadas entre sí, para esto se recurrirá a la utilización de tablas de contingencia, las cuales podrán medir el nivel de correlación por medio del cálculo del coeficiente estadístico de Pearson o Chi cuadrado. Este será válido, siempre y cuando refleje un resultado menor a 0,05; mismo que reafirmará la influencia entre las variables puestas en contraste. Además de la utilización de este coeficiente, será necesario, una vez comprobada la correlación bivariada, recurrir al análisis de los residuos tipificados corregidos⁶; cálculo que servirá de utilidad para determinar el grado o nivel de asociación entre los valores de las variables elegidas.

3.5. Metodología cualitativa: análisis de textos

La presente perspectiva metodológica resulta de gran ayuda a la hora de la interpretación de datos y textos, puesto que brinda una visión por fuera del dato netamente numérico y cuantificable, es decir, brinda la posibilidad de entender cómo funcionan los criterios dependiendo del lugar de enunciación de cada uno de los resultados. Bajo esta premisa el análisis del textual o de textos funciona “como método y como perspectiva en las ciencias sociales” (Íñiguez 2003, 83). Es por esta razón que el desarrollo de la investigación posee dos periodos: la primera que consiste en el desarrollo de un análisis de contenido y la segunda en la intervención del análisis de discurso como fórmula complementaria interpretativa.

Si bien, esta propuesta teórica tiene un horizonte multidisciplinar, es necesario comprender que “como acción puede concentrarse en los detalles interactivos del habla «o del texto escrito», pero además puede [...] poner en evidencia las funciones sociales, políticas o culturales del discurso dentro de las instituciones, los grupos” (Van Dijk 2000, 26). En este sentido, el autor pone en evidencia que el tejido discursivo se diversifica a la hora de entender las funciones sociales respecto a la intencionalidad y acción que poseen los enunciadore.

En este mismo sentido, el análisis de los textos puede adquirir una tendencia específica en la cual “es sobre todo una práctica social, pues no es contemplado como una representación o reflejo de los procesos sociales, sino que resalta su carácter constitutivo” (Íñiguez 2003, 95). Al haber determinado algunas acepciones se comprende que, en este segmento metodológico, el estudio detallado de los textos tiene por finalidad dilucidar la mayor parte de interrelaciones

⁶ Al referirnos a los residuos tipificados corregidos se hará mención, a su vez, del nivel de confianza, la significación y el sentido de la relación, considerando la información arrojada en cada una de las casillas que alcancen la significación deseada. Se aceptarán residuos cuyo valor sea mayor a 1,96 y 2,58, así como los resultados que bordeen el -1,96 y -2,58. Estos valores serán interpretados por medio de una aceptación de confianza del 95% o 99% respectivamente.

que se van suscitando entre agendas, actores, negociaciones, instituciones y organizaciones afines a la temática laboral y política que es tema de esta investigación.

En este caso en particular el análisis del discurso se enfocará a las notas de prensa, ya que se llevará a cabo mediante instrumentos que permitan analizar la semántica, sintaxis, pragmática y sus conexiones e interrelaciones con el contexto de sus enunciadores. Sustentado lo anteriormente dicho, Garrido (2007) expresa que la construcción del discurso en noticias de prensa tiene una serie de particularidades, por ejemplo en una primera instancia no se puede prescindir de la analítica sintáctica gramatical; además, no se puede pasar por alto la importancia de confrontar la construcción de textos con la realidad contextual del momento, también es importante examinar la integración de otros elementos como imágenes con la narrativa o la retórica del texto que también pasan a formar parte del análisis de lingüístico.

3.6. Operatividad del análisis de los textos

Con el fin de agilizar la correlación de ambos análisis, la presente perspectiva metodológica tiene por objeto examinar las principales correlaciones de variables y gráficos estadísticos que generen significatividad estadística. Por otro lado, las unidades de análisis son examinadas a partir de su texto íntegro, así como también los elementos que acompañen a esto, por ejemplo: imágenes, fotografías, colores, estilos tipográficos y figuras retóricas.

De esta manera el procedimiento de análisis es mayormente delimitado ya que se guía bajo los ejes planteados previamente en los objetivos ya definidos en el análisis de contenido. El análisis del cuerpo de noticias se encuentra en función a los datos ya formulados anteriormente, de esta manera ambos análisis caminarán en la misma dirección hacia los objetivos de la investigación. Ya que “en las unidades superiores se proyectan las propiedades de las unidades constituyentes. El resultado abre una vía para abordar los tipos de discurso y tipo de texto, incluidos los multimodales, como en el caso de las noticias de prensa” (Garrido 2007, 166). Es así que la explicación de propiedades se elabora en función de los mismos intereses de la investigación en general.

En este aspecto, y relacionado con una mirada metodológica, Van Dijk (2009) plantea que dicho análisis permite examinar el control de cada uno de los textos y sus fines; de esta manera se vislumbra el ejercicio del poder a través no solo de los hablantes, sino también de quienes controlan la mayoría de condiciones de producción de significados dentro de la sociedad. En este sentido es claro al explicar que “los mismos grupos de poder controlan además los diferentes modos de distribución, especialmente del discurso de los medios

masivos y, por consiguiente, también controlan, en parte, los modos de influir en el texto y la conversación de los públicos” (Van Dijk 2009, 65). En este escenario el análisis del discurso se presenta como una perspectiva aún abstracta y no tan cercana a la presente investigación, es por esto que se elabora una matriz de análisis con el fin de agilizar y viabilizar los criterios de análisis y evaluación de los textos y notas de prensa con su respectiva relación estadística previamente estudiada por el análisis de contenido.

3.7. Anotaciones previas a la matriz⁷

Como punto partida se toma como referencia la clasificación de las unidades de análisis (editorial y opinión) en apartados: primero notas que enuncian o proponen el tema de la reforma laboral dentro de su texto; segundo el debate que acarrea dicha reforma con relación a actores e instituciones; tercero la re semantización del proyecto de ley; y, cuarto el debate de la Ley humanitaria y su relación directa con la reforma dentro del contexto de pandemia. A partir de estos apartados resulta interesante dilucidar cómo el discurso enfocado a una reforma laboral varía y construye nuevos enfoques ideológicos dentro de la esfera pública. Es por esta razón que dichas notas representan las unidades que se van a analizar una vez clasificadas.

A manera de aclaración Van Dijk (2009) advierte que “la misma ideología como las prácticas ideológicas derivadas de ella frecuentemente se adquieren, se expresan o se organizan a través de diversas instituciones tales como el Estado, los medios, la educación o la iglesia” (2009, 68). Cabe recalcar que en la construcción del discurso dentro de las notas de prensa existe una parte fundamental: “el contexto es la información empleada por hablante y oyente que es necesaria para construir la expresión utilizada y que no está representada explícitamente por la expresión” (Garrido 2007, 142). En este sentido las estrategias empleadas por la prensa pueden manifestarse de manera directa, indirecta o hasta encubrirse en diferentes dinámicas. Es por esta razón y con el fin de direccionar de mejor manera el abordaje del discurso se propone la siguiente matriz de análisis, pues resulta prudente comentar que cada valor se encuentra en función de los objetivos específicos anteriormente planteados:

Si bien el análisis del discurso representa un campo sumamente extenso, la matriz se centra en estudiar el discurso plasmado en las notas de prensa (opinión e informativa), es por esta razón que los valores mencionados buscan encontrar información complementaria que posteriormente se correlacionen con los hallazgos expuestos en los gráficos estadísticos y

⁷ Este subtema fue presentado en la materia de Análisis del Discurso de Medios (lectura dirigida) con la docente Palmira Chavero entre agosto y octubre de 2020.

correlación de variables. Respecto a la funcionalidad y operatividad de la matriz se justifica cada uno de sus valores de la siguiente manera:

Contexto: dicho concepto representa la referencia y nominación temporal que en la que se ve inmiscuida el texto dentro de un campo de condiciones específicas donde se desarrollan las acciones. En este sentido, Bajtín (2011) plantea al contexto como una dimensión de apoyo y constitutiva del enunciado, es decir, tanto de las palabras, la lengua y la expresividad con la que elabora el hablante a través del lenguaje verbal o no verbal; por otro lado, es parte indispensable de la comunicación discursiva y por lo tanto de una esfera de lo social.

Enunciador: se refiere al sujeto que manifiesta o emite un argumento, palabra que se materializa en: “el enunciado no es unidad condicional sino unidad real, delimitada con claridad por el cambio de los sujetos discursivos que finaliza al ceder la palabra al otro” (Bajtín 2011, 27). Cabe recalcar que dicho concepto no es fijo, sino más bien variable pues intenta poner en un campo mayormente amplio al sujeto discursivo pues existe una relación compleja y constante entre oración y enunciado que se ve configurada a la hora en que el hablante pone en debate un conjunto de ideas concretas dentro de una realidad.

Caracterización del enunciado: en este valor se enfoca en los mecanismos que utilizan los medios escritos de prensa a la hora de construir un enunciado, es decir, se refiere al modo en que los medios otorgan características materiales, inmateriales o ideales de una temática, personaje o situación definida en los textos.

Género del discurso: en este valor se hace alusión a la propuesta y tipología que propone Van Dijk (2009) pues el género permite observar la relación entre control e interacción social, por ejemplo se especifican tipos de discurso persuasivos, prescriptivos, directivos pragmáticos y narrativos. Es así que para el presente análisis resulta adecuado, pues permite correlacionar y vincular tanto lo estadístico como los mecanismos discursivos con instancias y relaciones de poder.

Finalidad del enunciado: en la dinámica de los enunciados existen una serie de intereses propuestos por los enunciadores, en este aspecto las finalidades son regidas por entes dominantes y dominados, ya que:

Las elites de poder que tienen el acceso a medidas para controlar el disenso y la resistencia [...] mediante la censura sutil o más abierta, por medio de campañas de difamación y otros instrumentos destinados a silenciar a los radicales y a sus medios (Van Dijk 2009, 72).

De esta manera, la finalidad refleja una relación directa entre actores, instituciones e incidencia en la política laboral puesta en manifiesto en las notas de prensa.

Valoración moral: Dicho valor pone de manifiesto el deseo de entender el encuadre básico de información; justamente diferenciar dentro del discurso tanto la atribución de responsabilidades y las valoraciones morales generadas por el medio (Entman 1993). En este aspecto la valoración moral se determinará en función al cúmulo discursivo de asociaciones, ejemplificaciones y comparaciones de situaciones concretas al tema de la reforma laboral, además, el tinte moral se lo calificará en torno al otorgamiento de una condición definida como buena o mala por parte del medio.

Construcción de los textos: la construcción en notas de prensa presenta una característica importante, donde radica un principio de conexión que “aplica un proceso de conocimiento tácito, de cual no son conscientes los participantes. En primer lugar, los lectores atañen y lo redactores y editores omiten cierta información necesaria para que tenga lugar la conexión” (Garrido 2007, 163). La construcción del discurso dentro de esta investigación se ve reflejada en los términos en cómo sitúan y estructuran la información dentro de los textos, además de su interés de por medio.

Pretensión cognitiva normativa: este valor se refiere a la relación ideológica y modos de representación otorgadas al lenguaje, además de la configuración cognitiva que inducen lo medios a la hora de encuadrar una noticia. Por otro lado, también se inserta la validez lógica que emplean los diarios a la hora de estructurar un texto.

3.8. Limitaciones del análisis

Esta investigación, como muchas otras, presenta una importante limitación en cuanto a sus alcances. El análisis se centra en medios impresos de alcance nacional, por ello no existe un análisis más profundo o detallado como para investigar a los medios locales; esto también implica que se limita a la prensa gráfica, por lo cual no se incorporan a medios televisivos, radiales y/o digitales para correlacionar datos.

Finalmente, los acuerdos y relaciones con el FMI son un tema en desarrollo que continúa en el país, pero el tiempo de entrega de esta investigación es limitado por lo cual no se puede extender ese lapso para continuar recopilando información para este trabajo.

Capítulo 4. Resultados

Es necesario recalcar que el presente capítulo proyecta dos facetas de análisis; la primera faceta hará énfasis en el análisis descriptivo por medio de la utilización de herramientas estadísticas, mientras que la segunda se llevará a cabo por medio de un análisis interpretativo que conjugará el análisis de los datos estadísticos y los enunciados puestos en manifiesto en los medios de comunicación.

4.1. Resultados

Al tratar de recabar los resultados obtenidos a partir de la puesta en marcha de nuestra metodología cuantitativa -por medio de la aplicación de análisis de contenido- y nuestra metodología cualitativa -a través del análisis del discurso- se ha podido considerar la existencia de ciertas particularidades que permiten comprender, de mejor manera, los hechos suscitados y expuestos dentro de los medios de comunicación impresos: El Comercio, El Universo y El Telégrafo en torno a la propuesta, y posterior aprobación de la reforma laboral por parte del gobierno central.

Es así como, tras un mapeo de las publicaciones emitidas por estos medios de comunicación durante un periodo aproximado de 18 meses, que se ha podido aglutinar un total de 1.213 unidades de análisis (Tabla 4.1).

Tabla 4.1. Unidades de análisis

Medios de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
El Comercio	523	43,1%
El Universo	335	27,6%
El Telégrafo	355	29,2%
Total	1213	100%

Elaborado por: el autor con información del trabajo de campo.

De esta forma es que, estas categorías, han dado pie a la creación del manual de codificación o libro de códigos -expuesto anteriormente en el capítulo 3- con el cual se ha llevado a cabo el trabajo de equiparar dichas categorías en una serie de variables que registrarán la presente investigación dentro de su apartado cuantitativo.

Es así como procedemos a detallar los resultados obtenidos a partir de la aplicación de nuestra metodología de investigación cuantitativa. Cabe puntualizar, una vez más, que esta investigación no será únicamente desarrollada por medio de la adopción de una metodología cuantitativa, ya que, para nutrir los resultados de esta, se ha optado por tomar en consideración una segunda herramienta de investigación, la misma que se ubica dentro del campo cualitativo y que nos servirá para lograr responder a interrogantes que, en la mayoría de los casos, nuestra primera herramienta se muestra limitada; hacemos referencia al análisis del discurso.

4.1.1. Sistema político vs. Sistema mediático: acción u omisión

El primer punto a tomar en cuenta dentro de esta investigación, y que será expuesto dentro de este primer subapartado, es el proceso de negociación entre el sistema político y el sistema mediático. Para cumplir a cabalidad con esta consigna, se llevará a cabo un análisis homogéneo de las unidades de análisis y así poder estimar todos los actores, protagonistas y fuentes recurrentes que intervinieron los medios de prensa: El Telégrafo, El Universo y El Comercio, entre febrero 2019 y junio de 2020. De igual manera, al tratar de brindar una caracterización al sistema mediático, se buscará develar cuáles fueron las fuentes recurrentes que intervinieron a lo largo de la cobertura noticiosa, así como la tendencia y los posibles juicios de valor reflejados en estos.

Frente a esta perspectiva, la primera variable seleccionada para llevar a cabo nuestro análisis es la concerniente a los “Actores principales de la noticia”, esto con la finalidad de lograr establecer los protagonistas inmersos en las notas de prensa y editoriales emitidos por los medios de comunicación: El Comercio, El Universo y El Telégrafo acerca de la propuesta y posterior aprobación de la reforma laboral de la mano del ejecutivo.

El tratamiento descriptivo de esta variable nos ha permitido inferir que, la frecuencia y el porcentaje con mayor significatividad dentro de esta parte del análisis corresponde a los valores “Ninguno” (48,7%) y “Otros” (36%). A primera vista se podría pensar que tener un porcentaje tan elevado dentro de estos valores puede llegar a ser muy poco verosímil, de hecho, podría inclusive pensarse que nos encontramos frente a un error. No obstante, si tratamos de comprender esta cifra desde otro punto de vista, podemos intuir que el rol de los medios de comunicación de otorgar parcialidad, por medio de su construcción noticiosa objetiva, no se cumple a cabalidad; ya que como lo hemos visto, la omisión de actores dentro de su cobertura afecta directamente al desarrollo del conflicto y al escenario en sí. A pesar de este panorama cabe preguntarnos ¿Cuáles son las razones o motivaciones que llevan a los

medios de comunicación en cuestión a utilizar la figura del anonimato de manera casi obligatoria a lo largo de su cobertura noticiosa? Para ilustrar esta pregunta resulta conveniente citar un breve texto con el que se inaugura el análisis, por ejemplo, los editorialistas comienzan a posicionar un debate implícitamente en sus notas. Sebastián Borja Silva (2019) bajo el título de editorialista invitado manifiesta que:

El deterioro en las cifras del mercado laboral en el Ecuador debe preocuparnos a todos. Sin demagogia ni politiquería, hay que convocar a un gran acuerdo nacional por el empleo. Las Cámaras de la Producción, las organizaciones sindicales y el Gobierno deben ser actores fundamentales en la propuesta de un nuevo marco jurídico que aliente la inclusión de ese 60 por ciento de la población- especialmente joven- que actualmente carece de trabajo o se encuentra en la informalidad. La reforma laboral no debe esperar más (Silva 2019, 10)⁸.

Si bien es cierto que muchos de los editoriales plantean este tipo de texto, es importante entender a éste como un cúmulo o suma de opiniones de los autores. Ante este texto, se evidencian tres factores: la problemática laboral, los actores y los afectados; en el sentido que encubre este enunciado. Por un lado, los editoriales representan una de las voces del medio y por otro el editorial es un género de opinión donde los “sujetos competentes del habla” manifiestan su análisis de una realidad a partir de un presupuesto crítico. Ante esto, se puede inferir que en el mes de febrero se comienza a inducir una problemática dentro de la opinión pública.

Este escenario plantea que son los editorialistas quienes contemplan la problemática laboral desde una visión jurídica y política, sin embargo, en esta primera etapa donde prácticamente se propone este tema de deliberación, resulta prudente destacar que es en ella misma donde se articulan las figuras políticas de, Lenin Moreno (7,9%), así como la figura del ministro de economía y finanzas Richard Martínez (2,2%) y el vicepresidente de la República, Otto Sonenhollzner (1,5%), además de la minúscula referencia a las cámaras de empresarios y las organizaciones de trabajadores. Sin embargo, aún no se habla de qué tipo de reformas acarreará esa propuesta de ley. De acuerdo con esto se enuncia por parte de los medios, se da paso a un clima de debate donde los principales actores se les invita a deliberar críticamente para encontrar una salida a las altas tasas de desempleo.

⁸ Empleo, realidades distintas, Sebastián Borja Silva, El Comercio, 01 de febrero de 2019.

Tabla 4.2. Actores principales de la noticia

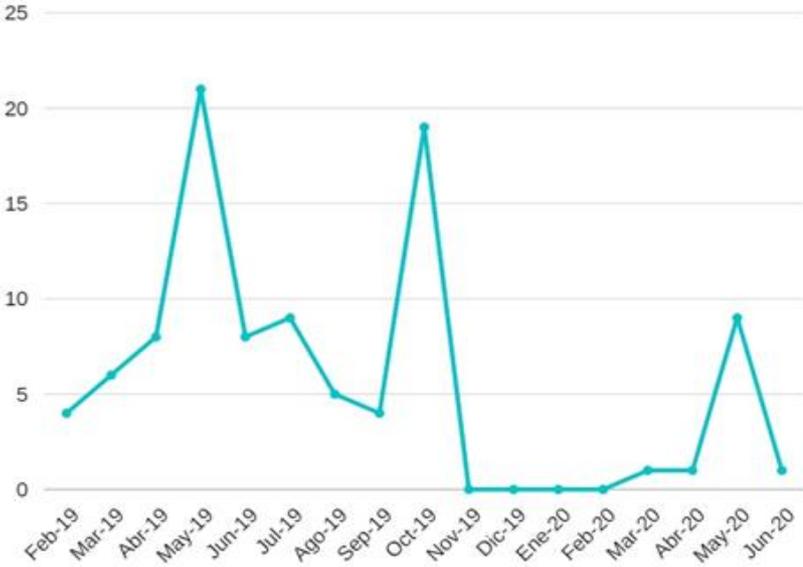
Actores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	591	48,7
Otro	437	36
Lenin Moreno	96	7,9
Richard Martínez	27	2,2
Otto Sonnenholzner	18	1,5
Andrés Madero	17	1,4
Richard Gómez	8	0,7
Mesías Tatamuéz	5	0,4
Oswaldo Chica	3	0,2
María Paula Romo	3	0,2
Anna Ivanova	3	0,2
Luis Poveda	2	0,2
No aplica	2	0,2
Patricio Alarcón	1	0,1
Total	1213	100

Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Esta afirmación, vinculada con la carencia de un determinado protagonismo dentro de la construcción noticiosa de los medios de comunicación en referencia, logra ser reafirmada y entendida -de mejor manera- al llevar a cabo un ejercicio de descomposición de las frecuencias acumuladas a lo largo del periodo establecido para nuestro análisis en torno a uno o varios actores específicos.

El primer actor tomado en referencia para este ejercicio es el Presidente Lenin Moreno, quien posee una mínima injerencia en la construcción noticiosa de los meses de febrero, marzo y abril del año 2019. Es recién a partir del quinto mes de este año que se ve un incremento significativo en las atribuciones relacionadas con el conflicto, mismas que se ven reflejadas en las 21 publicaciones elaboradas durante ese mes. A partir del mes de junio se puede observar una proyección descendente que se extiende hasta el mes de Octubre, donde se puede observar un segundo repunte de alusiones directas al Presidente de la República. Posterior a esto, la tendencia a la baja continua durante el mes de noviembre hasta el mes de marzo del 2020, donde se registra un minúsculo incremento en el mes de mayo del 2020.

Gráfico 4.1. Actores principales de la noticia – Lenin Moreno, 2019



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Un segundo actor que resulta propicio para este tipo de análisis recae sobre la figura política de Richard Martínez, Ministro de Economía Y finanzas durante el periodo analizado. A partir del análisis de las publicaciones emitidas por los medios de comunicación, donde se menciona a Martínez (Gráfico 2), se puede estimar que la presencia de este actor resulta minúscula y poco significativa dentro de un primer momento (feb.-ago. 2019); no es sino a partir del mes de septiembre donde pareciera obtener un ligero repunte positivo respecto a su participación en medios, y dentro de la construcción noticiosa de los hechos. Sin embargo, dicho repunte no logra consolidarse de manera prolongada, lo cual puede observarse en la omisión de este actor a lo largo de los meses de noviembre a marzo del 2020.

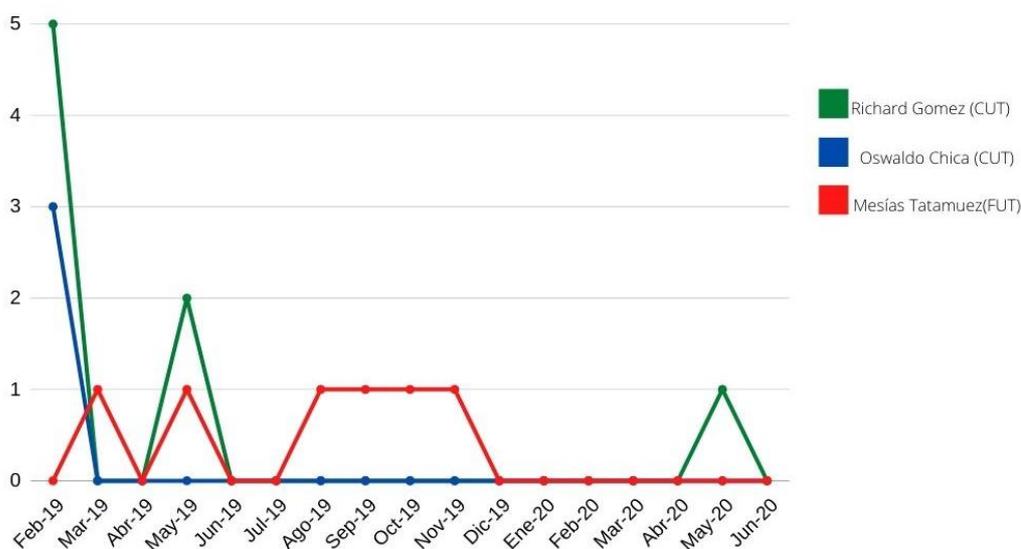
Gráfico 4.2. Actores principales de la noticia – Richard Martínez, 2019



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

De forma paralela, si tratamos de llevar a cabo un ejercicio de contrastación en cuanto a la trayectoria establecida por los actores políticos vinculados al oficialismo y los actores sociales relacionados con los gremios y sindicatos de trabajadores dentro de la construcción noticiosa de las publicaciones analizadas (Gráfico 3), podemos reconocer lo siguiente: Tanto El comercio, como El universo y El telégrafo pretenden dejar de lado las voces que son emitidas por fuera del campo del oficialismo, tal es el caso que los dirigentes sindicales identificados mediante el análisis de las publicaciones, a saber: Richard Gómez/ Oswaldo Chica, representantes de la Central Unitaria de Trabajadores (CUT); Mesías Tatamuez, representante del Frente Unitarios de Trabajadores (FUT), han sido relegados en torno a la construcción noticiosa de nuestro tema en cuestión. Es así como se puede observar que la presencia de estos actores dentro del primer momento del conflicto (febrero 2019) es un tanto relevante; no obstante, con el pasar de los meses, dicha presencia se torna indefinida e insignificante.

Gráfico 4.3. Actores principales de la noticia – Richard Gómez. 2019



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Dejando de lado la participación política y social de los actores centrales vinculados en torno al tema de la reforma laboral, pasaremos a analizar la faceta mediática expuesta por los medios de comunicación en referencia a la cobertura de nuestro tema en cuestión. Se hará especial énfasis en las fuentes consultadas con mayor recurrencia por parte de los medios de comunicación, así como su tendencia y posibles juicios de valor reflejados en la producción noticiosa. Para cumplir con este cometido, hemos realizado un análisis descriptivo de la variable “Fuente principal consultada por el medio”, mediante la cual se ha podido constatar que los intereses reflejados por los medios en referencia estriban en tomar como fuente principal a las instituciones públicas (56,2%), dando cabida a la voz oficial e institucional del gobierno de turno. Esta situación permite comprender, de mejor forma, la estrecha relación existente entre la esfera política y la esfera mediática.

Son Oller y Chavero (2016) quienes analizan las características del sistema mediático en el caso de Ecuador, explican que previo a la crisis de 1999 los grupos mediáticos guardaban una estrecha relación con los grupos económicos y financieros; Considerando esto, tanto el sistema político como mediático transitan en un campo de des diferenciación; es decir, los tipos de negociación que se generan entre estos actores pretenden progresivamente dentro una esfera concreta colonizar el mundo de la vida. Razón por la cual, en la mayor parte de las ocasiones, la estructura mediática colabora con los modelos políticos de turno diversas cuestiones enfocadas a los fines e intereses que ya han planteado previamente en una esfera

privada. Es por esto, que los actores dentro de las notas de prensa pueden representarse como abstractos, anónimos o ausentes a la hora de entablar un debate en la opinión pública.

Bajo esta misma perspectiva podemos reconocer que otra de las estrategias puestas en marcha por los medios radica en la falta de referencias o fuentes en la elaboración informativa (17,23%), lo cual permite entrever la incapacidad en torno al contraste de la información. Finalmente, la tercera fuente consultada en mayor frecuencia por parte de los medios estriba sobre las instituciones privadas (13,36%), dando cabida a la voz empresarial y corporativa del país.

Tabla 4.3. Fuente principal consultada por el medio, 2019

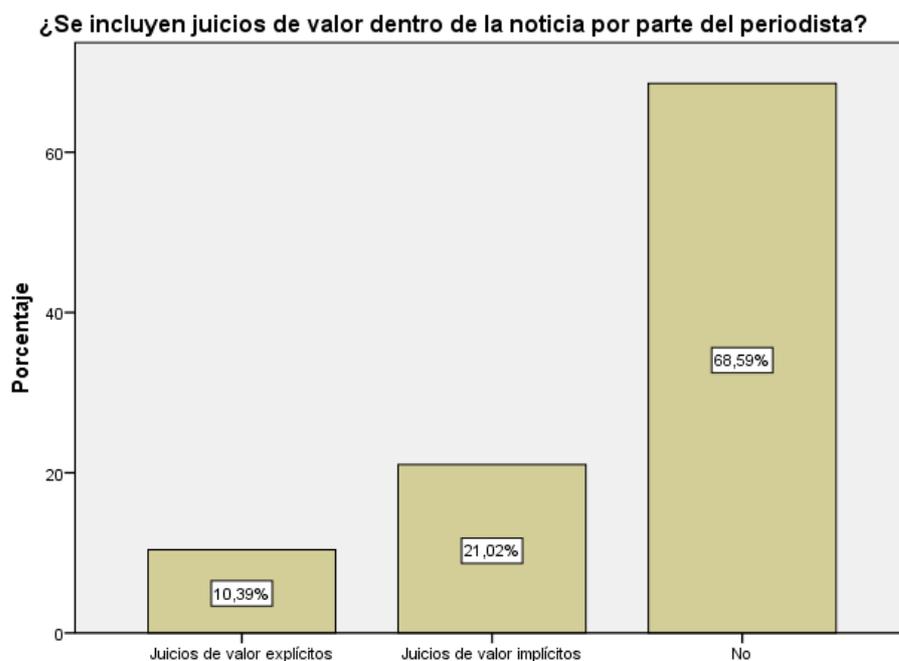
Fuente principal	Frecuencia	Porcentaje
Instituciones públicas	682	56,2
Ninguno	209	17,2
Instituciones privadas	162	13,4
Organismos internacionales	52	4,3
Expertos y especialistas del tema	47	3,9
Gremios de trabajadores	41	3,4
Cámaras de comercio	10	0,8
Cámaras de industria	7	0,6
No aplica	2	0,2
Otros	1	0,1
Total	1213	100

Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Finalmente, se buscará poner en evidencia la utilización de juicios de valor dentro de la producción noticiosa por parte del periodista o el medio de comunicación (Gráfico 7), de esta manera se ha podido encontrar que, en su gran mayoría (68,59%), las publicaciones analizadas en torno al tema de la reforma laboral se encuentran exentas de este tipo de sesgos

ideológicos e informativos. Por el contrario, únicamente una quinta parte de la información recopilada muestra juicios de valor implícitos dentro de su cobertura noticiosa, así como un ínfimo 10% relacionado con la exposición de juicios de valor explícitos en la información analizada.

Gráfico 4.4. Juicios de valor dentro de la noticia por parte del periodista, 2019



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

4.2. Agenda política y agenda mediática: distancias y proximidades

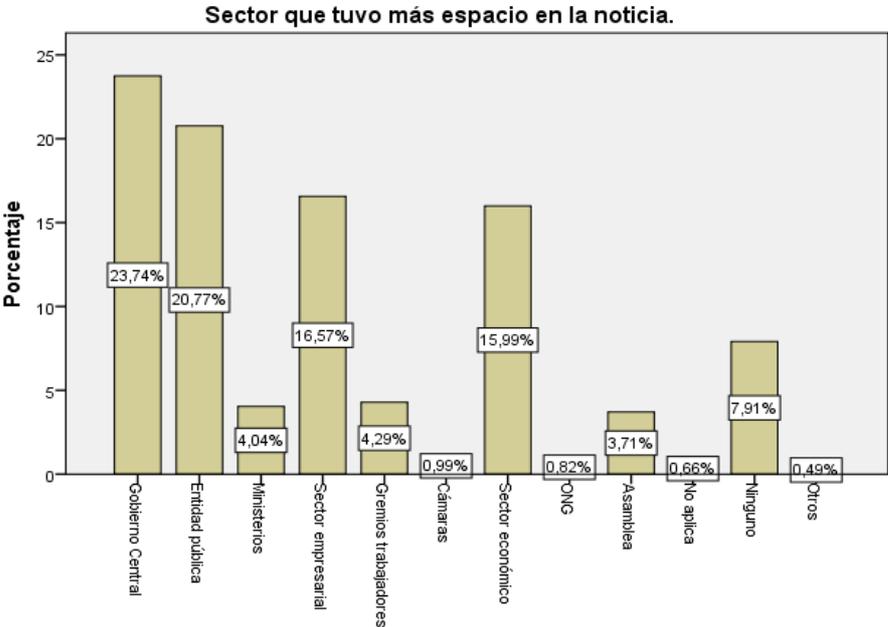
Por otro lado, en miras de poder establecer las lógicas y dinámicas expuestas dentro de la agenda política y la agenda mediática de los actores inmiscuidos en nuestro conflicto, así como los medios de comunicación que brindaron cobertura al mismo, procederemos a detallar los hallazgos localizados por medio del análisis descriptivo y multivariable de los datos recabados para esta investigación.

La primera referencia a la cual se prestará atención dentro de este segundo apartado tiene relación con el sector -sea este social, político o económico- vinculado dentro del desarrollo del conflicto por medio de la cobertura informativa brindada por parte de los medios de comunicación empleados para esta investigación. Es así como, al trabajar con la variable “Sector que tuvo más espacio en la noticia” (Gráfico 5) se ha podido identificar que -al igual que la variable- “Actores principales de la noticia”, en esta puede reconocer que el conglomerado al que le brinda mayor espacio dentro de la cobertura informativa y la

construcción noticiosa, es el “Gobierno central” (23,74%), seguido de las entidades públicas (20,77%); de igual manera se puede identificar al sector empresarial (16,57%) y al sector económico (15,99%).

Frente a este panorama es necesario recalcar que, esta forma de llevar a cabo la cobertura informativa relega a segundo plano la participación de otros actores y voces inmiscuidas dentro del conflicto, como es el caso de los “gremios de trabajadores”, a los cuales se les ha proporcionado únicamente un 4,29% del total de las unidades revisadas para esta investigación.

Gráfico 4.5. Sector que tuvo más espacio en la noticia, 2019



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Una de las razones por las cuales los medios de comunicación proporcionan cierto protagonismo a un determinado grupo de actores en concreto -pudiendo ser estos políticos, económicos o sociales- dentro de un escenario, es que estos -los medios de comunicación- tratan de posicionar, por medio de su construcción noticiosa, una suerte de enmarcamiento que permita ubicar los fundamentos y las posibles resoluciones en torno a un conflicto en específico. Es así como lo reconoce Entman (1993) quien deja en claro que el proceso de encuadre radica en que se enfatiza una problemática de la realidad y además se sugieren causas y soluciones; sin embargo, el encuadre a partir del relato noticioso construye una realidad específica para que influya conductualmente en los públicos y de esa manera se establezca la unificación del pensamiento y comportamiento.

Esta premisa enunciada por Entman (1993) logra ser reafirmada y comprendida de mejor manera, al momento de tratar de determinar la sección donde ha sido publicada la noticia o el hecho como tal. Es así como, mediante el tratamiento descriptivo de la variable “Sección en la que se encuentra la noticia” (Tabla 4) podemos conocer más a fondo las particularidades insertas en la configuración de la agenda mediática de nuestros medios de comunicación y su intento por brindar un encuadre noticioso al conflicto. En primer lugar, se puede identificar la intención de posicionar de manera urgente y con mayor relevancia todas las noticias que bordean el tema concerniente a la reforma laboral, es así como un cuarto de las unidades de análisis (25,4%) tomadas en consideración para esta investigación recae sobre la sección correspondiente a la primera plana, dando a conocer al espectador la importancia de este tópico dentro de su cobertura informativa. Bajo esta misma perspectiva podemos encontrar el valor correspondiente a “Editorial”, el cual posee un 11,3% y “Opinión” con un 10,7% del total de las notas de prensa seleccionadas. Frente a estos últimos porcentajes podemos hacer énfasis, nuevamente, en el rol que detentan los editorialistas de cara a un conflicto de esta índole, donde -desde una perspectiva jurídica y política- buscan posicionar sobre la palestra pública sus opiniones frente al tema, de tal manera que sea factible establecer un clima de debate en torno a la problemática en cuestión.

Tabla 4.4. Sección en la que se encuentra la noticia, 2019

Sección en la que se encuentra la noticia	Frecuencia	Porcentaje
Portada	10	0,8
Actualidad	66	5,4
Política	76	6,3
Negocios	77	6,3
Opinión	130	10,7
Primera	308	25,4
Ideas y debates	26	2,1
Editorial	137	11,3
Eje empresarial	15	1,2

Economía y negocios	100	8,2
Ecuador regional	10	0,8
Justicia	17	1,4
Tema del día	10	0,8
Ecuador	3	0,2
Sociedad	68	5,6
Personaje de la semana	4	0,3
Internacional/Mundo	16	1,3
Suplemento especial	17	1,4
Guía legal	7	0,6
Tecnología	3	0,2
Desde Cero	36	3,0
Marcador	5	0,4
Séptimo Día	5	0,4
Otros	67	5,5
Total	1213	100,0

Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Finalmente, al tratar de establecer una relación de causalidad entre las diferentes variables puestas en consideración hace poco; se ha podido encontrar la existencia de una correlación significativamente estadística entre la variable “Mensaje principal de la noticia” y “Actores principales de la noticia”. Dicha correlación se encuentra avalada por un coeficiente de Paersons o Chi cuadrado de 0,000 lo cual indica un fuerte nivel de asociatividad entre variables.

Al tener en consideración a esta asociación multivariable, se ha procedido con la revisión de los residuos estandarizados corregidos con la finalidad de establecer los valores que sustentan

nuestra correlación en sí. De tal forma es como se ha encontrado que 1) el 14,9% de las noticias analizadas cuyo mensaje principal recae sobre la dinamización de la economía se encuentra vinculada con el primer mandatario Lenin Moreno; 2) El 19,5% de las noticias revisadas para este análisis cuyo mensaje principal recae sobre las direcciones económicas del FMI se encuentran relacionadas con la figura política de Richard Martínez, Ministro de economía y finanzas del actual gobierno.

Tabla 4.5. Mensaje principal de la noticia y Actores principales de la noticia, 2019

			Mensaje principal de la noticia.											Total	
			Crisis económica	Desempleo en el Ecuador	Flexibilización laboral	Emprendimiento	Direcciones económicas del FML	Dinamización de la economía	Inversión privada	Inversión extranjera	Coronavirus o COVID-19	No aplica	Ninguno		Otro
Actores principales de la noticia.	Lenin Moreno	Recuento	11	6	18	4	8	23	2	4	1	1	18	0	96
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	8,1%	3,9%	9,4%	3,9%	10,4%	14,9%	3,6%	13,8%	8,3%	20,0%	6,1%	0,0%	7,9%
		Residuo corregido	,1	-2,0	,8	-1,6	,8	3,5	-1,2	1,2	,1	1,0	-1,3	-,3	
	Richard Martínez	Recuento	0	2	6	0	15	3	0	0	0	0	1	0	27
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	1,3%	3,1%	0,0%	19,5%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	2,2%
		Residuo corregido	-1,9	-,8	,9	-1,6	10,6	-,3	-1,2	-,8	-,5	-,3	-2,5	-,2	
	Otto Sonnenholzner	Recuento	0	1	3	0	3	3	2	0	0	0	6	0	18
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,6%	1,6%	0,0%	3,9%	1,9%	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	1,5%
		Residuo corregido	-1,5	-,9	,1	-1,3	1,8	-,5	1,3	-,7	-,4	-,3	-,9	-,1	
	Patricio Alarcón	Recuento	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
		Residuo corregido	-,4	-,4	-,4	-,3	-,3	2,6	-,2	-,2	-,1	-,1	-,6	,0	
	Luis Poveda	Recuento	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
		Residuo corregido	-,5	1,6	-,6	-,4	-,4	1,6	-,3	-,2	-,1	-,1	-,8	,0	
	Andrés Madero	Recuento	1	0	11	2	0	1	0	0	0	1	1	0	17
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,7%	0,0%	5,7%	2,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,3%	0,0%	1,4%
		Residuo corregido	-,7	-1,6	5,6	,5	-1,1	-,8	-,9	-,6	-,4	3,5	-1,8	-,1	
	Mesías Tatamuéz	Recuento	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	5
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,4%
		Residuo corregido	-,8	,5	-1,0	-,7	3,1	-,9	-,5	-,4	-,2	-,1	,8	-,1	
	Richard Gómez	Recuento	1	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,7%	3,2%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
		Residuo corregido	,1	4,2	,7	-,9	-,7	-1,1	-,6	-,4	-,3	-,2	-1,6	-,1	
	Oswaldo Chica	Recuento	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,6%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
		Residuo corregido	-,6	1,1	2,4	-,5	-,5	-,7	-,4	-,3	-,2	-,1	-1,0	,0	
	María Paula Romo	Recuento	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	3
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%
		Residuo corregido	-,6	-,7	-,8	-,5	-,5	1,1	-,4	-,3	-,2	-,1	1,7	,0	
	Anna Ivanova	Recuento	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	3
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
		Residuo corregido	-,6	-,7	-,8	1,6	4,3	-,7	-,4	-,3	-,2	-,1	-1,0	,0	
	No aplica	Recuento	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
		Residuo corregido	-,5	-,5	-,6	-,4	-,4	3,7	-,3	-,2	-,1	-,8	,0		
	Ninguno	Recuento	80	80	97	40	29	63	20	9	6	3	163	1	591
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	58,8%	51,9%	50,5%	39,2%	37,7%	40,9%	35,7%	31,0%	50,0%	60,0%	55,3%	100,0%	48,7%
		Residuo corregido	2,5	,9	,5	-2,0	-2,0	-2,1	-2,0	-1,9	,1	,5	2,6	1,0	
	Otro	Recuento	43	57	53	55	18	56	32	16	5	0	102	0	437
		% dentro de Mensaje principal de la noticia.	31,6%	37,0%	27,6%	53,9%	23,4%	36,4%	57,1%	55,2%	41,7%	0,0%	34,6%	0,0%	36,0%
		Residuo corregido	-1,1	,3	-2,6	3,9	-2,4	,1	3,4	2,2	4	-1,7	-,6	-,8	
Total	Recuento	136	154	192	102	77	154	56	29	12	5	295	1	1213	
	% dentro de Mensaje principal de la noticia.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

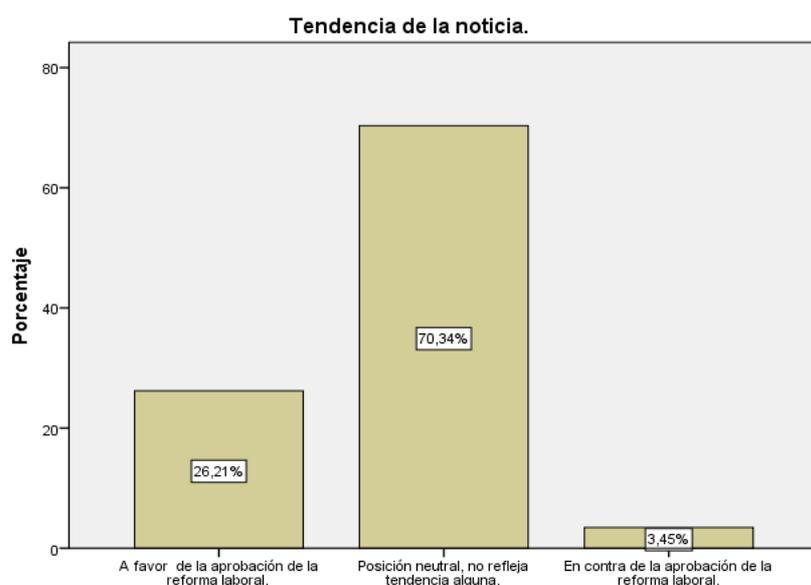
4.3. Reforma laboral: relaciones, iniciativas y aprobación

Siguiendo con la exposición de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la metodología cuantitativa de la presente investigación, procedemos a detallar las relaciones e iniciativas expuestas de cara a la aprobación de la reforma laboral. Para cumplir con los propósitos de este apartado, se ha dado paso a un ejercicio de segmentación de la base de datos empleada para esta tesis. Es así como se han elaborado tres subconjuntos de datos, los cuales han sido gestionados con la finalidad de hacer énfasis en la participación u omisión de ciertos actores sobre determinados escenarios, y de esta manera develar las características del conflicto previo a la aprobación de la ley.

El primer subconjunto de datos (145 casos), ha sido elaborado con la finalidad de situar, dentro de un mismo conglomerado, los actores inmiscuidos dentro del campo económico y su relación-manifiesta o latente- con el Presidente de la República Lenin Moreno. De esta forma, es que han sido tomados en consideración los siguientes actores: Richard Martínez (Ministro de economía y finanzas), Otto Sonnenholzner (Vicepresidente de la República), Patricio Alarcón (Presidente de la Cámara de comercio Quito), Pablo Zambrano (Presidente de la Cámara de Industrias y Producción), Caterina Acosta (Cámara de Industrias Guayaquil), Pablo Arozemena (Cámara de Comercio Guayaquil) y Anna Ivannova (Representante del FMI).

La primera variable con la que ha sido trabajada dicho subconjunto de datos es la concerniente a “la tendencia de la noticia” (Gráfico 6) dentro de los casos seleccionados. El resultado refleja que el 70,34% de las publicaciones tomadas en consideración no muestran una tendencia a favor, ni en contra de la reforma laboral al momento de referirse de manera concreta a los actores económicos arriba mencionados, de hecho, este porcentaje encuentra su particularidad al situarse dentro de un umbral neutral sin reflejar tendencia alguna. De esta forma es que, tan solo el 26,21% muestra una tendencia a favor de la implementación de las medidas laborales, mientras que, por otro lado, un 3,45% rechaza las mismas.

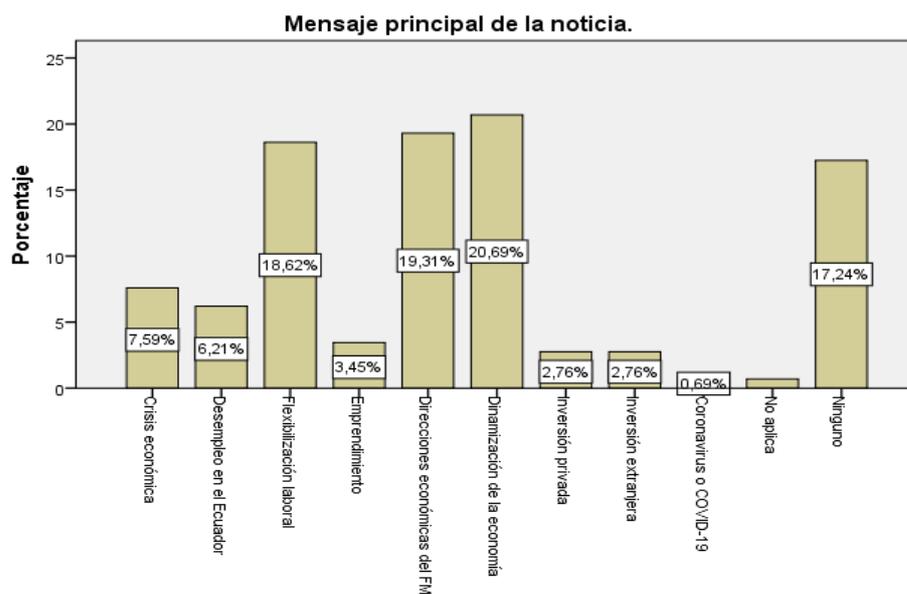
Gráfico 4.6. Tendencia de la noticia, 2019



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

La segunda variable puesta a consideración dentro de este primer subconjunto de datos es la relacionada con el “mensaje principal” expuesto en las unidades de análisis tomadas en cuenta para la presente investigación. De tal forma es que, al sopesar las figuras de los actores inmiscuidos en el ámbito económico nacional con la figura del primer mandatario podemos determinar que el “mensaje principal” impuesto por los medios de comunicación, al tratar nuestro tema en cuestión, se refiere a este, de forma concreta (Gráfico 7) como “una estrategia dinamizadora de la economía” (20,69%), así mismo se busca posicionar la idea de un cumplimiento con las directrices económicas del FMI (19,31%). En este mismo sentido, se puede identificar el intento de restar importancia al asunto por medio de una nula imposición temática al respecto (17,24%).

Gráfico 4.7. Mensaje principal de la noticia, 2019



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

De forma posterior al análisis descriptivo de las variables puestas en consideración hace poco, procederemos a realizar un análisis multivariable que nos permita estimar la existencia de correlaciones estadísticas positivas o negativas dentro de este primer subconjunto de datos. Es así como, tras la realización de un ejercicio de tablas cruzadas, se ha podido afirmar la existencia de una correlación significativamente estadística entre las variables “Actores principales de la noticia” y el tono empleado en el “Titular de la noticia”. Este nexo entre ambas variables se encuentra respaldado por un coeficiente de “correlación de Pearson” o “Chi cuadrado” de 0,032, lo cual reafirma la vinculación entre dichas variables y permite dar paso a la revisión de los “residuos corregidos” con la finalidad de inferir su nivel de asociación.

Bajo esta perspectiva es como se puede concluir que con un 99% de significatividad estadística, el 100% de las publicaciones cuyo tono inserto en el titular de la noticia se ubica por sobre un valor de “muy positivo” se encuentran vinculadas con el Ministro de Economía y Finanzas, Richard Martínez; esto quiere decir que los medios de comunicación -públicos y privados- considerados para esta investigación se encargaron de proporcionar atributos provechosos para la imagen del ministro en cuestión.

De igual forma, podemos estimar que, con un 99% de significatividad estadística, el 4,5% de las publicaciones analizadas para esta investigación poseen un valor “positivo” dentro de sus titulares; no obstante, este se encuentra relacionado directamente con la figura de Patricio

Alarcón, representante de la Cámara de comercio de Quito; Nuevamente somos testigos de la injerencia de los medios de comunicación utilizados para esta investigación en miras de proteger, por medio de la utilización de atributos positivos, la imagen de un representante del sector empresarial.

Tabla 4.6. Actores principales de la noticia en relación al titular de la noticia

Actores principales de la noticia	Titular de la noticia			
	Muy positivo	Positivo	Neutro	Negativo
Lenin Moreno	0	13	83	0
	0,0%	59,1%	68,6%	0,0%
Richard Martínez	1	5	20	1
	100,0%**	22,7%	16,5%	100,0%
Otto Sonnenholzner	0	1	17	0
	0,0%	4,5%	14,0%	0,0%
Patricio Alarcón	0	1	0	0
	0,0%	4,5%**	0,0%	0,0%
Anna Ivanova	0	2	1	0
	0,0%	9,1%***	,8%	0,0%
Total	1	22	121	1
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Finalmente, uno de los puntos álgidos dentro de esta primera correlación multivariable se encuentra, una vez más, dentro del valor “positivo”. Es así como, con un 99% de significatividad estadística, el 9,1% de las unidades de análisis consideradas para la investigación, cuyo valor se caracteriza por ser “positivo” se encuentra relacionada,

nuevamente, con una figura a favor de la aprobación de las reformas laborales, como es el caso de Anna Ivannova, representante del Fondo Monetario Internacional (FMI).

Una segunda correlación multivariable puesta en evidencia por medio de la aplicación del ejercicio de tablas cruzadas es la que vincula a las variables “Actores principales de la noticia” y el “Mensaje principal de la noticia”. Ambas variables y su correlación significativamente estadística se encuentran respaldadas por un coeficiente de “Chi cuadrado” de 0,007.

Al tener en claro la existencia de esta correlación, es necesario proceder con la revisión de los residuos corregidos con la finalidad de establecer el nivel de asociatividad expuesta en cada una de las particularidades de las variables en cuestión. De esta manera es como se puede apreciar que, con un 99% significatividad estadística, el 100% de las unidades de análisis empleadas para esta parte de la investigación, cuyo tema principal se sitúa sobre la “Crisis económica” y el 28,6% sobre las “Direcciones económicas del FMI” se encuentran vinculadas de forma directa con la figura del primer mandatario de la República, Lenin Moreno. Esta relación entre estos temas en específico y Moreno, dejan comprender la importancia del actor al momento de enunciar las razones bajo las cuales se pretende llevar a cabo una reforma a las leyes relacionadas con el ámbito laboral.

De igual manera una segunda peculiaridad puesta en evidencia por medio de la correlación multivariable es la que, con un 99% de significatividad estadística, vincula al 53,6% de las noticias, puestas en consideración para esta investigación, cuyo tema recae nuevamente, sobre las “Direcciones económicas del FMI” con la figura del Ministro de Economía y Finanzas, Richard Martínez. La elocuencia de este nivel de asociación recae sobre la injerencia de nuestro Ministro por sobre las decisiones en materia económica dentro del país.

Asimismo, al contar con un 99% de significatividad estadística, se puede reconocer que el 50% de las unidades de análisis cuya temática se ubica sobre la “inversión privada”, tienen como particularidad vincular dicho tema con la figura del Vicepresidente de la República, Otto Sonnenholzner. Esta particularidad permite comprender la manera en la cual, el vicepresidente de la República se adhiere de forma directa a las propuestas exhortadas por parte de la empresa privada, en miras de establecer un tratamiento del conflicto un tanto más neutral antes que perjudicial para su figura política.

Un último señalamiento dado a raíz de la aplicación de la correlación en curso es que, con un 99% de significatividad estadística, el 20% de las noticias consideradas para esta parte de la

investigación y cuyo tema se enmarca sobre “el emprendimiento” se encuentran relacionadas con la figura de Anna Ivanova, quien se caracteriza por ser jefa de misión en el Fondo Monetario Internacional para Ecuador.

Tabla 4.7. Actores principales en relación a la Tendencia de la noticia

Actores principales de la noticia	Tendencia de la noticia		
	A favor de la aprobación de la reforma laboral	Posición neutral, no refleja tendencia alguna	En contra de la aprobación de la reforma laboral
Lenin Moreno	19	73	4
	100,0%**	83,0%	50,0%
Mesías Tatamuez	0	3	2
	0,0%	3,4%	25,0%
Richard Gómez	0	6	2
	0,0%	6,8%	25,0%
Oswaldo Chica	0	3	0
	0,0%	3,4%	0,0%
María Paula Romo	0	3	0
	0,0%	3,4%	0,0%
Total	19	88	8
	100,0%	100,0%	100,0%

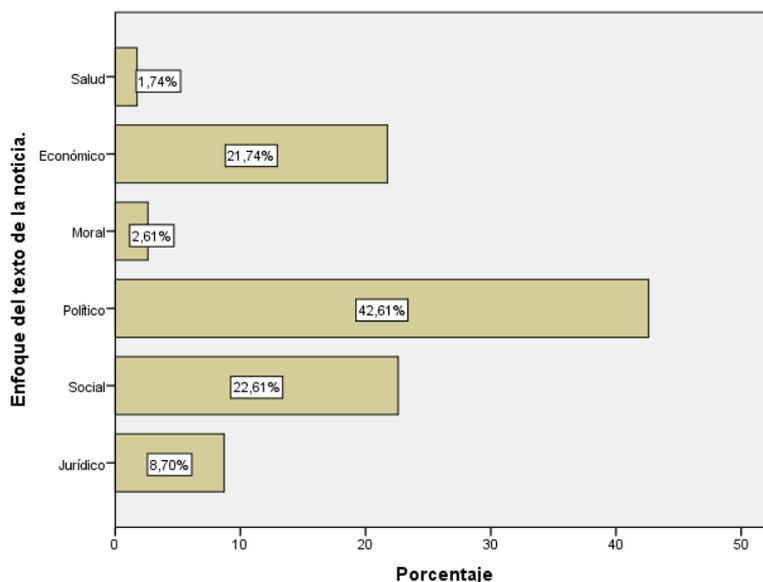
Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Por otro lado, al situarnos sobre el segundo subconjunto de datos elaborado para el desarrollo de este apartado (115 casos), podremos conocer e identificar las relaciones e iniciativas generadas entre el ejecutivo y los múltiples actores involucrados dentro del sistema político. De esta forma es como han sido seleccionados las figuras políticas vinculadas al oficialismo como es el caso del primer mandatario Lenin Moreno, en relación con la Ministra del Interior,

María Paula Romo. Así mismo, dentro de este apartado se han considerado las figuras que se ubican por fuera del oficialismo como es el caso de los líderes de los gremios de trabajadores y sindicatos, Mesías Tatamuez, Richard Gómez y Oswaldo Chica.

La primera variable puesta a consideración dentro de este segundo subconjunto de datos corresponde al enfoque con el que ha sido elaborado el texto que acompaña a la noticia (Gráfico 8). De esta manera es como se ha podido constatar que las unidades de análisis -que hacen referencia a la figura del primer mandatario en relación con los actores inmersos en el campo político- responden de cierta forma a una suerte de encuadre que sitúa, dicha relación sobre un escenario vinculado con el acontecer político-nacional (42,61%) este hecho permite entrever la fuerte injerencia entre Lenin Moreno (actor político con mayor importancia dentro de esta parte de la investigación) y las figuras vinculadas con la esfera política. A la par le sigue el posicionamiento informativo vinculado con el campo “Social” (22,61%), seguidamente del enfoque textual relacionado con el campo “Económico” (21,74%).

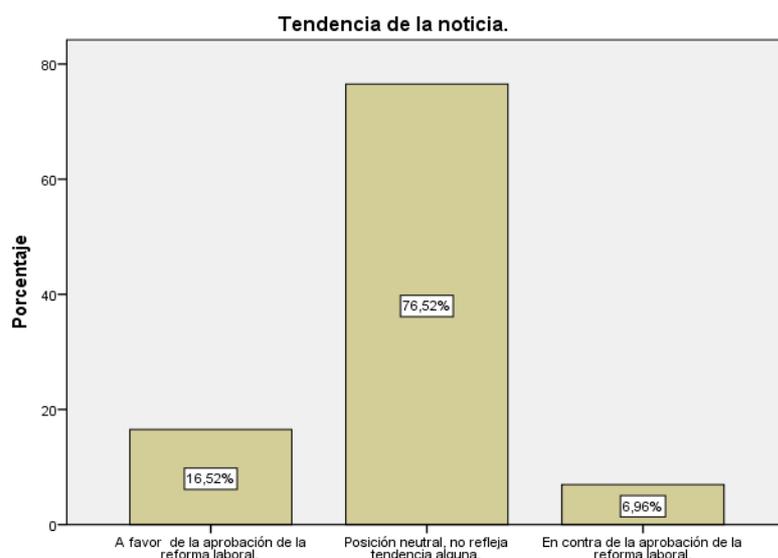
Gráfico 4.8. Enfoque del texto en la noticia



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Sobre este mismo subconjunto de datos es que hemos considerado pertinente revisar nuevamente la tendencia implícita en la construcción noticiosa de los medios de comunicación en referencia, respecto a la figura del Presidente de la República con relación a los personajes inmiscuidos dentro del ámbito político. Es así como podemos constatar que la tendencia referente a una posición neutral -misma que no refleja ninguna tendencia a favor o en contra de la aprobación de la reforma laboral- se mantiene con un porcentaje similar (76,52%) al primer subconjunto de datos analizado.

Gráfico 4.9. Tendencia de la noticia



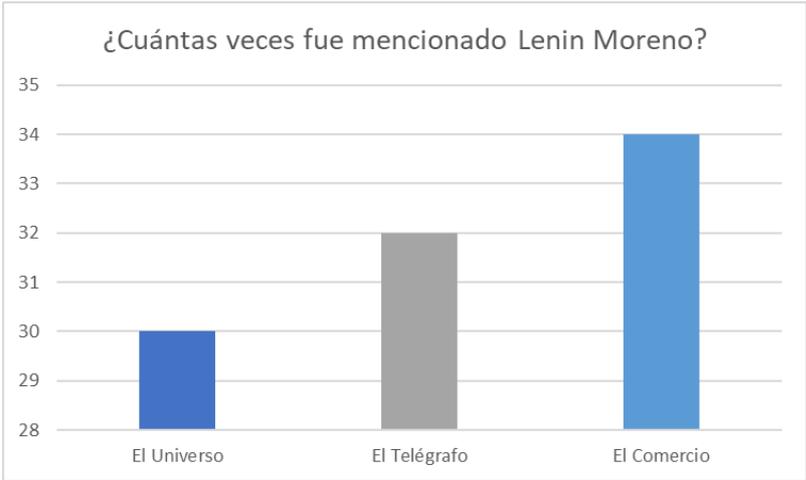
Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Finalmente, en miras de establecer la relación entre los medios de comunicación: El Comercio, El Universo y El Telégrafo y la figura del primer mandatario, Lenin Moreno, se ha decantado en la utilización del tercer subconjunto de datos segmentado para esta parte de la investigación. Es así como, dicho conjunto de datos posee como característica central, aglutinar a estos medios de comunicación de la mano del primer mandatario, de tal forma que permita reconocer las iniciativas emitidas por ambas partes.

La intención de este último subconjunto de datos radica en la posibilidad de poder exponer de manera concisa y breve las veces en que se menciona la figura de Lenin Moreno y las temáticas principales con las que se vincula al primer mandatario. Por lo cual se han sistematizado las frecuencias acumuladas por parte de cada medio en cuestión, facilitando, de esta manera, la exposición de los resultados.

En primer lugar, se puede estimar que el diario El Comercio es el medio de comunicación que se refiere en demasía al Presidente de la República, Lenin Moreno, con un total de 34 menciones durante su producción noticiosa. De forma continua, le precede el medio de comunicación El Telégrafo con un total de 32 menciones; mientras que, en último lugar se encuentra El Telégrafo con 30 menciones a su haber.

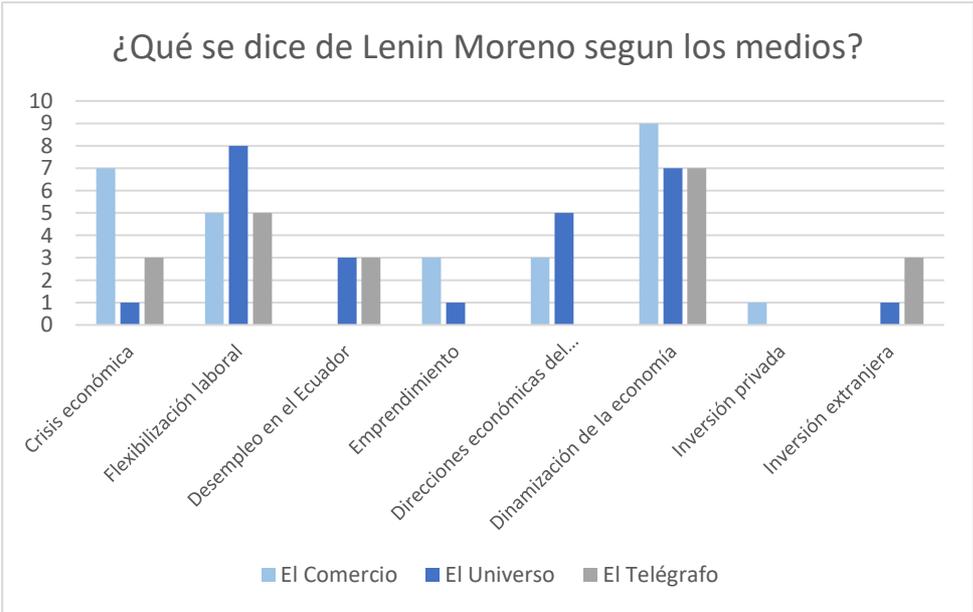
Gráfico 4.10. Menciones de Lenín Moreno



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Al tratar de determinar las principales temáticas que se encuentran relacionadas con la figura del Presidente de la República durante el periodo considerado para esta investigación, se ha podido estimar que, en primer lugar, diario El Comercio hace énfasis en comunicar – por medio de la figura de Lenin Moreno- la posibilidad de desplegar las medidas necesarias para llevar a cabo un procedimiento que permita “Dinamizar la economía” (9 menciones) de cara a una “Crisis económica” (7 menciones). Por otro lado, El Universo prefiere vincular la figura del ejecutivo con el tema relacionado con un proceso de “Flexibilización laboral” como herramienta para subsanar la situación económica del país.

Gráfico 4.11. Posicionamiento de Lenín Moreno en medios



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

La redacción de los resultados interpretativos tiene como principio tejer los hallazgos cuantitativos y cualitativos a modo de evidenciar los elementos que interactúan en una línea temporal, así como también los actores implicados en la problemática laboral manifestada desde los medios impresos. En este sentido existe una segmentación que dividirá en períodos la temática central de esta tesis, por ejemplo: como primer punto se plantea la propuesta de la reforma laboral que comienzan a posicionar los medios, dicho periodo se sitúa desde el mes de febrero del 2019 hasta fines de septiembre del mismo año; segundo, el debate que se genera con relación a temas laborales dentro del ámbito mediático y político en los meses de octubre del 2019 a mediados de marzo del 2020; tercero, el contexto de pandemia a fines de marzo del 2020 hasta inicios de junio; y, finalmente en el mes de junio del 2020 la aplicación de la ley humanitaria y su relación con la reformulación de la política laboral.

Como anteriormente se había mencionado desde la visión de Hallin y Mancini (2004), la dimensión política y comunicativa pugnan y colaboran en ocasiones con relación a diversos intereses de corte económico y político; es por esto que los sistemas mediáticos toman mayor protagonismo por lo que refiere al modelo de gestión política de la actualidad. También cabe recalcar que en la región, y por ende el contexto en que se desarrolla la actual tesis los intereses pueden modificar constantemente el campo operativo y técnico de lo que hoy se entiende como política.

A manera de complemento Roberto Grandi (2002) plantea que la relación entre sistema de los medios y sistema político presenta una crisis de funciones dentro de la dimensión de la política clásica pues, su modelo de gestión y la selección de personal político ya no es necesariamente a partir de la militancia. Ya que los medios de comunicación pueden generar potenciales líderes o temas políticos a partir de la representatividad que brindan los medios de comunicación masivos.

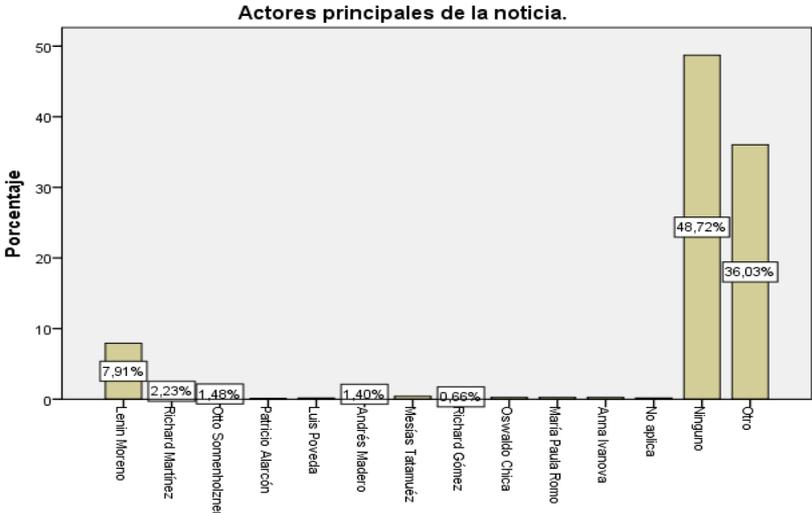
Si bien es cierto, el retorno a la democracia en el Ecuador representó la posibilidad de generar un modelo político representativo centrado en la gestión estatal y gubernamental. También generó progresivamente que específicos partidos políticos consoliden un protagonismo a lo largo de este tiempo. Desde aquel entonces gran parte de la población nacional inició un proceso de pugna por derechos laborales; de esta manera la lucha por el reconocimiento de sus derechos comenzó a enarbolarse en la esfera de los trabajadores. Es por esta razón, que paulatinamente en el Ecuador se manifestó la lucha por el empleo digno y justo; Porras (2010)

comenta que desde un inicio la legislación en temas laborales era muy precaria y no garantizaba a los trabajadores una estabilidad⁹.

Cabe recalcar, que se menciona esto ya que, en la actualidad se evidencia una regresión de los temas con relación a la legislación laboral; una prueba de ello es generar un estudio del discurso donde claramente se evidencia la constante relación de los medios de comunicación privados con el actual gobierno. Por ejemplo, tomando como punto de partida que la presente tesis analiza los intentos de reformar la ley laboral por parte del actual Gobierno a través de los medios de prensa privados resulta interesante saber qué encubren por detrás de las cifras, es decir, se pretende examinar qué clase de discursos transitan por los intersticios de los textos de prensa.

En primera instancia el análisis de contenido ha manifestado una serie de cifras y estadísticas importantes, razón por la cual cada una de ellas será una variante para analizar progresivamente el discurso. Por ejemplo, un primer dato que llama la atención es que los actores principales de las noticias con relación a temas laborales siempre poseen un valor que apela a una especie de anonimato: ninguno 48,72% y otros 6,03%¹⁰.

Gráfico 4.12. Actores principales de la noticia



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Posteriormente, en el mes de marzo ya se evidencia una tendencia definida por parte de los medios de prensa una muestra de ello es que el tema en cuestión pasa de los editoriales a reportajes ubicados en la sección de noticias del sector público, es decir hay una tendencia de

⁹ Gran parte de la problemática laboral se plantea y comenta en el capítulo dos de esta tesis.

¹⁰ Véase en el gráfico actores principales de la noticia.

imponer con brevedad el debate en la esfera pública. A mediados de marzo se denota una mayor extensión en temas relacionados con la temática laboral y específicamente titulares como “11.820 empleados salieron en tres meses”¹¹, “El empleo no remunerado subió en Guayaquil y Cuenca”¹², “Un consejo simple para ser feliz en el trabajo”¹³. Por un lado es necesario advertir de la importancia del lenguaje y contexto, es decir, si bien los titulares guardan una relación: el empleo; también poseen un tratamiento informativo similar que permite diagnosticar cómo acceden a una segunda etapa del tratamiento noticioso en donde los actores correspondientes al oficialismo comienzan a representarse en un sentido anónimo, abstracto y poco visible.

En este aspecto, la prensa escrita posee una abrumadora tendencia de posicionar el tema de la reforma laboral, con la particularidad de inmiscuir a actores que se los posiciona como beneficiarios. Estos actores por lo general son los jóvenes, los trabajadores y las empresas, esta especie de triada se conjuga constantemente con la intención de propiciar un clima de opinión donde la reforma laboral resulta necesaria e imprescindible para el contexto ecuatoriano. Enunciados como “Jóvenes empresarios piden flexibilización laboral”¹⁴, “El rechazo a reformas laborales que atenten contra los derechos de los trabajadores fue el eje de los discursos de los dirigentes sindicales durante las marchas”¹⁵, “Falta de empleo es una prioridad en la coyuntura”¹⁶ son los que entablan de manera sólida la temática laboral dentro de los espacios de debate.

Sin embargo, en dichos enunciados constantemente existe una fórmula mediante la cual se originan esquemas de acción e inducción del pensamiento en determinadas audiencias. Por ejemplo, la flexibilización siempre es un tema que beneficia a los jóvenes, por otro lado es el Gobierno el actor que gestiona y administra la política laboral pensando en los supuestos beneficios que conllevaría dicha modificación a la normativa y por último, son los opositores a quienes constantemente se la representa como una masa terca que no presta cuidado a la hora de hablar de cambio social. Es decir, la acumulación de características positivas orientadas al desarrollo económico constantemente se acuña a los actores gubernamentales¹⁷; cuando se trata de desarrollar la idea de un posible beneficiario es la población joven, el

¹¹ Titular del diario El Comercio, ubicado en la plana A, sección de “interés público”

¹² Dicho titular se ve acompañado de una estadística sin ningún texto que lo acompañe, marzo del 2019

¹³ Titular del diario El Universo, publicado en abril del 2019

¹⁴ Publicada en El Telégrafo, 19 de abril 2019.

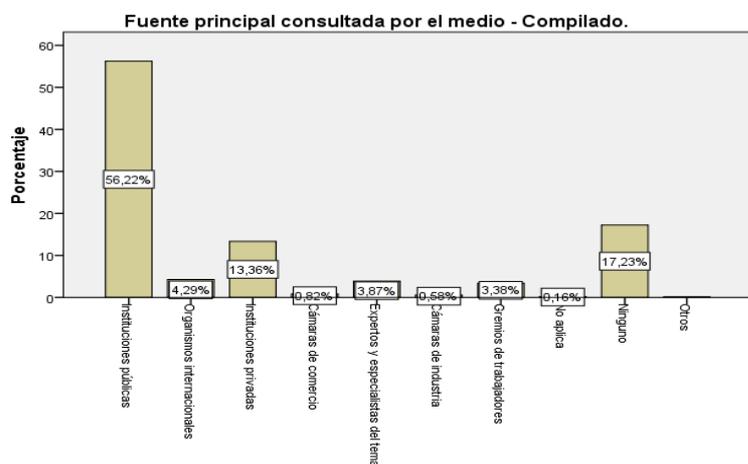
¹⁵ Publicado en: El Universo, 02 de mayo del 2019, "Reformas, dudas de trabajadores"

¹⁶ Publicado en: El Comercio, 08 de mayo del 2019.

¹⁷ Véase gráfico, “fuente principal consultada por el medio”.

mercado laboral parcialmente adulto y la alta carencia de cualidades poco reflexivas son manifestadas en los colectivos de trabajadores, sindicatos y organizaciones sociales, ya que constantemente se las caracteriza como la fuente opositora que se opone a los tentativos beneficios de una reforma laboral.

Gráfico 4.13. Fuente principal consultada por el medio



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Para Hallin y Mancini (2004) el contexto político de los sistemas mediáticos tiene una variante importante, la interacción de variables económicas, ya que son estas las que pueden interpretarse como variables de negociación. Volviendo a la mirada anterior tanto el anonimato de los actores y la carente aparición de personajes políticos de trascendencia determinan que en el material de prensa no exista una posición crítica con relación a qué significa en términos jurídicos y sociales una reforma a la normativa laboral. Razón por la cual, los medios de prensa optan por posicionar que la única salida es proponer una urgente reformulación de la ley laboral.

Vinculando a lo anterior, “Los medios de comunicación son, en un sentido muy importante, una institución política, pero también son [y cada vez con mayor frecuencia] empresas que están determinadas por factores económicos” (Hallin y Mancini 2004, 44). La caracterización de una imagen concreta dentro del proceso de negociación es abstracta y maleable; lo que sí es evidente es que según la prensa se evidencia un ambiente desfavorable para los trabajadores, pero no se explican las causas que motivan dicho escenario. Volviendo a los titulares se enuncia un proceso de separación de trabajadores en el sector público y privado, acciones que concretarán una elevada tasa de desempleo y trabajo informal en las principales ciudades.

Pero, porqué estos medios optan por este manejo informativo y no evidencian los factores gubernamentales y sus acciones ejercidas en materia de política económica. Dentro de ese marco, “donde exista una alta concentración de capital habrá un nivel relativamente elevado de interrelación entre el Estado y los propietarios de los medios de comunicación, bien sea a través de subvenciones y [...] vínculos clientelistas y alianzas partidistas” (Hallin y Mancini 2004, 45). Con relación a estas implicaciones se puede denotar que la imagen de la bancada oficialista dentro de los temas de política económica es mínima, por ejemplo, los valores más relevantes corresponden de la siguiente manera: 7,1% Lenín Moreno; 2,23% Richard Martínez y el 1,48% a Otto Sonnenholzner.

Si bien es cierto, dicha reforma laboral tiene como eje central la imposiciones normativas del FMI, también tienen como objetivo neoliberalizar la política económica de la nación. Para tal efecto, la negociación entre los sistemas mediáticos y políticos se lleva a cabo como primer punto en una esfera más reducida y privada. A modo de ilustración, los presentes medios de comunicación, no posicionan una imagen concreta del oficialismo, más bien, la simplifican y exaltan una serie de cualidades cuasi positivas. Es decir, tanto El Universo como El Comercio se encuentran orientadas políticamente en función a la bancada oficialista y su proyecto de reforma laboral.

Un fiel testimonio es que en los diarios se plantean comentarios como este “si el trabajador cambia su comportamiento. "Manera sensata" quiere decir que haya una indemnización razonable, pero no puede ser de una magnitud que desaliente la contratación. Hay que estar claros, un costo de despido excesivo acaba frenando la contratación” (Paredes 2019, 8). Aquí se evidencia una relación estrecha entre actores políticos correspondientes al oficialismo, los medios se apegan a las acciones propuestas por el Gobierno y comúnmente se genera un actor opositor que debería comprender el supuesto esfuerzo que realizan los líderes políticos.

Es decir, poniéndolo en términos metodológicos y analíticos, el enunciador que en este caso son los periodistas motivados por una orientación política oficialista defiende la aplicación de una reforma a la ley laboral. Por otro lado, es la misma prensa la que convierten en una especie de antítesis a los trabajadores, ya que dirigen comentarios en los cuales se conforma un adversario que no permite fluir a las cuestiones y problemáticas laborales. Es por este motivo que las valoraciones morales se hacen más evidentes, ya que se invita a los públicos a sopesar esta situación. Por ejemplo en los meses de abril, mayo y junio se inauguran espacios destinados únicamente al debate de la reforma laboral.

Si los medios construyen una antítesis bajo qué características las establece, una variable que puede acompañar este enunciado es que en la mayoría de notas de prensa la fuente principal consultada por el medio es con un 56,22% instituciones públicas y 17,23% ninguna fuente. Dicha variable y lo anteriormente mencionado resulta prudente a la hora de evidenciar las características que presenta el actual sistema mediático y sus principales protagonistas.

Como segundo escenario dentro del proceso de negociación, el anonimato comienza a convertirse en la construcción de una antítesis, en este caso los medios construyen un tercer actor al que se le atribuye como el “beneficiario” de la reforma, ya que la reformulación de la política laboral conllevaría grandes beneficios a la clase trabajadora de la nación. Dicho escenario se constituye entre los meses de abril a agosto. Una proposición informativa que plantean ambos diarios es la siguiente: “antes de fin de año, el Ejecutivo prevé entregar a la Asamblea la reforma laboral acordada con el FMI. No habrá precarización y el trabajo por horas está en análisis”¹⁸, este breve texto conviene para caracterizar el enunciado, ya que podría presentar como un oxímoron o una contradicción lógica a la hora de entablar un análisis con relación a qué implica una reforma laboral motivada por el FMI o una re estructuración de la normativa. En este aspecto, a los actores se los segmenta, sin embargo la estrecha relación entre los medios de comunicación y el gobierno sale a flote progresivamente.

Tanto las fuentes como los protagonistas determinan una tendencia a caracterizar un proceso de negociación específico enfocado a un pluralismo polarizado. Para ilustrar esto es necesario aclarar que la orientación y tendencia política ejercida por los diarios es de corte oficialista y por ende existe una fuerte intervención del Gobierno en temas de interés público, así mismo su relación con los demás actores se encauza a la creación de un adversario en común, la clase trabajadora. Así mismo estas características se entrelazan con cuestiones del modelo político, en donde los principales partidos políticos son protagonistas en la gestión de las estructuras políticas. Algo digno de recalcar es que la mayor parte de valores políticos con relación a Gobiernos de turno ha girado en torno a una temática conservadora, razón por la cual un pluralismo polarizado es la característica y a la vez condición más acertada al momento de entablar una negociación e implicación entre medios y política.

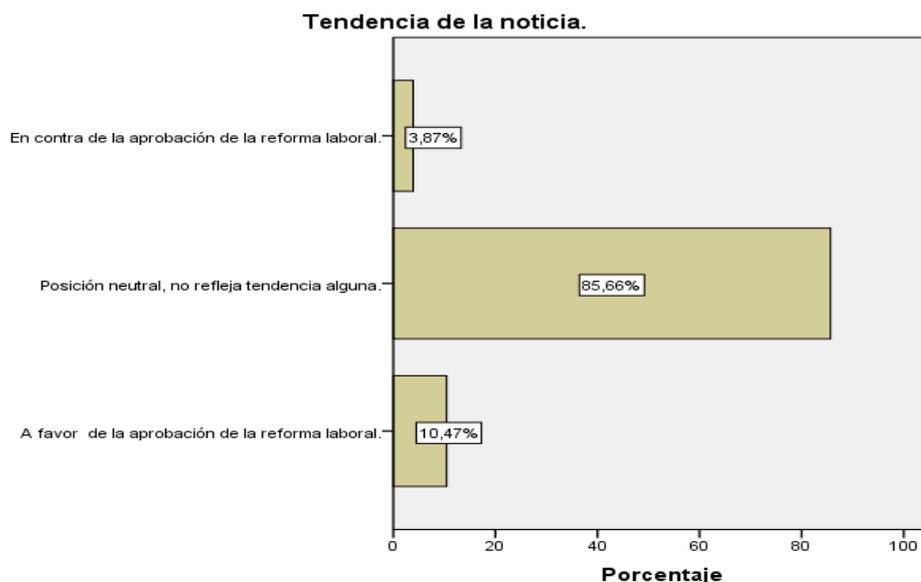
En definitiva, la negociación se origina en una esfera reducida, anónima, privada, posiblemente representada bajo la figura del tan polémico lobby; sin embargo, es esta misma

¹⁸ Publicado por el diario El Comercio, 07 de abril, sección dos, en primera página

negociación la que paulatinamente manifiesta sus intereses según la caracterización de los actores en donde los entes llámense oficiales, gubernamentales u oficialistas son representados simbólicamente como los protagonistas del cambio. Es sabido que dentro de esta estructura las acciones simbólicas generadas a través de los medios se orientan con mayor fuerza a revivir un ideal de cambio y prosperidad a la hora de hablar de reforma laboral.

Siendo de esta manera que los tres diarios operan en función a fines oficialistas donde su manejo informativo y atributos establecidos se direccionan cabalmente a modificar los imaginarios y estructuras económicas, enfocándose más a una visión productivista donde el carácter de lo social brilla por su ausencia. En este mismo sentido, sus acciones son estrategias publicitarias y propagandísticas donde se protegen los principales intereses empresariales, es decir, la visión clientelar es clara en las cifras como en el análisis de los textos¹⁹.

Gráfico 4.14. Tendencia de la noticia



Elaborado por el autor con información del trabajo de campo.

Para profundizar la relación entre las agendas política y mediática se enfatizará en este segmento del análisis los siguientes componentes: el enunciado, la caracterización del enunciado, construcción del discurso y la valoración moral. A través de esta característica se pretende dilucidar progresivamente las dinámicas y estrategias donde se involucran tanto los actores políticos como mediáticos en temas correspondientes a la reforma laboral. Como anteriormente se ha mencionado el actual apartado tiene como principio situarse en dos de los

¹⁹ Véase en el gráfico 7 del análisis cuantitativo.

hitos temporales: el debate de la ley dentro de lo político y mediático, y en el contexto de pandemia.

Como anteriormente se explicó la representación de una imagen sólida correspondiente al campo político es todavía carente y poco clara, sin embargo, las estadísticas logran situar a pocos representantes políticos como referentes de ese campo en particular. Ahora bien, en este caso después de las manifestaciones de octubre una de las propuestas de cambio se sugirió en el ámbito laboral. Tal es el caso, que en el ámbito mediático se comienza a posicionar temas en función a lo laboral, en un principio se torna un clima nada negativo con relación a actores pertenecientes al oficialismo y a los trabajadores.

Bajo esta noción, en octubre del 2019 se da inicio a un paulatino debate que pone en manifiesto la postura del Gobierno central a través de los medios de comunicación privados, un ejemplo de ello es el editorial firmado por Pablo Lucio Paredes.

¿Y el mercado laboral? Básicamente no se propone casi nada. Un contrato laboral con 3 años de prueba solo para emprendedores pequeños y nuevos. Por ahí un contrato de un año fijo. Por ahí la disminución del costo de los trabajos temporales. Muy poco. En Ecuador seguirá siendo costoso contratar, complicado trabajar y demasiado costoso despedir. Me parece que no se considera en la reforma que se pueda repartir la jornada semanal en seis días sin costo extra (Paredes 2019).

A manera descriptiva se puede deducir que desde el mes de octubre se da inicio a la segunda etapa, la del debate en torno a la necesidad de una reforma laboral. En el mismo mes, se expresa en un artículo de opinión centrado en el tema del desempleo joven, firmado por una recién graduada se expresa lo siguiente: “Es hora también de darnos la oportunidad a los recién graduados. Todos somos capaces de ir adquiriendo experiencia. No se cierren en pedir requisitos, brinden facilidades para que los jóvenes comencemos a formar nuestro perfil profesional”²⁰. Una de las estrategias principales dentro del marco mediático como político es relacionar a la política laboral con agentes anónimos, invitados y principalmente editorialistas.

En este sentido la constitución de un actor político es todavía endeble, sin embargo la construcción progresiva de una política laboral, es mayormente visibilizada. En este sentido; Aruguete (2009) es muy clara al comentar que las audiencias suelen resaltar temas que previamente han sido mediatizados en demasía y, son a través de esta dinámica que valoran y adquieren un criterio positivo o negativo de los temas en cuestión. En este aspecto la agenda mediática responde a los intereses políticos porque enuncian siempre fuentes del Gobierno

²⁰ Artículo publicado por El Telégrafo, el 30 de octubre del 2019, “el desempleo de los jóvenes recién graduados” firmado por Soannette Adalgisa Rosero Vences, graduada de Comunicación social.

central; por otro lado el debate que se suscita visualiza un horizonte donde la reforma laboral sea imprescindible.

Cuando los diarios suelen tratar temas de política laboral, articulan una tendencia principal de oposición hacia los actores pertenecientes a organizaciones de trabajadores. Por ejemplo, casi siempre se los define como un bloque nada homogéneo que no puede condensar sus ideas en torno a la problemática laboral, de esta manera se los representa como “se retiran de los diálogos”²¹, “En la capital, el empleo pleno cayó 3,9 puntos porcentuales en junio; el subempleo escaló 4,4 puntos”²².

Paradójicamente, la caracterización de un opositor o beneficiario de la reforma siempre son los mismos: los colectivos, los gremios de trabajadores y la clase obrera. Aunque por otro lado, los principales hilos conductores de los enunciados son: flexibilización laboral 15,83; dinamización de la economía 12,70; desempleo en el Ecuador 12,70; crisis económica 11,21.²³ Dichos porcentajes ponen en manifiesto no solo la prefabricación de mensajes, sino también la ejecución de los recursos técnicos comunicativos como los textos orientados a la audiencia.

Si se correlaciona con los párrafos anteriores, existe una especie de fórmula matemática funcional para que operen dichos enunciados ante sus lectores. Por ejemplo el actor a exaltar sus cualidades es: el Gobierno; las temáticas principales en donde se involucran es en temas como: la crisis, desempleo y reforma laboral. En este sentido la agenda política sitúa sus ojos en la mediática con el fin de vincular los procesos de negociación a través de la siguiente fórmula. A) Cuando se trata temas de desempleo, la solución es una reforma, quien debe llevarla a cabo es el Gobierno, sin embargo su antagonista son los colectivos de trabajadores y sociales. B) Cuando se trata de flexibilización laboral, quien propicia este ambiente es el Gobierno y los beneficiarios son la población joven y trabajadores; sin embargo son los mismos trabajadores y beneficiarios quienes se oponen. C) Cuando se habla de crisis económica, quien la propició fueron los Gobiernos pasados y quien se perjudica es la población nacional y los empresarios. D) Cuando se habla de dinamización de la economía son los empresarios quienes la propician y los colectivos de trabajadores quienes se benefician. Constantemente dentro de los textos se encuentran contradicciones, tal y como si contrastamos algunos de los literales anteriormente mencionados como el B o el D, en

²¹ Reforma tributaria y decreto son ‘clave’ para tratar con FMI, El Universo, 23 de octubre del 2019

²² Quito registró la mayor tasa de subempleo, El Comercio, 16 de julio del 2019.

²³ Para acceder a las cifras véase el gráfico mensaje principal de la noticia.

algunos casos puede aparentarse una tautología pues se pone en manifiesto lo contradictorio en su estructura semántica y discursiva.

Tómese como referencia el siguiente enunciado “La Secretaría Técnica Planifica Ecuador confirmó ayer que desvinculó a 119 servidores de carrera. La separación del sector público se hizo a través de la figura de compra de renuncia con indemnización y, según la entidad, se basó en un estudio técnico y económico”²⁴. La crisis que anteriormente se aludía ahora se vuelve en el contexto modificador de relaciones laborales, donde los empresarios se contemplan desde una perspectiva mesiánica y el Gobierno como el mecanismo formal de ejecución y administración del poder político. Razón por la cual la principal estrategia formulada por dichos entes es la constitución de un clima de opinión que trate y debata temas productivos, técnicos y comerciales, debido a que son estos los que modifican su mundo de la vida. Cada enunciado no sólo visibiliza eso, sino que re organiza un clima de opinión, ya que las manifestaciones de octubre del 2019 dividieron los públicos y de la misma manera modificaron el imaginario de la economía nacional.

Aunque por otro lado, dicha estrategia se sustenta paralelamente en algo poco visible pero intrigante a la vez, donde dentro de la dinámica de agendas el sistema político se constituye como la fuente. Tal vez esta parte sea una de las que ponga en manifiesto la tautología y contradicción de la relación entre agendas, pero a su vez hace notoria la efectividad de la relación del sistema político con las agendas y sus mecanismos de control y gestión político informativas. Muestra de esto es que dentro de todo el universo de análisis, la fuente principal consultada corresponde a las instituciones públicas con 56,22%. “Las fuentes representan los confines mutables, en ocasiones inestables, que regulan el equilibrio entre los dos ámbitos” (Alsina 1989, 116). Bajo estas cifras se denota brevemente que la función pública posee estrecha relación con lo anteriormente mencionado: las cámaras de empresarios.

La idea de una reforma a la política laboral posiciona una serie de debates como en párrafos anteriores se explicó, sin embargo, los temas de finanzas, comercio y economía pierden solidez a la hora de permanecer en la agenda mediática. Bajo esto, tanto la agenda política como la mediática se ven en la obligación de designar un nuevo mecanismo previo a la aprobación de la reforma laboral, este periodo se sitúa en los meses previos a la pandemia originada a causa del COVID 19. Dicho sea de paso que en los primeros meses de dicho contexto la aparición de actores y temáticas laborales fueron casi nulas, una muestra de ellos

²⁴ Publicado en: El Comercio, 14 de diciembre del 2019. “Despidos de empleados”

es que en todas las estadísticas²⁵, los actores primarios y secundarios de las noticias aparecen un rango de 0% en los meses de diciembre del 2019 e inicios de abril del 2020.

De acuerdo a esta afirmación, el periodo previo a la aprobación de una reforma laboral no existe, debido a que una reforma laboral conlleva una modificación de la estructura jurídico legal, además que debe someterse a una serie de sesiones en el pleno de la Asamblea donde las autoridades legislativas como el ejecutivo tienen que aprobar el nuevo proyecto de ley o en su defecto, la reforma. Sin embargo, el contexto de pandemia se convierte en el suceso estratégico para agrupar algunos de los intereses planteados en una posible modificación a las leyes.

De acuerdo a esta explicación, es necesario dividir en dos puntos centrales, el primero alude a la aparición de una Ley humanitaria aplicada en el contexto motivado por el COVID 19; el segundo las estrategias semánticas y discursivas que utiliza el poder ejecutivo para materializar en parte la idea de una reforma. En este sentido, las acciones previas a una aprobación se constituyen como un nuevo proyecto de ley disfrazado de humanidad, pero que en realidad representa la aplicación de las convicciones neoliberales fomentadas por los requerimientos del FMI.

La aparición de figuras u organismos como por ejemplo del FMI es comúnmente poco visible debido a que es un actor que no configura el discurso desde una puesta en escena literal o expuesta; dicho actor aparece cuando se analiza el texto y se cuestionan algunas de las propuestas que guardan dichos discursos. Cabe especificar que la relevancia de notas en donde el FMI se convierte en un actor presente en los discursos desde una perspectiva encubierta, es el mismo periodo en donde evidencia el progresivo contexto de la pandemia, es decir entre marzo del 2020 y junio del mismo año.

Una muestra de aquello y algo que llama la atención en demasía es que de todas las unidades de análisis, solo 83 casos pertenecen a dicho periodo. En este sentido, los tres medios de comunicación ponen en manifiesto un pacto implícito con el orden político de dicho apartado temporal. Por ejemplo la aparición de Lenín Moreno en dicho periodo es superior a lo anteriormente mencionado, es así que acumula un 14,46%²⁶. Está claro que la aparición del primer mandatario surge como estrategia mediática para posicionar una mirada positiva de la gestión del Gobierno. Es por esta razón que en los meses de marzo del 2020 los tres diarios construyen noticias que mantienen una mirada enaltecida del Gobierno de Moreno, por

²⁵ Véase en el gráfico Actores principales de la noticia y sector que tuvo más espacio en la noticia

²⁶ Véase en el gráfico 2 de los cuadros del periodo de COVID 19.

ejemplo: “El Gobierno se compromete a bajar el déficit, a entregar ciertas reformas, a aclarar atrás de la deuda. Se entrega primer desembolso por \$ 662 millones”²⁷, “en estos casos tenemos todos que hacer un sacrificio, arrimar el hombro, y lo que está haciendo la Cartera es reconociendo los derechos de los trabajadores”²⁸. Enunciados como estos siempre acompañan la figura del Presidente.

Como ya se vio anteriormente existe un problema de secuencialidad y fidelidad a los enunciados dentro de la agenda mediática, debido a que la coherencia es una característica casi nula en la relación de los medios con su material noticioso. Una muestra de aquello es que en el mes de marzo se enaltece la imagen del primer mandatario, pero a la par se menciona temas de precariedad institucional. Todo esto surge como una relación entre acontecimiento – noticia – política, ya que quien propició este clima fue la agenda política dentro de una estrategia para llevar a cabo la modificación de la normativa laboral. Pero cómo sucede esto, pues a partir de tres pasos o momentos.

Si bien es cierto que el material en dicho periodo es escaso, también es justo mencionar que el advenimiento de una pandemia evidenció la carente estructura de gestión del actual Gobierno. Por ejemplo, el primer momento del contexto de pandemia trae por consecuencia una modificación del clima productivo laboral, es decir, la declaración de una emergencia sanitaria no solo se la objetivo como una alternativa que prevea el bien común en materia de salud. Sino también se la consideró como el momento adecuado para inducir y propiciar una posibilidad para materializar los requerimientos del FMI.

Este principio trastoca la noción auténtica de la noticia, pues la comunicabilidad se convierte en un valor ausente dentro de la producción y construcción del material noticioso debido a que principalmente los tres medios publican, en dominancia, noticias de corte amarillista con relación a los temas de salud. En este aspecto la publicación de las cifras de contagios y víctimas mortales se toma las principales portadas y pantallas de los medios de comunicación nacionales e internacionales.

En este aspecto, la producción de las noticias en el mes de marzo 2020 induce a un clima de miedo colectivo, además en dicho mes se declara el aislamiento obligatorio y la progresiva demonización de la sociedad civil. En este mes se denota brevemente una implicación de los enunciadores y de los destinatarios de la noticia. Esta implicación es direccionada e implícita

²⁷ Publicado en: El Universo 01 de marzo del 2020, "Gabinete ampliado analizó tema tributario con rigurosa reserva".

²⁸ Publicado en El Universo 31 de marzo del 2020, "Pago en cuotas para unos empleados divide criterios"

pues se introducen desde una visión más social con un 39,76% de relevancia dentro de la misma producción noticiosa y posteriormente lo económico para a un segundo plano²⁹. En un principio el contexto de pandemia se convierte en la fuente indicada para manifestar una pasividad política dentro de los ciudadanos pues los medios masivos tratan de simpatizar con sus audiencias a partir del señalamiento y exaltación de la fatalidad, es decir, aquí juegan tendencias de manejo noticiosos como el amarillismo y sensacionalismo.

Esta forma de esquema comunicativo en un segundo momento coadyuva para generar una modificación de la vida individual, de la esfera privada de los ciudadanos y posteriormente del imaginario de la economía nacional. En el mes de abril existe una variante de suma importancia y es que las notas informativas y noticias son, por excelencia una muestra de la prensa liberal propia de procesos político comunicativos. Si bien es cierto que una pandemia significa una situación delimitada por la carencia, el riesgo y la presencia de una economía más volátil e indecisa; fueron los medios de comunicación quienes adquirieron un rol de institucionalidad política ante la pandemia. Pues, a través de ellos se conjugaba la propuesta de soluciones y la representación de un clima infra humano.

De unas pocas semanas a otras, se convirtieron los principales temas de las portadas de los diarios en unas especies de comunicados de corte laboral, donde eran las cámaras de comercio quienes direccionaban el discurso en materia de política laboral. Por ejemplo, los principales datos y mensajes de las noticias giraban en torno a Crisis económica 24,10%; desempleo en Ecuador 16,87%; flexibilización laboral 12,05%; temas de COVID 19 14,46% y finalmente dinamización laboral con 9,64%³⁰.

Es necesario advertir que los diarios mediatizan intensamente, en este aspecto el complejo contexto de pandemia direcciona a revisar el campo político dentro de los temas laborales. En este aspecto, la complejidad de la mediatización surge a medida de la limitante de la producción noticiosa, pues, de esa manera se comienza a entender la economía política de los temas laborales. Por ejemplo, se evidencia que el universo mediático no solo modifica a la agenda política sino más bien desplaza las funciones principales de lo político, es decir, simplifica los componentes políticos con relación a la administración y gestión de un determinado modelo.

Para ilustrar esto es necesario partir de la aclaración que la reforma laboral en sentido estricto no se ejecutó ni muchos menos se la aplicó con tal nombre anteriormente mencionado. Dichas

²⁹ Véase en la información del periodo de COVID 1, gráfico 4

³⁰ Véase en los datos de COVID 19, gráfico 3, actores principales de la noticia.

modificaciones permanentemente han conllevado climas de agitación social y conflictos sociales entre la sociedad civil y los Gobiernos de turno, pues, la reforma de la normativa económica conlleva una modificación de los hábitos y prácticas de las clases sociales con menos poder adquisitivo.

Sin embargo, los medios de prensa dejan de hablar de reforma laboral y a partir del contexto de pandemia resemantizan al concepto, ejerciendo una dimensión de simplificación de complejidad del contexto socio económico. De esta manera surge la Ley de apoyo humanitario que establece una serie de modificaciones económicas propias de una reforma laboral. Es necesario además, advertir al lector que dicha problemática radica en que los medios de comunicación maquillan el clima político y colaboran con la elaboración de otro proyecto de ley que en su génesis tiene los mismos fundamentos planteados por el FMI, pero que manifiestan semánticamente un sentido de apoyo y solidaridad ante los principales afectados de la pandemia.

Dicha práctica se asimila al modelo político orwelliano donde se incita a las audiencias a los dos minutos de odio, pero qué significa en este sentido el odio, pues representa el rechazo a la política económica fundamentada en el Gobierno pasado del presidente Correa. Aunque a manera de analogía los medios de prensa no se enfocan únicamente en los dos minutos de odio, sino en dos minutos de miedo y terror colectivo. Pues es este clima el que fundamentalmente propicia la aparición de una Ley Humanitaria.

La matriz común de una reforma laboral y una ley humanitaria consiste en el análisis del capítulo tres de dicha Ley. Por ejemplo, que alude a la sostenibilidad del empleo y que progresivamente introduce modificaciones a la normativa laboral como muestra de ello: el contrato especial emergente, art 19; reducción de la jornada de trabajo, art 20; y el art 16 que refiere a los acuerdos de preservación de fuentes de trabajo.

Dicha modificación laboral da inicio a una nueva etapa político laboral, pues pone en manifiesto la pérdida de derechos laborales, en este sentido son los medios de comunicación quienes hacen caso omiso a esta situación. En este aspecto, es una estrategia demagoga que fomenta un estado de confusión que prefiere manipular a una sociedad cada vez menos interesada en temas económicos, pues se banaliza las decisiones políticas. En esto, los medios de comunicación se convierten en un instrumento fundante de la mediatización política pues mediante ellos se encuadra, maneja y gestiona los recursos materiales e inmateriales de una nación.

En este segmento se desata una problemática discursiva encubierta pero a su vez más perjudicial para la normativa laboral vigente. Por ejemplo, considerando que una reforma laboral implicaría un debate mayormente extenso por parte de los poderes constitucionales. La estrategia política que genera el Estado a través del actual Gobierno es otra, pues debido a las limitaciones constitucionales, una reforma laboral y por consecuencia al código de trabajo implicaría la aparición de protestas y agitación social en diversos sectores productivos y sociales de la nación.

Bajo una especie de acuerdo tácito plasmado en una esfera privada, anónima y que aparenta ser impoluta se gestan una serie de actos que atentan a los beneficios de orden social. Es allí donde el manejo de la agenda mediática considera en los meses de mayo y junio ejecutar políticamente una estrategia de orden moral y cognitiva; en este aspecto se plantea un principio auto organizador de la producción noticiosa anclada a un pseudo sensacionalismo pandémico y una solidaridad forzada. Esto quiere decir que en el contexto de pandemia la situación económica que atraviesa el país debe aplacarse mediante una nueva normativa que posibilite dinamizar y conjugar los elementos necesarios para reactivar progresivamente la macro economía y posteriormente la microeconomía.

En este sentido, las cifras del análisis cuantitativo son claras a la hora de evidenciar que el enfoque de las noticias en general, -y no solo en ese periodo- poseen unos rangos de 23,45% direccionados a temas económicos y el 48,28%³¹ direccionado a temas políticos. Cabe advertir que estos porcentajes son un símil de la estrategia mediática que se materializa en lo que anteriormente se denominó una fórmula matemática, es así que si se revisa en cualquier parte del corpus de análisis constantemente las noticias de índole económico y político representan la estructura base del proceso de producción mediático noticiosa.

De esta manera las agendas resultan una tendencia adecuada para resaltar características positivas o negativas con relación a los sucesos, un claro ejemplo de esto es que las variables “actores principales de la noticia” y el tono empleado en el “Titular de la noticia”. Este nexo entre ambas variables se encuentra respaldado por un coeficiente de “correlación de Pearson” o “Chi cuadrado” de 0,032³², lo cual reafirma la vinculación entre dichas variables y permite dar paso a la revisión de los “residuos corregidos” con la finalidad de inferir su nivel de asociación. Esta aclaración manifiesta la vinculación que existe entre el trabajo informativo es direccionado hacia fines políticos concretos, es decir, el rol de los periodistas en la selección y

³¹ Véase en gráfico 4, resultados preliminares, objetivo 3.

³² Tomado de extracto preliminares del objetivo 3.

preparación del material a difundir. Previamente ya elaboran cuestiones enfocadas a verdades o juicios de valor.

Hay que señalar que para esto, el periodo de pandemia se convierte en la etapa adecuada para concretar los fines e intenciones políticas a través de los medios. Por ejemplo, “150 000 trabajadores más pasaron en mayo a suspensión laboral”³³, enunciados como este están presentes en el contenido informativo de todos los diarios, de esta manera adhieren a una corriente de opinión centralizada a la posible concreción de una crisis prolongada que según las autoridades oficiales se originó a partir de la pandemia. Muchos titulares, noticias y editoriales reproducen dichos enunciados, cabría preguntarse cómo complementan ese esquema, pues a través de supuestos estudios que en pocas ocasiones mencionan su fuente:

Según un estudio, el 77,2% de las familias de clase media de la capital tuvo menos recursos durante la emergencia sanitaria por lo que priorizaron gastos. La mayoría de hogares de clase media en Quito sufrieron una reducción en sus ingresos económicos debido a la paralización productiva por la emergencia sanitaria.³⁴

Mucho de esto denota que el ejercicio comunicativo y principalmente mediático trastoca nociones centradas en supuestos, e inferencias superficiales. De esta manera el hecho seleccionado para difundirlo conllevará una discusión enfocada a cuestiones morales del bien o del mal. Es preciso mencionar que estas cuestiones que tratan no giran en torno a temas de poca trascendencia o importancia, sino más bien, atentan a modificar de un modo inadecuado una de las condiciones materiales más importantes dentro de la vida de los seres humanos, el trabajo, el empleo y sus derechos.

Ante esta tendencia, la agenda mediática se ve en la necesidad de desarrollar otra especie de fórmula para incidir y generar una opinión pública más pasiva y desinteresada de los temas políticos. Parte de ello se debe a que asientan una estrategia semántica enfocada a la alteración cognitiva de cuestiones laborales. Para esto se elabora una serie de enunciados en los que se pretende resemantizar y romantizar una posible modificación al código laboral.

Concretamente el juego semántico radica en los modos y usos del lenguaje jurídico legal, en primera instancia la propuesta y debate de la reforma laboral, no existe en el periodo de pandemia. Tal es el caso, que se pretende levantar una tendencia de opinión en el periodo pre pandemia que, por lo menos nunca fue aprobada, mucho menos debatida en el Legislativo; ya que una reforma laboral no existe en estricto sentido jurídico legal. Más bien, lo que se generó

³³ Publicado en: El Universo el 01 de junio del 2020.

³⁴ Publicado en: El Telégrafo 10 de junio del 2020.

es que a través de maniobras políticas se generó otro proyecto de ley que incide sustancialmente en el código laboral.

Por un lado se desconoce la norma y por otro lado se cuestiona principalmente el uso de la ley. Esto progresivamente no solo genera un efecto cognitivo concreto alineado a la pasividad del ejercicio político de la ciudadanía, sino más bien genera consecuencias graves a la hora de debatir críticamente las normativas. Si no se conoce la norma, el problema radica en que los hablantes y las audiencias otorgan a los medios la capacidad de aprobación o desaprobación de su opinión, en este caso el medio otorga la jerga autorizada para debatir temas de interés laboral.

La controversia surge a partir de cuándo los medios plantean en sus titulares y contenido noticioso ya no una reforma laboral textual, puesto que dicho tema genera mucha agitación en diversas esferas de la sociedad. Sino más bien apelan a cuestiones subjetivas y morales como el apoyo, la solidaridad y la bondad; esto se materializa en la Ley de Apoyo Humanitario. Un proyecto de ley enfocado a reformular diversas cuestiones y específicamente en el capítulo tres incidir en el código laboral vigente.

En este sentido su incidencia y reformulación consiste en que se reformuló el tipo de contratación que se ejecutaba, dejando al empleador una especie de libre albedrío en donde puede generar un contrato emergente o un contrato indefinido. De esta manera se enmarca el tiempo y periodo de prueba, donde el código laboral vigente puede no aplicarse; anteriormente existía la figura de un periodo de prueba de tres meses. Ante estos elementos, cuando una persona superaba los noventa días de prueba, automáticamente se convertía en un contrato indefinido. Es decir, el patrono ya no tenía la potestad de prescindir de los servicios del trabajador sin el pago de liquidación, de esta manera se hacían acreedor a todos los derechos de un contrato indefinido.

Sobre la base de las ideas expuestas, la figura legal del contrato emergente establecida en la Ley Humanitaria se creó para la contratación en el periodo de pandemia en donde se fundamenta un periodo de prueba que tiene una vigencia de un año y en el que el patrono tiene la libre potestad de elegir si desea renovar o extender el periodo de prueba del contrato. En resumen, el contrato emergente desposee sustancialmente de las condiciones adecuadas y los derechos laborales a los empleados y trabajadores, pues el periodo de prueba se convierte en una de las atribuciones que compete principalmente a los empleadores, por consecuencia el empleado se somete a las condiciones planteadas previamente por el dueño del medio de producción.

Por otro lado, el despido intempestivo juega un rol importante, cabe advertir que dentro del código laboral dicha figura legal se presenta como una falla grave en materia jurídica con relacion a los trabajadores; en la Ley Humanitaria se la romantiza y simplifica su agravio, pues dentro de dicha el artículo 16 se considera la figura legal de los acuerdos de preservación de fuentes de trabajo. Bajo este argumento, el patrono o empleador puede prescindir de los servicios laborales haciendo caso omiso del pago de la liquidación por despido, en este aspecto se enmarca bajo la figura de un acuerdo de ambas partes donde el monto económico que se establece cuando un empleado es despedido ahora se convierte en un monto económico nada proporcional a su tiempo de trabajo. Del mismo modo, el artículo 20 de dicha ley, plantea la figura legal de la reducción emergente de la jornada de trabajo, que quiere decir la implementación de una flexibilización laboral consentida por ambas partes. Dicha flexibilización laboral se establece en el marco propuesto por instituciones como el FMI.

Sobre la base de lo anteriormente mencionado, son los medios de comunicación los encargados de modificar conductas y establecer una línea determinada de articulación de opiniones. De este modo, el juego semántico resulta una de las estrategias más relevantes en el proceso no solo de mediatización, sino de negociación de las agendas y sistemas; por un lado existe la tendencia de direccionar la producción noticiosa y por otro se establece generar cuestiones de debate enfocadas no al análisis de norma, sino más bien al debate superfluo del uso de la norma. Cabe precisar que dicha noción de uso, no es un valor, sino más bien una cosificación de la normativa y su pretensión de debate. En este sentido, tanto la agenda mediática y la agenda política se convierten en los instrumentos más aptos para manipular los paradigmas socio políticos.

Finalmente, se tomó la emergencia sanitaria como el método adecuado para generar una aplicación de la norma, esto genera una inestabilidad laboral por completo. Aunque, dicho debate no recayó en un poder constitucional, sino más bien quien medió el debate con la ciudadanía fueron los medios de comunicación privados, pertenecientes y aliados a una bancada de grupos económicos y financieros.

Conclusiones

En el caso concreto de la mediatización de la agenda política se logra evidenciar una serie de particularidades interesantes. Por ejemplo, en el periodo de imposición de una problemática laboral a principios del mes de febrero del 2019 se evidencia que los medios de comunicación impresos motivan o inducen un clima de opinión sesgado. Es decir, se pretende instaurar dentro del debate público una opinión que formule la tentativa necesidad de una reforma laboral. De esta manera, el medio genera una progresiva tematización del manejo noticioso, es decir, progresivamente hasta el mes de septiembre del mismo año se van desarrollando una tematización en la que propone una reforma laboral.

Del mismo modo, dicha reforma presenta características constantes como: es positiva para el clima laboral de la nación; representa la posibilidad de salir de la crisis; la carencia estructura laboral es culpa de Gobiernos pasados. Particularidades como esta suponen una manipulación tanto del proceso de construcción noticioso como del contenido de las notas de prensa. En este aspecto, se mediatiza la política siendo así que de esta manera la acción política genera como consecuencia el efecto necesario para posicionar un tema, en este caso la necesidad de la reforma laboral.

Con base a esto, la política en los medios se convierte en actores dominantes y competentes al hablar de temas laborales, esto a su vez, no es cuestionado ya que existe una correlación e interdependencia directa entre actores políticos y la organización mediática. De esta manera son los medios quienes manifiestan los enunciados necesarios para favorecer en primera instancia un debate dentro de la opinión pública y por otro lado una tentativa aprobación de la misma. En este aspecto, las cuestiones de mediatización se involucran directamente con el desarrollo de lo político. Instituciones políticas, cámaras de comercio y determinados actores políticos operan desde el anonimato dentro de la cobertura mediática, en otras palabras, la esfera privada juega un rol determinante dentro de la esfera de lo social y principalmente en temas económicos.

Finalmente, por lo que refiere a tematización la agenda mediática a través de su jerarquización y encuadre noticioso guarda una estrecha relación con los intereses de lo que se había mencionado, de una esfera privada correspondiente a productores, dueños de grandes empresas e intereses políticos gubernamentales.

Una cuestión importante del presente apartado es entender en qué consistió la relación de los sistemas político y mediático. Como primera parte y a partir de la evidencia se logra concluir

que el tratamiento informativo limita una mirada integral del mundo de la vida de la sociedad ecuatoriana con relación a los temas laborales y su implicación con la representación mediática. Si bien es cierto, en sentido estricto no existe una aprobación a las reformas laborales, sino más bien la incorporación de modificaciones al código laboral a partir de otro proyecto de ley.

Es esto lo que permite concluir que: los medios defienden intereses privados y representan o maquillan estos intereses laborales, ya que se anula en primer punto el principio de bien colectivo. Es decir, los derechos laborales se vuelven un tema de segundo orden, ya que lo que se logra denotar en la mayor parte de noticias es la importancia de un aumento de productividad.

Es esta dinámica entre medio y modificación laboral, la que magnifica previo al inicio de su supuesta aprobación en junio del 2020 la que vislumbra un horizonte mayormente alejado de la realidad. Tanto las cifras cuantitativas como las interpretaciones de los textos permitieron observar que la información es sesgada, carece de fuentes y a través de esto representa a los actores interesados en esto como simples actantes anónimos. Dicho de antemano las relaciones no solo fungen desde el principio de intereses y aumento de la productividad de los grandes grupos económicos financieros, es esto lo que pone en debate la autonomía del manejo de la política laboral por parte de sus protagonistas.

En este sentido se dilucida un carente sentido de institucionalidad de los principales organismos de gobierno. Asimismo, se evidencia que los medios de comunicación guardan no solo una dependencia compartida y consentida, sino más bien se van constituyendo como emporios mediáticos y actores dentro de la sociedad que defienden los intereses privados de quienes han acumulado progresivamente gran cantidad de diversos capitales. Correlacionando con la propuesta de reforma laboral, existen cuestiones interesantes: que corresponde a entablar un debate pasivo en los meses de octubre del 2019 hasta febrero del 2020. Dicho periodo temporal considera desde lo antes mencionado que genera acciones sustanciales dentro del análisis como: manipulación del sentido original de la política laboral y sus implicaciones con el clima social; existe además un progresivo deterioro de la cohesión social dentro del territorio, de esta manera no solo se disminuye la institucionalidad sino más bien se generan un aumento de las desigualdades a nivel nacional.

La producción noticiosa a través de sus encuadres, agenda de atributos y manejo informativo posee una línea base que aparece en cada una de estas etapas, la evasión de la problemática social que implica una reforma laboral fundamentada principalmente en la flexibilización

laboral y el despido intempestivo. Los actores políticos no son ajenos a esta circunstancia, más bien, son los sujetos políticos quienes reivindican la necesidad de una reforma laboral que garantice en demasía principalmente beneficios al sector privado en comparación con la ciudadanía quienes en realidad son principalmente los afectados.

Por ejemplo, dicha problemática materializa una dinámica importante entre actores, medios y empresarios, para ilustrar esto es necesario aclarar que las fuentes que utilizan los medios a la hora de contextualizar una nota periodística siempre poseen -casi en su totalidad- la voz principal de un actor trascendente del campo gubernamental. En términos metodológicos y prácticos, el gobierno es el vocero de un supuesto cambio positivo que implicaría la presente reforma laboral. Ante, los sucesos y manifestaciones de octubre del 2019, modifican el clima político y la reforma laboral entra en una etapa de contienda, es a través de este suceso que se fragmenta la opinión pública dominante.

Por una parte el hastío hacia el correísmo por parte de los representantes del gobierno de Moreno que manifiestan una afinidad política hacia la carta de intención emitida por el FMI para modificar la economía e impulsar leyes que precarizan las relaciones laborales. Pero, ¿en qué consiste la contienda? Pues en quién se convierte en el ente generador de empleo, dicho debate emitido por parte de los medios magnifica lo siguiente: el Estado ya no es considerado como el ente principal y generador de empleo, ya que quien debería manejar y posteriormente dinamizar la economía debería ser los grandes grupos empresariales. Así, a través de este protagonismo que generarían los empresarios se coadyuvarían las condiciones necesarias para mejorar progresivamente la micro economía.

Finalmente y desde una perspectiva crítica se evidencia que los presentes medios anulan la posibilidad de un tratamiento noticioso imparcial, puesto que niegan la problemática jurídica legal que implicaría una reforma de este tipo. La pérdida de derechos laborales, que han sido adquiridos en un sinúmero de luchas sociales, es una variante nula en el proceso de construcción noticiosa. Poniendo de esta manera en manifiesto una carente ética periodística y por sobre todo esto un pacto encubierto entre medios y sistema político dominante.

Los protagonistas siguen siendo una variante clave dentro del análisis. En un inicio se representan a los actores en una proporción muy inferior y casi carente en la agenda mediática, sin embargo, es este mecanismo el que se pone en manifiesto un asentado anonimato que apunta a una informalidad del hablante de la nota. Esto a su vez también pone en manifiesto la multiplicidad de mensajes sin un emisor concreto, es decir la nota de prensa pone en manifiesto un mensaje como anteriormente se mencionó ligado al posicionamiento de

una corriente de opinión que favorezca a un rápido aumento de la productividad, a la pérdida de derechos laborales.

El sesgo en el contenido comunicativo es evidente, ya que existe una tendencia de favorecer a los actores gubernamentales. Si bien es cierto sus decisiones se orientan a una política neoliberal también se evidencia un sesgo en las fuentes, pues de esta manera la tradición del manejo informativo esconde el anonimato anteriormente mencionado. Paralelamente, la política económica se convierte en un tema que mediáticamente se le resta importancia. De esta manera el medio constantemente puntualiza que la salida a una crisis económica es la modificación permanente de la norma laboral y por consecuencia del código laboral. Como al final del capítulo cuatro se explica dicha relación, sin embargo hay que destacar que la expresión noticiosa sufre una parcialización de los intereses coyunturales.

La diversificación de fuentes es casi nula, ya que la tendencia gubernamental no solo es imperante, sino más bien objetiva a las implicaciones jurídicas legales y por consecuencia al impacto a nivel social que esta generaría. Una de las conclusiones más importantes es que los medios se convierten en instrumentos de encubrimiento noticioso, ya que el análisis de la problemática económico laboral no es de importancia dentro del debate de la opinión pública.

En este aspecto, la Ley Humanitaria se convierte en el puente mediático para extender la existencia de una modificación a la norma laboral. Es por esta razón que el manejo informativo de esta temática se resume a la explicación del problema desde el oficialismo. ¿Quiénes son? entes gubernamentales o periodistas de la casa mediática. Ambos actores juegan un rol importantísimo. En el caso del equipo periodístico no se narran los sucesos, mucho menos se critican; el periodista configura su condición ética y ontológica, pues manipula el suceso según la conveniencia de los grupos económicos.

En este aspecto, el medio de comunicación privado defiende los intereses de un determinado sector económico financiero, en su razón de ser se evidencia eso, pues su rol activo en la sociedad actual motiva intermitentemente la modificación del campo político. Sin embargo, la presencia de los medios públicos también denota una relación interesante, por un lado, se vuelven instrumentos comunicativos y mediáticos regidos por intereses gubernamentales.

Esta breve explicación pone en manifiesto la siguiente incongruencia estructural del actual sistema político mediático: los entes gubernamentales se entienden que son quienes deben gobernar una determinada nación; en este aspecto su rol activo consiste en resguardar el bienestar colectivo de la sociedad. Partiendo de esta premisa y a manera de silogismo se

entendiera que velaría por los intereses de la población en general, sin embargo, desde la presente experiencia metodológica e investigativa se evidencia su relación mediático política.

Por un lado, el ente gubernamental no comprende el sentido de lo público de los medios de comunicación. Sino más bien utiliza a estos para defender intereses gubernamentales. En este aspecto hay otra consecuencia, las prácticas comunicativas de los medios públicos se asemejan a las prácticas comunicativas de los medios privados. Esto denotaría inferencialmente una relación intrínseca entre la esfera privada conformada por grupos económicos dominantes con los gobernantes de turno. Es por esta razón que se utiliza a los medios de comunicación como voceros oficiales de sus decisiones, y a la par como generadores de opinión para generar la aprobación o mejor dicho la aceptación, o convención social de que una reforma laboral es el camino para salir de la crisis.

La vulneración de derechos es una iniciativa planteada desde octubre del 2019, se ejemplifica en el ejercicio de modificar la política laboral. La reforma laboral es un término técnico jurídico. Es esta la que permite incidir y modificar el ejercicio político dentro de un contexto determinado; ahora una reforma laboral como la presente es una reforma laboral que atenta los derechos fundamentales como los del trabajador. En este sentido, la reforma laboral es un instrumento técnico normativo que atenta tanto el sistema político, y en el caso de la presente tesis el sistema mediático.

El concepto de reforma laboral no es bueno ni malo, más bien, hay que examinar qué es lo que sugiere modificar. Para esto hay que comprender que las reformas laborales tienen que tener relación con la realidad económica, para posteriormente existir una respuesta en el sentido que no afecte los costos de producción, comercialización y consumo. El problema de la política laboral no solo se convierte en un problema legal, sino más bien pone en evidencia el resquebrajamiento del sistema político, pues debido al pacto en función a intereses privados que anula el principio de sujetos de derecho dentro de la sociedad civil. En este sentido no hay temas que han sido consensuados por parte de las autoridades políticas, sino más bien, existen acuerdos con grupos privados. De esta manera la estabilidad y organización interna de la nación pierde su institucionalidad e instrumentaliza el ejercicio económico.

Negar la problemática social económica que genera una reforma laboral de corte neoliberal, es no conocer el viejo argumento de gobernar para el pueblo, ya que una de las principales variantes de este tipo de reforma es afectar principalmente a la microeconomía y beneficiar a las élites empresariales. En la propuesta laboral que se ha generado y se aplicado con otro

nombre no consta públicamente que se iban a impulsar leyes que precaricen las relaciones laborales, estas implicaciones se expresan en la mal llamada ley Humanitaria.

Dicho contexto violenta los principios de la ética no solo en el ámbito comunicativo, sino más bien del significado del mandato popular. La inconstitucionalidad de los decretos y leyes emitidas por el Gobierno posibilitan precarizar las relaciones materiales de los sujetos de la población, es decir, ya no se pueden reproducir dentro de este sistema las condiciones necesarias para llevar a cabo una vida digna, sino más bien, dichas modificaciones plantean un progresivo deterioro del tejido social a niveles preocupantes.

Referencias

- Andréu, Jaime. 2013. “Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada”. Granada: Universidad de Granada. Disponible en: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Aruguete, Natalia. 2009. “Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting”. *Ecos de la Comunicación*. Buenos Aires: Universidad Católica Argentina.
- . 2017. “Agenda Setting y Framing: un debate teórico inconcluso”. *Más Poder Local* (30), 36-42.
- Bajtín, Mijail. 2011. *Las fronteras del discurso*. Buenos Aires: Las Cuarenta.
- Bardin, Laurence. 2002. *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.
- Berelson, Bernard. 1952. “Content analysis in communication research”. *The Free Press*. Glencoe.
- Bilbao, Andrés. 2000. “Trabajo, empleo y puesto de trabajo”. *Política y Sociedad*. Páginas: 69-81.
- Cano, Diego. 2010. “Regresión laboral en el Ecuador y sus consecuencias: gobierno de Rafael Correa”. In *P. Programa Andino de Derechos Humanos, ¿Estado constitucional de derechos? Informe sobre derechos humanos Ecuador 2009* (pp. 291-314). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Champagne, Patrick. 1998. “Algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico”. En G. Gauthier, A. Gosselin, & J. Mouchon, *Comunicación y Política* (p. 237). Barcelona: Gedisa.
- . 1999. “La visión mediática”. En P. Bourdieu, & otros, *La miseria del mundo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Chavero, Palmira; González, Juan; Bouza, Fermín; Castromil, Antón; y, Rodríguez, Arturo. 2013. “La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011”. *Revista Latina de Comunicación Social* (68). Páginas 639 a 655.
- Checa–Godoy, Antonio. 2012. “La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador”. *Revista Latina de Comunicación Social* (67). 125-147.
- Cipolla, Carlo. 2000. “Historia Económica de la Población Mundial. Barcelona: Crítica.
- Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE). 2019”. *Postura del sector empresarial privado. Ayuda memoria sobre reformas laborales*. Quito.
- Compañías, S. d. 2018. *Cifras microempresas*. Quito.
- Constitución del Ecuador. 2008. *Constitución de la República del Ecuador. Montecristi: Asamblea Nacional*.
- Constitución del Ecuador. 2008. *Ministerio de Educación*. Consultado el 15 de Noviembre de 2019. <https://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Consultora Multiplica. 2019. *Consultora Multiplica*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2019, de https://www.multiplica.com.ec/sites/all/themes/multiplica/pdf-samples/rep_macroeconomico.pdf
- Cook, Timothy. 2005. *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Correa, Rafael. 2009. En *P. Programa Andino de Derechos Humanos, ¿Estado constitucional de derechos? Informe sobre derechos humanos Ecuador 2009* (págs. 291-314). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- De Giorgi, Alessandro. 2006. *El gobierno de la excedencia. Postfordismo y control de la multitud*. Madrid: Traficantes de Sueños.

- De Vreese, Claes. 2005. "News framing: theory and typology". En *Information Design Journal*. Nº 13. Páginas: 51-62.
- Defensoría del Pueblo. s/f. *Sitio web de la Defensoría del Pueblo*. Consultado el 11 de noviembre de 2019.
[https://www.defensoria.gob.ec/images/defensoria/pdfs/lotaip2014/info-legal/Mandato_constituyente_Eliminacion_tercerizacion.pdf](https://www.defensoria.gob.ec/images/defensoria/pdfs/lotaip2014/info-legal/Mandato_constituyente Eliminacion_tercerizacion.pdf)
- El Comercio. 2019. "Empresas esperan reforma laboral". Publicado el 10 de junio de 2019. *El Comercio*. Consultado el 20 de noviembre de 2019.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/obrereros-empresas-espera-reforma-laboral.html>
- El País. 2012. "El presidente Rafael Correa perdona al diario "El Universo"". Por Paúl Mena Erazo. *El País*. Consultado el 27 de septiembre de 2020. Disponible en:
https://elpais.com/internacional/2012/02/27/actualidad/1330348672_609194.html
- El Telégrafo. 2019. "Cuatro reformas al empleo privado". Publicado el 30 de julio de 2019. *El Telégrafo*. Consultado el 20 de noviembre de 2019.
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/reformas-empleo-privado-ecuador>
- El Universo. 2019. "Más productividad mejores costos se esperan reformas". *El Universo*. Publicado el 2 de junio de 2019. Consultado el 20 de noviembre de 2019.
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/02/nota/7356921/mas-productividad-menores-costos-se-esperan-reformas>
- El Universo. 2019. "Ministro de Trabajo: Proyecto con reformas laborales busca mejorar la empleabilidad en Ecuador". *El Universo*. Publicado el 17 de mayo. Consultado el 20 de noviembre de 2019.
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/05/24/nota/7345085/ministro-trabajo-asegura-que-proyecto-reformas-laborales-busca>
- El Universo. s.f. "Nuestra organización". *El Universo*. Consultado el 27 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/quienessomos/organizacion.htm#7>
- Entman, Robert. 1993. "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*: 51-58
- Entman, Robert. 2007. "Framing Bias: media in the distribution of power". En *Journal of Communication*. Nº 57. Páginas: 163-173.
- Espinoza, Alberto. 2003. *Deuda externa: oportunidad o amenaza para la economía ecuatoriana*. Quito: IAEN.
- Fierro, Luis. 2019. "Ni desdolarización ni prosperidad". *Revista Gestión*. Publicado el 17 de abril de 2019. Consultado el 23 de noviembre de 2019.
<https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/ni-desdolarizacion-ni-prosperidad-programa-de-ajuste-del-ecuador-con>
- Fishman, Mark. 1983. *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Tres Tiempos.
- Garrido, Joaquín. 2007. "Construcción del discurso en noticias de prensa". *Revista Española de Lingüística*. Páginas: 139-168.
- Gaussens, Pierre. 2016. "¿El fin del trabajo o el trabajo como fin? Proceso constituyente y reformas laborales de la revolución ciudadana". *Revista Latinoamericana de Derecho Social*. Páginas: 31-35.
- Ghiotto, Luciana. 2015. "¿Qué es el trabajo para la Sociología del trabajo? Una discusión conceptual". *Bajo el Volcán*. Páginas 267-294.
- Grandi, Roberto. 2002. "El sistema de los medios y el sistema político". *DeSignis*. Páginas: 81-95.
- Habermas, Jürgen. 1994. *Historia y crítica de la opinión pública*. Traducido por Antonio Doménech y Rafael Grasa. México: Ediciones G. Gili, S.A.

- Hallin, Daniel; y, Mancini, Paolo. 2008. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer Editorial.
- Hjarvard, Stig. 2016. *Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios*. Dinamarca: University of Copenhagen.
- Hobsbawm, Eric. 1971. *En torno a los orígenes de la resolución industrial*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Hostil, Ole. 1969. *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison Wesley Publishing Company.
- Igartua, Juan; y, Humanes, María. 2004. *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- INEC. 2019. *Encuesta de empleo, pobreza y desigualdad*. Quito. Consultado el 15 de julio de 2019.
- Íñiguez, Lupicino. 2003. *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Iyengar, Shanto. 1990. "Framing responsibility for political issues: the case of poverty". En *Political Behavior*. N° 12. Páginas: 19-40.
- Jiménez, Pablo. 2019. *Últimas cifras de empleo* (A. Orbe, Entrevistador).
- Jordán, Rodrigo; y, Panchana, Allen. 2008. "Los medios de comunicación en Ecuador". En *Revista Routledge*. Consultado el 11 de noviembre de 2019. <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- Krippendorff, Klaus. 1990. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- López, Fernando. 2002. "El análisis de contenido como método de investigación". En *Revista de Educación*. N° 4. Páginas: 167-179. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>
- Luhmann, Niklas. 2007. *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthopos Editorial.
- Mandel, Ernest. 1971. *La formación del pensamiento económico de Marx. De 1843 a la redacción de El Capital: estudio genético*. México: Siglo XXI.
- Marletti, Carlo. 1985. *Prima e doppo. Tematizzazione e comunicazione politica*. Torino: RAI/ERI.
- Martínez, Richard. 2019. *Carta de intención FMI. Quito: Ministerio de Economía y Finanzas*.
- Maruani, Margaret. 2000. *De la Sociología del Trabajo a la Sociología del empleo. Política y Sociedad*. Páginas: 9-17.
- Marx, Karl; y, Engels, Friedrich. 1975. *Obras escogidas*. Colombia: Tupac Amaru.
- Mateos, María. 2018. "Crisis del Estado del bienestar: estrategias de hegemonía desde el discurso mediático". *Revista Chasqui*. Páginas 393-412.
- Mazzoleni, Gianpietro; y, Schulz, Winfried. 1999. "Mediatización de la política: ¿un reto para la democracia?". En *Political Communication*.
- McCombs, Maxwell. 1985. "La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión". En *M. De Moragas, Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- McCombs, Maxwell. 2006. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Morales, Edison. 2018. *El posicionamiento y aceptación de la Revolución Ciudadana en el sector rural, a través del papel de los medios de comunicación en la sociedad. Estudio de caso en La Parroquia de Píntag*. Quito: FLACSO.
- Navas, Marco. 2012. *Lo público insurgente, crisis construcción de la política en la esfera pública. Ecuador Debate* 94. Páginas: 177-180.
- Neffa, Julio. 1999. "Actividad, Trabajo y Empleo: Algunas reflexiones sobre un tema en debate". En *Orientación y Sociedad*. Páginas 1-35.

- Neffa, Julio. 2003. *El trabajo humano. Contribución al estudio de un valor que permanece*. Buenos Aires: Lumen-Humanitas, PIETTE del CONICET y Trabajo y Sociedad.
- Paredes, Pablo Lucio. 2019. "El gobierno se decidió". *El Universo*, 05 de Octubre de 2019: 8
- . 2019. "Reforma Laboral". *El Universo*, 18 de Mayo de 2019: 8.
- Paz y Miño, Juan. 2019. *Historia y Presente*. Consultado el 22 de noviembre de 2019.
<http://www.historiaypresente.com/ecuador-fmi-empiezan-los-problemas/>
- Porras, Angélica. 2010. "Las reformas laborales en el Ecuador". En *P. Programa Andino de Derechos Humanos, ¿Estado constitucional de derechos? Informe sobre derechos humanos Ecuador 2009* (págs. pp. 315-329). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ramírez, María. 2007. *El diseño de la agenda política y la construcción de alternativas de solución en la política de inmigración española*. Medellín: Civilizar.
- Reese, Stephen. 2001. "The framing project: a bridging model for media research revisited". En *Journal Communication*. N° 57. Páginas 148-154.
- Ribadeneira, Jorge. 2006. "El Comercio: 100 años de historias y testimonios". *El Comercio*: Quito.
- Schulz, Winfried; y, Mazzoleni, Gianpietro. 1999. *Mediatización de la política: ¿un reto para la democracia? Political Communication*.
- Schulz, Winfried. 2004. *European Journal of Communication. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. Sage Publications.
- Silva, Sebastián Borja. 2019. "Empleo: realidades distintas". *El Comercio*, 01 de Febrero de 2019: 10.
- Strömbäck, Jesper; y, Esser, Frank. 2014. "Introducción". En *Estudios de Periodismo*.
- Strömbäck, Jesper. 2008. *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics*. Sage Publications.
- . 2014. *Mediatization of Politics*. NY: Palgrave.
- Tatamuez, Mesías. 2019. *Reformas laborales*. (C. Satelital, Entrevistador).
- Torres, Juan; y, Montero, Antonio. 2005. "Trabajo, empleo y desempleo en la teoría económica: la nueva ortodoxia". En *Principios: estudios de economía política*. Páginas: 5-34.
- UASB. 2011. *Informe de Derechos Humanos Ecuador 2011*. Quito: UASB.
- Universidad de Georgetown. s/f. *Political Database of the Americas*. Consultado el 19 de noviembre de 2019.
<https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Ecuador/ecuador08.html>
- Valdettaro, Sandra. 2007. *Medios, actualidad y mediatización*. Buenos Aires: Publicaciones Periódicas.
- Van Dijk, Teun A. 2000. *El discurso como interacción social*. España: Editorial Gedisa.
- . 2009. *Discurso y Poder*. España: Gedisa Editorial.
- Verón, Eliseo. 1998. "Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos". En G. Gauthier, A. Gosselin, & M. Jean, *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, Eliseo. 2005. "Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica". *CIC cuadernos de investigación*.