

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador
Departamento Estudios Internacionales y Comunicación
Convocatoria 2015 – 2017

Tesis para obtener el título de maestría de investigación en Comunicación con mención en
Opinión Pública

Los medios públicos en Ecuador como espacio de participación ciudadana y reapropiación de lo
público

Patricio Gabriel Vásquez Vera

Asesora: Palmira Chavero

Lectores: Carol Murillo y Manel Palos

Quito, febrero de 2018

Tabla de contenidos

Resumen	V
Introducción	1
Capítulo 1	4
Esfera pública y medios de comunicación públicos.....	4
1.1 Dimensiones teóricas de la esfera pública.....	4
1.2 Medios de comunicación como espacio público	8
1.3. Intervención del Estado en la comunicación, sistema mediático y políticas públicas	14
1.4. Medios públicos en el mapa del sistema de medios	17
1.5. La televisión en América Latina.....	22
1.6. Participación en medios públicos como reapropiación de lo público	25
Capítulo 2	29
Aparecimiento de los medios públicos.....	29
2.1 Introducción.....	29
2.2 Problema de investigación.....	29
2.3 Objetivos.....	30
2.3.1 Objetivo general	30
2.3.2 Objetivos específicos	30
2.4 Preguntas específicas	30
2.5 Hipótesis de investigación	30
2.6 Relevancia de la investigación	31
2.7 Contexto.....	32
2.7.1 España	34
2.7.2 Inglaterra	35

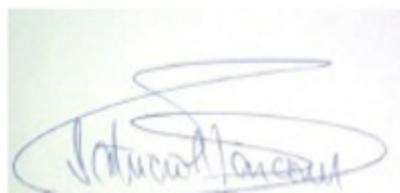
2.7.3 América Latina.....	36
2.7.4 Venezuela.....	37
2.7.5 Argentina.....	38
2.7.6 Bolivia.....	38
2.7.7 Uruguay.....	38
2.7.8 Ecuador	39
Capítulo 3	49
Explicación metodológica.....	49
3.1 Metodología.....	49
3.2 Recopilación de información para análisis	50
3.3 Participación en los Medios Públicos de Ecuador.....	51
3.4 Entrevistas semiestructuradas.....	52
Capítulo 4	58
Medios públicos y participación ciudadana.....	58
4.1 El proyecto de los Medios Públicos y EcuadorTV en el sistema mediático	58
4.1.1 Análisis de la programación de EcuadorTV.....	59
4.1.2 EcuadorTV y los Medios Públicos como portavoces de la ciudadanía y los grupos subalternos	62
4.2 Espacios reducidos, identidades reducidas.....	74
4.2.1 El pueblo indígena y afroecuatoriano reclama más espacios para sus organizaciones..	75
4.2.2 El enfoque de género en los Medios Públicos y EcuadorTV	87
4.3 Ciudadanizar los medios es una tarea conjunta.....	96
4.4 El Consejo Ciudadano de Medios Públicos como instancia de participación ciudadana...	100
Conclusiones	103
Lista de referencias	112

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Patricio Gabriel Vásconez Vera, autor de la tesis titulada “Los medios públicos en Ecuador como espacio de participación ciudadana y reapropiación de lo público” declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría de investigación en Comunicación con mención en Opinión Pública concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

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

Quito, febrero de 2018.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patricio Gabriel Vásconez Vera', is written over a light green rectangular background.

Patricio Gabriel Vásconez Vera

Resumen

Un medio público es una extensión de la esfera pública y los ciudadanos pueden reapropiarse de este a partir de su incidencia en estos medios. El análisis se lo hace desde dos parámetros: los contenidos propios y de producción nacional, enfatizando en aquellos que tienen al ciudadano común como eje informativo y el análisis de las opiniones de varios representantes de grupos o colectivos sociales que reclaman mayor participación en los medios.

Para esto se han planteado las siguientes preguntas de investigación, a fin de que se esclarezcan los mecanismos que garantizan los Medios Públicos para la participación ciudadana y la reapropiación de lo público: ¿De qué manera la aparición de medios públicos en Ecuador ha transformado el sistema mediático y comunicativo del país? ¿Qué mecanismos de participación otorgan los medios públicos a la ciudadanía para incidir sobre sus contenidos? ¿Mediante qué mecanismos o procedimientos pueden los ciudadanos aportar en la construcción de la agenda mediática de los medios públicos? ¿De qué manera las políticas de comunicación nacionales recogen las necesidades comunicativas de las organizaciones sociales y de los colectivos culturales, de género, entre otros, para garantizar su libertad de expresión? ¿Qué parámetros pueden permitir identificar a los medios públicos como una forma de reapropiación de la esfera pública?

El análisis se hará desde un punto de vista cualitativo, valorando los criterios de los informantes y midiendo los mecanismos de participación en EcuadorTV como herramientas para la apropiación de un espacio público como son los medios de comunicación.

Introducción

Los medios de comunicación cumplen un papel fundamental dentro de las sociedades, al constituirse no sólo como instituciones de interpelación del poder político, sino que poseen un importante poder simbólico debido a su gran difusión e impacto de sus imágenes en el gran público, como menciona Champagne (1998), son actores políticos que se rigen bajo determinadas lógicas que determinan su carácter y los contenidos que éstos difunden.

En el mundo del libre mercado, predomina el capital privado en los medios de comunicación; según Patrick Champagne, estos se manejan bajo las leyes del mercado y ellos por sí mismos, “son empresas económicas” (Champagne 1998, 242), por ende, sus dinámicas responden a grupos económicos reducidos y grupos políticos afines a éstos. De esto se desprende que quien accede a estos medios y puede incidir sobre sus contenidos y mensajes, sea un grupo reducido de personas que cuenta con el capital económico y político necesario para hacerlo. El desarrollo histórico no solo de los medios de comunicación, sino del capitalismo por sí mismo, ha dado lugar a este estado de competencia, en el cual la principal arma para subsistir es el capital financiero de los medios.

En este contexto, los medios públicos pertenecientes al Estado y determinados desde su concepción como espacios abiertos y de participación integral de la sociedad, aparecen para establecerse como una alternativa dentro del mapa mediático monopolizado por los medios de capital privado. Siguiendo las palabras de Safar y Pasquali, se puede entender un medio de comunicación de “servicio público” cuando éste:

No pertenece a privados; es mayoritariamente financiado con dinero público; tiene autonomía e independencia política ante el Poder Ejecutivo y autonomía ante los poderes económicos; es un servicio no gubernamental y desgubernamentalizado; está bajo supervisión del Poder Legislativo o de un poder especial supra partes y aplica criterios de par condicio, es decir, de equilibrio en el tratamiento de política interna; ofrece servicios diversificados, complementarios y universales (maximización de coberturas y atención a todos los estratos socio-culturales); se impone a sí mismo elevados estándares cualitativos y de moral social (Safar y Pasquali 2006, 74).

Como la conceptualización lo señala, un medio de comunicación público está llamado a ser

independiente y de amplio acceso para la sociedad heterogénea en la que se desenvuelve. Las condiciones como se estructura y se conforma dan cuenta del accionar que el medio puede realizar y los objetivos que pretende conseguir. Si el medio se mantiene autónomo y existe la voluntad política de las autoridades, un medio de servicio público puede constituirse como un verdadero referente de la información ciudadana a través del establecimiento de mecanismos que permitan la participación y la inclusión de todos los grupos que conforman la sociedad.

Un medio público entonces, siguiendo aquel concepto construido como un ideal de lo que debe ser, se enfrenta a las posibilidades de ser cooptado por el gobierno de turno que lo financia, de no lograr fuentes de financiamiento que permitan un funcionamiento adecuado o de caer en las mismas dinámicas de los medios privados de invisibilización de ciertos grupos sociales o la folclorización de los mismos a través de la reproducción de lógicas habituales del sistema mediático. El medio de comunicación público aparece como una alternativa para la construcción de lo público y de libre acceso para quienes forman parte de la sociedad.

Es así que, partiendo del diálogo entre Habermas y Arendt en torno al concepto de esfera pública, se busca analizar las categorías de acceso y participación. Por un lado, Habermas relaciona la esfera pública a un espacio de encuentro entre individuos iguales, que según su concepción son burgueses con recursos económicos y culturales que les permiten acceder a estos espacios; mientras que Hannah Arendt propone la esfera pública como un espacio de libre acceso para todos los individuos bajo ciertos parámetros normativos que les dan la capacidad de participación.

Posteriormente el análisis se centrará en las características fundamentales y teóricas de los medios públicos entendidos como espacios constituyentes de la mencionada esfera pública y en donde parece posible un diálogo abierto e inclusivo de la ciudadanía. La participación ciudadana es un eje fundamental de esta propuesta de investigación, de tal manera que se analizará qué significa y desde la óptica de ciertos actores que representan diversos grupos sociales, la forma en que estos comprenden a los medios públicos y la implicación de sus colectivos con su programación y contenidos. Entonces, esta investigación propone un acercamiento a la teoría de los medios públicos, su nacimiento en Ecuador, qué parámetros consideran para denominarse

públicos, qué tipo de contenidos aparecen y han aparecido en ellos y cómo estos son vistos desde los colectivos sociales.

La pregunta principal de este estudio es: ¿La estructura y los contenidos de la programación de EcuadorTV han permitido la participación ciudadana en el periodo 2013-2016? Para esto se tomarán en cuenta las herramientas y mecanismos propuestos por EcuadorTV en dicho espacio temporal, se analizará la programación de producción nacional (propia e independiente) del canal y finalmente se cotejará la teoría y el análisis del medio con entrevistas a diversos representantes de grupos sociales; entre ellos, aquellos colectivos que históricamente han sido llevados a un segundo plano dentro de la lógica mediática y comercial de la televisión.

Es así que en el primer capítulo se abordará la teoría respecto a lo público y la esfera pública, los medios de comunicación públicos y el concepto de participación ciudadana. En el capítulo dos, se hace referencia al contexto en que aparecieron los medios públicos en varios países de Europa – donde nacen los medios públicos con una visión de servicio público-; en Latinoamérica, donde con el aparecimiento de gobiernos progresistas este proyecto gana fuerza; y en Ecuador, donde aparecen como puntal comunicativo y político del gobierno de Rafael Correa.

En el capítulo tres se reseña la metodología a utilizar para lograr los resultados de la investigación. En el cuarto capítulo se hace el análisis de la programación y de las entrevistas realizadas a los representantes de los grupos sociales. Finalmente, en las conclusiones se hacen las propuestas a partir de los resultados alcanzados.

Capítulo 1

Esfera pública y medios de comunicación públicos

1.1 Dimensiones teóricas de la esfera pública

La esfera pública, según Habermas, es aquel espacio donde se ponen en común los intereses de una capa ciudadana, entendiendo que la condición de ciudadano está necesariamente dada por el hecho de pertenecer a la clase burguesa. En esta denominada esfera pública, los ciudadanos entablan relaciones interpersonales de diálogo con finalidades y objetivos en común que en última instancia, benefician a este sector ciudadano antagónico al Estado monárquico, referente de poder y control de aquella sociedad estudiada por Habermas.

En este espacio al que acceden quienes han logrado dominar la esfera privada, se ponen en común todas aquellas cuestiones que atañen a estos ciudadanos y de alguna manera ganan cierta notoriedad para ser discutidas entre ellos, es decir, se vuelven públicas. Cabe recalcar que “la publicidad pertenece específicamente a la «sociedad burguesa» que, (...) se asentó como ámbito del tráfico mercantil y del trabajo social según sus propias leyes” (Habermas 1994, 43).

Desde la visión de Habermas, el público burgués se organizaba en este espacio en el que sus necesidades se ponían en común conformando la esfera pública donde se daba lugar a la opinión pública entendida como “una construcción social múltiple que expresa posicionamientos políticos –y sociales- diversos y que se define en estrategias y mecanismos de poder” (Pardo 2012, 159). Esta opinión pública sería la que posteriormente, y como se indica más adelante, se posicionaría en los nacientes medios de comunicación.

La consolidación de la esfera pública responde históricamente a la separación previa entre el Estado feudal y la sociedad civil a partir de “ciertas diferenciaciones en los estamentos artesanales rurales, que evolucionan hacia la esfera de la «sociedad burguesa» que, como genuino ámbito de la autonomía privada, está contrapuesta al Estado” (Habermas 1994, 51). El desarrollo del comercio y la diversificación de los mercados permitieron que los procesos de producción y toda la cadena que le sigue, se especialicen y se diversifiquen.

Por otro lado, el comercio dio lugar al apareamiento de una capa de la sociedad diferente a los

señores feudales y los esclavos, constituida por comerciantes que acumularon capital y se constituyeron en aquella capa burguesa. La posibilidad de acceder a los bienes culturales y una educación diferenciada permitió que esta naciente burguesía se educase y pueda constituirse como un contrapeso a aquel poder eclesiástico y monárquico que controlaba la sociedad de los siglos XVII y XVIII.

Los burgueses se reunían en cafeterías y salones para poner en común todos aquellos problemas o necesidades que tenían; básicamente, para converger en una posición que respondiese a sus intereses de clase. De esta manera se constituye la opinión pública tal como Habermas (1990) hace referencia: como aquellas opiniones e ideas comunes pertenecientes a los públicos burgueses y que se presentan en el espacio público.

Este espacio en que las opiniones se encuentran, y que tienen un predominante carácter político, tiene apertura para un público determinado, el burgués. En la Modernidad, sólo el burgués se considera apto de pertenecer estos espacios de diálogo y opinión. Habermas entiende la esfera pública como una dimensión conformada por la capa burguesa en la que se pone de manifiesto la opinión pública y por lo tanto, excluye a otros grupos sociales.

En contraposición a lo expuesto por Habermas, Hannah Arendt (1997) manifiesta que: “La esfera pública, siempre indesligable de los conceptos de libertad y distinción, se caracteriza por la igualdad: por naturaleza los hombres no son iguales, necesitan de una institución política para llegar a serlo: las leyes” (Arendt 1997, 22). Se entiende entonces que el espacio de diálogo público parte desde la igualdad de los ciudadanos; entendiendo la igualdad como posibilidad de acceso y participación dentro de aquella esfera pública en un marco normativo que lo permita. La concepción habermasiana excluye a otros grupos de la sociedad, aquellos que Fraser (1997) denomina subalternos, los cuales quedan por fuera de cualquier oportunidad de participación en estos espacios. Estos grupos serán explicados detalladamente más adelante.

Ese espacio público se considera como tal, porque todo lo que ahí aparece “puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible” (Arendt 1997, 59), así como por ser un espacio común y de encuentro de los hombres, a diferencia de aquel ámbito privado que se diferencia por estar dominado por las necesidades humanas.

Sin embargo, Arendt referencia que con el desarrollo del “Mundo moderno”, las esferas pública y privada no están claramente diferenciadas, sobre todo debido al desarrollo de la sociedad de masas que logra convertir el interés privado en interés público; esto da lugar a una esfera social que no sólo se caracteriza por lo mencionado, sino también por la violencia que traspasa el ámbito privado hacia este espacio, inundando así la esfera y la discusión política de ella. Volver al estado en que cada esfera se considera autónoma, dependerá de la capacidad de la sociedad de delimitar los espacios de acción de lo privado en el mundo social, evitando que ésta continúe posicionando los intereses privados y particulares en la esfera pública y que lo común prime sobre lo privado. Para esto, el papel que juegue el Estado en la delimitación y en cómo se entiende lo público y privado es fundamental.

Lo público, entendido como par fundamental del binomio público-privado, puede entenderse desde diferentes concepciones como menciona Rabotnikoff (1997), en primer lugar como lo que es común y que atañe a lo colectivo, y por ende concierne a la autoridad de ella emanada; de esto se desprende que sea de interés del Estado. En segundo lugar, lo que está a la luz o vista de todos; y, finalmente, aquello que es de acceso libre, abierto para todos. Se puede entender que la esfera pública es de libre acceso de los ciudadanos y que es el Estado, la institución que está llamada a garantizar la participación de los mismos a través de mecanismos que permitan incluir a la totalidad de individuos y colectivos que de él hacen parte.

Con este antecedente de lo que se puede entender como público, se consideran las ideas de Arendt, quien concibe una esfera pública que se torna inclusiva a partir de las leyes que garanticen dicha inclusión. “El término público significa el propio mundo, en cuanto es común a todos nosotros y diferenciado de nuestro lugar poseído privadamente en él” (Arendt 1997, 61). La forma de normar la esfera pública, la equidad en el acceso y participación es a través de políticas públicas en las que el Estado toma un rol protagónico y se consolida como la institución responsable de regular y garantizar estos derechos a los ciudadanos.

Lo público al estar pensado como un espacio de encuentro y de acción entre los hombres, se construye de manera colectiva, como resultado de esa posibilidad de acción de iguales con características en común, garantizadas por leyes tal como lo menciona Arendt (1997). Si la esfera

pública se puede caracterizar, según lo señalado, por ser de acceso común y libre, se comprende que al mismo tiempo está influida por quienes participen en ella. El derecho de participación ciudadana en la esfera pública conlleva también la responsabilidad de una construcción normativa y fáctica dentro de la misma, donde los objetivos puestos en común estén encaminados al diálogo inclusivo y armónico.

En fin, la construcción de lo público responde a un trabajo conjunto de ciudadanos que comparten similitudes en torno a derechos y obligaciones y que potencialmente tienen objetivos en común en el sentido de que idealmente se encuentran en la búsqueda de una sociedad participativa y de diálogo.

De esta manera, lejos de aquella esfera pública conformada por burgueses que Habermas señalaba, ésta se encuentra pensada como un espacio de iguales. Es destacable la posibilidad de incluir dentro de este ámbito a aquellos grupos que históricamente se han visto aislados por el poder y las diferencias de clase que han colmado los espacios de representación de las sociedades. Se abre así la oportunidad de entablar el diálogo entre grupos sociales diversos, incluyendo aquellos que se han denominado subalternos (Fraser 1997) y otros que no han tenido la oportunidad de aparecer en la esfera pública según el pensamiento habermasiano.

Al respecto, Fraser incluye dentro de estos grupos a “mujeres, trabajadores, personas de color, gays y lesbianas” (Fraser 1997, 115), colectivos que históricamente se han visto subordinados por los grupos dominantes de las sociedades y que imponen en la discusión en la esfera pública, el sentido común que fortalece su dominio y que oculta las necesidades y formas de pensar de los subordinados. Esto permite entender como antecedente, qué grupos no han aparecido en los medios de comunicación privados, o que si lo han hecho, ha sido desde una visión instrumental, machista, racista o denigrante para los intereses de estos colectivos sociales. Posteriormente, se explica cómo las lógicas tradicionales mediáticas aíslan a ciertos grupos sociales de sus espacios, o en ciertos casos, los abordan desde estereotipos o reduccionismos que restan valor a su identidad.

1.2 Medios de comunicación como espacio público

Los medios de comunicación han ganado desde su apareamiento, un lugar primordial dentro de la sociedad moderna. No sólo son instituciones económicas poderosas, sino que también juegan un papel fundamental dentro del desarrollo de la democracia liberal, así como de la difusión de información en las sociedades.

El crecimiento económico que han tenido se ha dado, principalmente, debido al desarrollo del capitalismo, a los procesos de producción industrial y a la transformación de la información en mercancía. Hacia finales del siglo XIX, la creciente industrialización de la prensa exige a los periodistas captar recursos a través de ingresos publicitarios “para afrontar los costos que demanda el periodismo profesional” (Mastrini et al. 2013, 12). Los procesos informativos de la actualidad han adquirido características mercantiles, dejando de lado en muchos casos, el objetivo de servir a la sociedad por el fin netamente comercial y empresarial. La mercantilización, en palabras de Vincent Mosco (2006), es un “proceso de tomar bienes y servicios que son valorados por su uso, (...) y transformarlos en mercancías que son valoradas por lo que pueden ganar en el mercado” (Mosco 2006, 66). De esta manera, la comunicación y la información han ingresado en esta dinámica a partir del desarrollo de la tecnología, lo que les permite ubicuidad; y por otro lado, “la expansión general y mundial de la mercantilización en los 80, condujo a un aumento de la mercantilización de la programación, la privatización de las instituciones públicas de medios y telecomunicaciones, y la liberalización de los mercados de comunicación” (Mosco 2006, 67).

Los procesos políticos de la Modernidad, han dado un espacio central a los medios de comunicación como una de las instituciones más importantes para formar opinión pública y para constituirse como ejes de la crítica y la interpelación al poder político.

Cabe entender que la dinámica de desarrollo capitalista ha logrado que los medios de comunicación de lógica privada reflejen el pensamiento dominante y hegemónico de los grupos de poder que controlan la sociedad, poniendo por delante los fines comerciales antes que los educativos o informativos. Su desarrollo ha respondido a una serie de procesos en que el capital ha prevalecido ante el servicio público de la comunicación.

El naciente capitalismo empezaba a cimentar sus bases en los remanentes del modo feudal de producción, con la característica del “tráfico de mercancías y noticias creado por el comercio a larga distancia del capitalismo temprano” (Habermas 1994, 53). Las noticias ligadas al intercambio que se llevaba a cabo en los mercados de las lejanas ciudades viajaban mediante el sistema de correspondencia, lo cual significó la existencia de los primeros intercambios de información que permitirían a la postre el apareamiento de la prensa periódica. Las grandes ciudades que se constituyeron como centros de comercio se convirtieron también en importantes centros de tráfico de noticias.

El constante crecimiento de estos centros mercantiles y de las compañías comerciales hacia nuevos mercados y hacia una acumulación creciente de capital, necesitó de una base política que garantizara las sociedades por acciones. Habermas, citando a Hercksher, denomina este proceso como nacionalización de la economía urbana, dentro del cual se pueden reconocer los primeros rasgos de lo que se conoce como Estado-nación. “Dentro de ese orden político y social refigurado durante la fase mercantil del capitalismo se desarrolla también ahora vigorosamente el segundo elemento constitutivo del marco del tráfico tempranamente capitalista: la prensa” (Habermas 1994, 58). De esta manera, se desarrolla en sus inicios una de las instituciones con mayor peso en la sociedad, por todos los elementos expuestos previamente.

En un inicio, los contenidos de estos mensajes giraban alrededor de temas como impuestos, cosechas, sucesos bélicos, y otras temáticas señaladas por Habermas; es decir, había una dependencia de la actividad periodística respecto al tráfico privado de noticias. Al mismo tiempo en que se desarrolla el Estado, se desarrolla la burocracia y se transforma la publicidad representativa propia de las monarquías de la época feudal. Con este proceso surge el interés de las autoridades de utilizar la prensa para sus fines, convirtiendo a sus destinatarios en público por primera vez.

La Revolución Industrial llegó, especialmente con paso firme en Inglaterra, dando lugar a una serie de transformaciones a todo nivel. Esta serie de procesos de urbanización y de transformación de la producción, generó cierta incidencia sobre los modos de pensar en lo económico y lo político. Desde luego, la prensa retoma estos grandes debates de la época y ante

el creciente número de lectores su esencia se torna indiscutiblemente política.

En el sentido social, la prensa sufrió una transformación en el siglo XVIII a partir de varios factores que permitieron su desarrollo; Barbier (2007) destaca entre ellos: el crecimiento demográfico, el aumento del promedio de vida, la extensión de la alfabetización, la urbanización y un relativo crecimiento económico de los pobladores. Esto permite que el número de lectores potenciales aumente considerablemente, modificándose las prácticas alrededor de la prensa periódica.

Con esto, la integración entre países a través de vías de transporte, así como el correo postal, en un contexto de crecimiento de los mercados, influyeron sobre las prácticas culturales de las personas, quienes se veían en la obligación de estar más y mejor informadas, para estar en capacidad de participar del crecimiento de los mercados y del intercambio. Sin embargo, el sistema político imperante sigue siendo netamente elitista; aún son las minorías ilustradas las que tienen un acceso diferenciado no solo a los mercados y a la información, sino a la participación y aporte a la opinión pública a partir de la prensa que consumen.

Cabe mencionar que aquellos mensajes propios de la administración, no lograban llegar a la totalidad de la población, especialmente a los “hombres comunes”, sino que únicamente alcanzaba a un grupo diferenciado de ciudadanos que constituirían en el centro del público, una “nueva capa burguesa” (Habermas, 1994).

Es así que el crecimiento de la prensa facilitó la creación de aquella esfera pública burguesa (Habermas, 1994). A pesar de que en un inicio los contenidos eran principalmente culturales y literarios y éstos eran discutidos en aquellos espacios públicos como los cafés o salones, la actividad periodística fue migrando hacia el periodismo de escritores, donde los fines eran principalmente políticos, antes que económicos. Habermas menciona:

Esas capas burguesas constituyen el público que se ha ido formando desde tiempo atrás en las tempranas instituciones de las casas de café, de los salones y de las Tischgesellschaften, y que ahora adquiere una textura uniforme gracias a la instancia mediadora de la prensa y de su crítica profesional (Habermas 1994, 88).

Quienes destacaban como ilustrados podían ocupar aquella posición de redactores de noticias; era a través de ellas que se promulgaban ideas opuestas al poder del Estado, y eran los burgueses los que construían la opinión pública en los espacios que compartían. Es así que estos intereses privados que aparecían en la prensa de ese entonces, se posicionan como “comunes”, difuminando los límites de las esferas pública y privada durante el último tercio del siglo XVII.

La prensa en primer lugar, y posteriormente los medios de comunicación en su conjunto, se desarrollan a partir de la intervención de los grupos burgueses ilustrados poseedores de capital económico y financiero, que logran hacer de ellos, verdaderas empresas y monopolios de la comunicación, a través de la mercantilización de la información.

Los medios de comunicación han dado paso a la espectacularización de sus contenidos, donde queda de lado el ideal de comunicar, informar, educar y construir una ciudadanía crítica y participante de este proceso de construcción de opinión pública. Han obviado las evidentes particularidades de los grupos humanos que conforman la sociedad, todo esto bajo una lógica elitista que pone por encima a quienes tienen acceso al capital –como aquellos grupos burgueses resaltados por Habermas-, sobre aquellos colectivos que representan grandes grupos poblacionales –aquellos que pondera Fraser al mencionar los públicos subalternos-.

Bajo esta lógica, la idea de Arendt que considera el acceso universal y libre a los espacios de producción de opinión pública, se contrapone a lo que Habermas sentencia. El marco legal aparece como una herramienta para permitir la inclusión de los públicos subalternos dentro de la esfera pública y se pueda construir un verdadero concepto de lo público, lo que pertenece a todos.

Históricamente la esencia privada de los medios de comunicación ha marcado sus agendas y la intencionalidad de los mensajes que éstos emiten. El grupo reducido de ciudadanos que pueden acceder a los medios, serán quienes definan lo que los medios transmiten y a quienes permiten aparecer en ellos. En este punto, es importante recordar a los públicos subalternos de los que Fraser (1997) daba cuenta, porque han sido los que han estado negados de participar o aparecer en consonancia a sus propios intereses en los medios de comunicación; por el contrario, han sido invisibilizados, ridiculizados o presentados de manera acorde al pensamiento dominante capitalista.

Como en un inicio, los cafés y los espacios exclusivos en que los burgueses se reunían para poner sus cuestiones en común, los medios de comunicación dominados en su totalidad por un grupo minúsculo de ciudadanos burgueses, se han transformado en los nuevos lugares de discusión de lo político, de la crítica e interpelación del Estado, desde la visión unívoca de los grupos dominantes de la sociedad. Siendo así, se entiende que los medios de comunicación, son una extensión de esa esfera pública en donde la burguesía se reunía y por ende excluye al resto de públicos que conforman la sociedad.

Los medios de comunicación son los nuevos espacios donde se discute el concurrir político de la sociedad. Ya sea en prensa, radio o televisión, la información política, social o cultural se trata en sus mensajes, en sus contenidos. Políticos, académicos, gestores culturales, líderes sociales o simples ciudadanos desfilan a diario en sus páginas o en su programación. En ellas debaten sobre la cotidianidad, la acción del Estado y de los grupos de poder que controlan la sociedad. Los medios son la esfera pública donde se construye la opinión pública, desde ellos se emite el pensamiento dominante del poder político y económico, dictan tendencias y costumbres, pero sobre todo, deciden quién es vocero y quien es un simple espectador alejado de la oportunidad de participar en la creación de mensajes.

El proceso de desarrollo y crecimiento capitalista ha visto en la mercantilización de productos, la forma de seguir reproduciendo las condiciones de su fortalecimiento. Este modo de producción, ha alcanzado los espacios de poder del Estado, donde los gobernantes han trabajado en favor de los grandes grupos económicos y políticos dominantes de la sociedad. Muchas políticas públicas, las leyes y otras normativas han sido pensadas en beneficio de estos reducidos pero poderosos grupos sociales, con el objetivo de mantener una posición privilegiada.

En cuanto a los medios de comunicación, no han existido excepciones. Los gobiernos han garantizado el ejercicio mediático a través de poca o ninguna regulación de sus actividades, beneficios tributarios y la cesión de derechos sobre bienes o recursos del Estado, como por ejemplo el espectro radioeléctrico para los medios audiovisuales. En recientes años, nuevos gobiernos denominados neopopulistas o de izquierda que en palabras de Follari, se caracterizan por “liderazgos personalistas fuertes, participación activa de movimientos sociales y rechazo del

neoliberalismo económico y liberalismo político” (Follari 2010, 27), han introducido a la opinión pública el debate de la regulación del campo de la comunicación mediática y la práctica periodística. El objetivo de estos gobiernos es normar y regular este campo, abriendo una contienda con los medios de comunicación privados y los grupos de poder ligados o relacionados a éstos.

Badillo, Mastrini y Marengi identifican como características en común de estos gobiernos:

- a) La voluntad de recuperar el rol del Estado y su intervención como regulador y productor.
- b) La preocupación -al menos retórica y con frecuencia sustancial- por la redistribución del ingreso y justicia social, y la reducción de inequidades sociales y económicas.
- c) La reivindicación de la sociedad civil como el espacio de acción política o innovación democrática basada en la promoción de mecanismos de participación democrática (AAVV 2013, 11).

Con estas particularidades se puede iniciar el análisis sobre la intervención del Estado en el campo de la comunicación, la disputa que esto significa y cómo se afectan las dinámicas del ejercicio de la regulación a través de los instrumentos (leyes de comunicación, mecanismos de participación en medios públicos, contenidos, mensajes, espacios de acción colectiva) que el Estado establece o crea para su propósito. Becerra (2014) al mencionar dos tendencias regulatorias en disputa, la de los países centrales y la de los países latinoamericanos con los denominados gobiernos progresistas, señala sobre los segundos que:

En América Latina, la política marca el ritmo de normas que promueven controles más estrictos, relativos al régimen de propiedad de los medios, sus modos de financiamiento y las posibilidades de acceso por parte de diferentes actores sociales. El investigador señala que un acontecimiento novedoso en la configuración del sistema radica es que los cambios normativos son promovidos o acompañados por la movilización de organizaciones sociales (AAVV 2013, 14).

Con este antecedente y concretamente para esta investigación, el Estado aparece para proporcionar a través de políticas públicas, medios de comunicación que puedan garantizar la inclusión y la participación de todos los sectores sociales en donde los objetivos se encaminen a la creación de agendas que respondan a las demandas y necesidades ciudadanas; que construyan

espacios de diálogo; y los grupos sociales que históricamente han sido excluidos puedan aparecer en ellos con el objetivo de aportar un punto de vista diferente al hegemónico, donde las lógicas privadas son primordiales en la construcción de contenidos.

1.3. Intervención del Estado en la comunicación, sistema mediático y políticas públicas

En el modelo europeo se identifican tres objetivos primordiales de los medios de comunicación estatales: informar, entretener y educar. Al ser estatales, su regulación dependía de corporaciones públicas conformadas por el Estado que observaban la consecución de sus objetivos con el incentivo de ciertos privilegios legales. Según detalla Mastrini (2013), es a partir de la década de los 80 que los medios estatales, se vieron afectados por las políticas que estimulaban el libre proceder de los medios de comunicación privados, que entraron a la competencia con una ventaja económica y administrativa.

Por otro lado, en Latinoamérica el Estado no ha sido un partícipe activo de la comunicación ni de los procesos regulatorios que inciden sobre ella. La región “desarrolló, paralelamente al sistema comercial, un modelo que combina características de los modelos europeo y estadounidense: la televisión estatal, con altas dosis de influencia gubernamental y contenidos elaborados con criterio comercial” (Mastrini 2013, 57). Como se había señalado en consonancia con lo expuesto por Hallin (2003), la radiodifusión pública tenía una alta influencia política y una regulación bastante fuerte por parte del Estado.

Con la globalización dando pasos agigantados, con los procesos de tecnologización de la comunicación mediática y con el amplio terreno ganado por el capitalismo, el rol del Estado en los procesos de regulación de la comunicación se ha visto afectado. Estos hechos no sólo han permitido a grandes corporaciones empresariales y mediáticas apoderarse de la esfera pública donde el encuentro de diferentes posiciones es posible, sino que ha blindado más a los medios de la obligación deontológica de ofrecer un servicio comunicativo e informativo que forme a sus públicos. La necesidad del Estado de recuperar terreno perdido es fundamental devolviendo “la centralidad del espacio público como aquel lugar simbólico de constitución de sentidos sociales, relatos e identidades que se relacionan de modos diversos en reconocimientos y consensos, pero también en negaciones y exclusiones” (De Charras et al. 2013, 25), es decir, la intervención y

reapropiación de lo público por parte del Estado en beneficio de la ciudadanía es necesaria.

Para entender cómo el Estado interviene y regula el sector de la comunicación, es preciso conocer cómo se conforma el sistema mediático que debe regular. Hallin y Mancini en su texto *Sistemas mediáticos comparados* proponen una clasificación de los sistemas mediáticos, basada en ciertas características identificables en ellos. Cabe mencionar que los autores señalan que no todas las características están presentes al mismo tiempo y que ninguno de estos sistemas es aplicable en su totalidad a una realidad concreta, sino que sirve como una guía para identificar ciertos parámetros.

Uno de los parámetros identificados por los autores en estos modelos de sistemas mediáticos, es el papel del Estado en cuanto a la intervención y la regulación de la propiedad de los medios, las políticas públicas de comunicación o la asignación de frecuencias radioeléctricas. Otras de las dimensiones analizadas son: la industria de la prensa, el paralelismo político y la profesionalización de los periodistas (Hallin y Mancini 2004), estas características no serán profundizadas en el presente trabajo.

Bajo estas dimensiones o características, Hallin y Mancini proponen una clasificación de tres tipos de sistemas mediáticos. El primero es el Liberal, que se caracteriza por un volumen intermedio de tirada, prensa visiblemente comercial y autónoma y niveles importantes de profesionalización. El segundo modelo es el Democrático Corporativo, de igual manera con volúmenes importantes de tirada, prensa comercial neutral y niveles altos de profesionalización. Finalmente, el sistema Pluralista Polarizado, que se caracteriza por una tirada media, niveles bajos de profesionalización y un alto grado de paralelismo político y la intervención clara del Estado en el sector mediático.

Los denominados medios públicos, propiedad del Estado, son una de las formas más importantes de intervención. La búsqueda de un espacio en el sistema mediático por parte del Estado, parte del antagonismo entre éste y los grupos que concentran los medios de comunicación. De igual manera, las políticas públicas de comunicación, tienen como objetivo disputar la esfera pública en donde se forma la opinión pública, a los medios de comunicación privados.

El papel regulador del Estado en el campo mediático, ha permitido repensar sus dinámicas y las funciones de cada actor dentro de esta disputa. En este contexto, la regulación se da en varios ejes señalados por Palmira Chavero (2015):

a. Elaboración de políticas públicas en Comunicación, b. Agente de regulación fiscal, c. Factor económico, d. Regulación de la propiedad, e. Propiedad de medios, f. Regulación de contenidos y g. Injerencia en los aspectos formativos y de profesionalización (Chavero 2015, 21).

La concentración de medios de comunicación ha dado lugar a que un solo discurso domine la opinión pública, y ese es precisamente otro de los puntos que el Estado pretende regular, entendiendo que ha sido esa institución la que históricamente ha permitido estos monopolios comunicativos gracias a normativas laxas y permisivas con aquellos grupos mediáticos.

La concentración de los medios de comunicación “requiere de la complicidad de un Estado que por acción u omisión abandonó su rol regulatorio entregando solo al mercado el derecho a la libertad de expresión de sus ciudadanos” (Sunkel y Geoffroy 2001, 6). Se caracteriza así, otro aspecto del sistema mediático latinoamericano, en donde se vuelve importante una participación más profunda del Estado.

Siguiendo esta línea, Martín Becerra (2014), propone varias características de los sistemas mediáticos latinoamericanos, los cuales se han diferenciado de manera clara de otros modelos como el europeo o norteamericano; estos son:

- Lógica comercial en el funcionamiento de las industrias culturales en general y del sistema mediático en particular;
- Ausencia de servicios públicos no gubernamentales y el uso de los medios de gestión estatal como órganos propagadores del discurso gubernamental;
- Configuración de procesos de concentración de la propiedad del sistema de medios de carácter conglomerar y liderados por pocos grupos mediáticos, que exceden en su significación los registrados en los países centrales;

- Centralización de la producción de contenidos informativos y de entretenimientos en los principales centros urbanos de cada país, lo que relega así al resto de los territorios estatales-nacionales al rol de consumidores de contenidos producidos por otros;
- Los sistemas mediáticos latinoamericanos han sido poco regulados, pero fuertemente controlados por la activa y a la vez informal relación que mantuvieron los distintos gobiernos con los dueños de las empresas periodísticas.

1.4. Medios públicos en el mapa del sistema de medios

Un medio público es creado como un servicio público desde la institucionalidad del Estado, y es éste el llamado a garantizar su servicio a la ciudadanía. Los medios públicos, como se ampliará más adelante, forman parte del Estado, se establecen con sus recursos y pertenecen al colectivo de una nación. Si la comunicación y la información son un derecho ciudadano y un medio público está llamado a atender ese derecho, entendemos que un medio público o estatal, hace parte del servicio público, el cual en palabras de Tremblay se establece como:

El servicio público es una actividad considerada de interés general para la comunidad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado y por lo tanto el Estado asume su responsabilidad y su control sometiéndolo si fuera necesario a un régimen jurídico especial (Tremblay 1988, 59).

Retomando las palabras de Rabotnikof, lo público se entiende como aquello que “es de interés o de utilidad común, que atañe al colectivo, que concierne a la comunidad, en contraposición a lo privado (...)” (Rabotnikof 1997, 17). Entonces, si la normativa ubica a la comunicación e información como algo que debe ser garantizado por el Estado para la totalidad de sus habitantes, se infiere que ambas categorías se definan como un servicio público por la finalidad que tienen, más allá de su propiedad, ya sea pública, privada o comunitaria.

Mastrini hace referencia a tres principios organizadores de lo que significa un servicio público, estos son: la universalidad, continuidad y cambio (Mastrini, 2013). Universalidad en cuanto a disponibilidad en igualdad de condiciones del servicio público para toda la ciudadanía; continuidad referida a la prestación o dotación del servicio por parte del Estado de manera

permanente; y, cambio como tercer principio, en tanto actualización constante del servicio para que la ciudadanía acceda a él en las mejores condiciones.

Como se mencionó anteriormente, la información y la comunicación forman parte de un derecho que bajo esta mirada se satisface como servicio público y un medio público es la cristalización de ese servicio, entonces, el Estado se encuentra obligado a garantizar el acceso para sus habitantes, de manera totalmente inclusiva. Al respecto, la UNESCO hace referencia al servicio público de comunicación, como aquel que “estimula el acceso y la participación en la vida pública (...), se define como un punto de encuentro donde todos los ciudadanos son bienvenidos y considerados en un plano de igualdad”¹.

Retomando las palabras de Safar y Pasquali, un medio de comunicación se puede considerar de “servicio público” cuando éste:

No pertenece a privados; es mayoritariamente financiado con dinero público; tiene autonomía e independencia política ante el Poder Ejecutivo y autonomía ante los poderes económicos; es un servicio no gubernamental y desgubernamentalizado; está bajo supervisión del Poder Legislativo o de un poder especial supra partes y aplica criterios de par condicio, es decir, de equilibrio en el tratamiento de política interna; ofrece servicios diversificados, complementarios y universales (maximización de coberturas y atención a todos los estratos socio-culturales); se impone a sí mismo elevados estándares cualitativos y de moral social (Safar y Pasquali 2006, 74).

En América Latina, los medios públicos han sido utilizados en su mayoría como portavoces del discurso oficialista del gobierno, desde los cuales se ha reproducido la propaganda y la voz de los gobernantes (Mastrini, 2013). Al respecto, Jesús Martín Barbero, señala: “Mirando desde América Latina el espacio público aparece históricamente confundido con, o subsumido en, lo estatal. (...) Cuando el orden colectivo se percibe precario, y es a la vez idealizado como algo preconstituido ontológicamente -no construido política y cotidianamente- la heterogeneidad de lo social aparece como disgregación y ruptura del orden” (Barbero 2001, 4).

Este panorama, entre los autoritarismos vividos en América Latina y la heterogeneidad de sus

¹ Página web de la UNESCO, acceso el 9 de agosto de 2016. <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/medios-publicos-y-comunitarios/>

sociedades, da la pauta para que la sociedad civil organizada comprenda que el cambio está en romper los límites impuestos por los controles estatales para redefinir lo público y que el ámbito comunicativo sea la alternativa para oponerse a estas limitaciones, difundiendo lo diverso y reafirmando sus necesidades.

Pasquali (1991) en su texto acerca de los servicios públicos de radiodifusión, señala dos dimensiones en que un medio de comunicación perteneciente al Estado puede garantizar su independencia. Desplazando estas ideas al conjunto de medios de comunicación públicos, se pueden señalar: independencia económica y política. La económica remite a que la programación no quede subordinada en una lógica puramente comercial (...), y la política a que el medio público no dependa del gobierno de turno para que no sea únicamente oficialista, donde la identidad ciudadana con los medios quede claramente establecida.

La creación de medios de comunicación públicos, responde a la necesidad de crear espacios comunicativos abiertos a la diversidad de puntos de vista existentes en la sociedad, cumpliendo un rol democrático en el sentido comunicativo de su fin. Hernández y Reina, señalan que la existencia de un sistema de medios públicos, aporta:

Un enfoque más crítico y alternativo de lo que sucede en el mundo, develando la manipulación mediática de las grandes corporaciones al servicio de la dominación global, que funcionan fundamentalmente sobre una base pulsional y bajo la premisa de la manipulación de los deseos (Hernández y Reina 2010, 12).

Mientras que, desde el sentido político de su existencia, los medios públicos emergen como un contrapeso a los medios privados desde los cuales se difunde el pensamiento único; es decir, los medios públicos aparecen para reafirmar la aparición y difusión de pensamientos alternativos y contrarios al discurso hegemónico ampliamente legitimado por los medios privados de comunicación. Si un medio público, en esencia, busca una ruptura dentro del sistema mediático en que se inserta a través de nuevas lógicas comunicativas y de contenido, se puede decir que un medio público pretende:

Asegurar condiciones de acceso equitativo a la educación, la cultura o la información (desde las

escuelas, las bibliotecas o los museos hasta la propia radiotelevisión pública) como elemento capital de la igualdad de oportunidades y de la participación democrática (Bustamante 2007, 22).

La esfera mediática es entonces, un espacio de disputa donde dos perspectivas se contraponen: la que tiene a la información como mercancía y objeto de lucro privado y la que tiene a la información como herramienta de construcción política, social y cultural. Para Gramsci, los medios de comunicación son parte de la sociedad civil, al igual que la Iglesia, el sistema educativo, los partidos políticos, desde ellos se difunden los valores e ideas con el fin de establecer la hegemonía, caracterizada por ir más allá de la coerción y donde el consenso es pieza clave para entender esta dominación.

Gramsci define la hegemonía como el “conjunto de grupos de la sociedad donde el dominante establece un liderazgo moral, político e intelectual sobre sectores subordinados, haciendo que sus intereses sean los intereses de la sociedad” (2001, 19). En este sentido, los medios de comunicación privados, históricamente hegemónicos, cumplen su papel de hegemónicos al transmitir un complejo sistema de ideas que responden a los intereses de quienes los poseen y de los grupos cercanos que conforman con ellos, estos bloques poderosos.

Frente a este panorama, la sociedad que puede acceder cada vez más a la información a través de otras fuentes, genera un distanciamiento con estos medios hegemónicos, ante lo cual los medios públicos tienen la oportunidad de establecer un nuevo sistema de relaciones en el sistema mediático. “Gramsci afirma que la construcción de una nueva hegemonía liberadora implica la realización de una reforma intelectual y moral que sea capaz de crear una nueva cosmovisión e ideología en el pueblo” (Noguera Fernández 2011, 17). En el campo de la disputa mediática, el Estado tiene en los medios públicos una herramienta para hacer frente a los medios dominantes y hegemónicos.

Los medios públicos de comunicación, son un producto de las políticas comunicativas del Estado; pretenden desde su constitución, resignificar lo que se comprende por “lo público” como espacio de acción de la totalidad de la ciudadanía, a través de mecanismos que permitan participar de ellos y construir agendas en respuesta a sus necesidades.

La democratización pensada por los medios públicos, como se había mencionado previamente, parte de la igualdad de acceso a dichos medios de comunicación y su garantía desde las políticas públicas promulgadas por el Estado; pero esta democratización de espacios para lograr construir contenidos diferentes, alternativos, inclusivos y contrahegemónicos, tiene un elemento fundamental: la participación.

El tradicional control que existe en la producción de elementos simbólicos y mensajes mediáticos dominantes por parte de los grupos poderosos excluyentes, demarca el territorio que excluye a otros grupos de la sociedad de la participación en sus espacios mediáticos. El poder y la violencia simbólica ejercida desde estos espacios comunicativos, cierran o limitan la entrada al campo en cuestión a quienes no poseen los capitales (Bourdieu, 2001) necesarios para acceder a él. Los medios de comunicación se convierten en las herramientas del ejercicio de poder de estos grupos dominantes; sin embargo, esto no significa que la posibilidad de debate y enfrentamiento está totalmente descartada, sino que las posibilidades de acceder a una discusión pública y democrática entre todos los grupos sociales están disminuidas.

Siendo así, se puede mencionar que “en la esfera de la comunicación pública se enfrentan discursos contrapuestos y tienen lugar los debates que caracterizan al sistema democrático” (Candón Mena 2012, 680), lo cual tiene mayores probabilidades de éxito en la medida en que los medios de comunicación den apertura a la participación de aquellos colectivos que históricamente estuvieron excluidos del campo mediático.

Tomando las ideas de Daniel Hernández, se pretende resaltar el carácter inclusivo de los medios de comunicación, el cual promueve la participación de los ciudadanos. Hernández menciona que:

Quando hablamos de comunicación, hablamos necesariamente de estar en comunidad. No puede haber comunicación sino en comunidad. Pero comunicarse, es también un modo de ser, pues la comunidad no está petrificada. Y un modo de ser es siempre un modo de participar. Participar es una característica inherente al ser humano (Hernández 2009, 2).

Entonces la comunicación como proceso se construye con base en la participación, tema que se abordará más adelante, donde los ciudadanos se apropian de los medios públicos como

herramientas ciudadanas para construir diálogos y debates que permitan el libre intercambio de ideas.

1.5. La televisión en América Latina

Si bien es la prensa escrita el medio donde la opinión pública tiene su mayor o más representativa expresión; o la radio, el medio que ha dominado la mayor parte del siglo XX; es la televisión en donde la cultura se entremezcla con la tecnología audiovisual, enriqueciendo la experiencia del público y tomando lugar como el medio de comunicación más utilizado a nivel mundial. Sin embargo, y como se ha mencionado con anterioridad, la televisión y sus mensajes están supeditados al dueño del medio y a sus intereses, de igual manera, la televisión en esta zona del planeta es una muestra de la desigualdad que pulula y de las injusticias que no han sido resueltas por falta de voluntad política; Martín Barbero indica:

De México a Brasil o Argentina, la televisión convoca como ningún otro medio a las gentes, pero el rostro que de nuestros países aparece en la televisión no sólo es un rostro contrahecho y deformado por la trama de los intereses económicos y políticos que sostienen y moldean a ese medio, es también paradójicamente el rostro doloridamente cotidiano de todas las violencias que nos atemorizan y desgarran (Barbero 2001, 2).

Los medios de comunicación en Latinoamérica han tenido un marcado dominio privado desde sus inicios; en un primer momento, sería en la época de auge de la radio, que bajo la influencia estadounidense, se creó en 1945 la AIR (Asociación Interamericana de Radiodifusión). Posteriormente, a partir de la década de los cincuenta y sobre todo los sesenta, cadenas norteamericanas como la ABC, NBC y CBS, marcaron la pauta de la televisión en la región, de forma opuesta al modelo europeo en el que se desarrollaba el modelo del medio público.

Otro de los aspectos fundamentales de los medios de comunicación en la región de la que era parte la televisión, es de la fuerte concentración de medios en pocas manos, que por lo general, pertenecían a grupos familiares o empresariales, lo cual constituía verdaderos monopolios empresariales con una clara guía editorial, que por lo generalmente alejada de las causas sociales y que buscaba más bien, el crecimiento comercial.

Martín Becerra (2014), señala que los procesos de concentración de los sistemas de medios son característicos de la historia mediática de América Latina. Esto se complementa con una ausencia generalizada de sistemas de medios públicos, que en los casos en que existen, aparecen bajo las mismas lógicas de contenidos y programación, dejando así pocos espacios de incidencia para otros actores sociales, económicos, políticos y culturales. Como Hallin y Mancini sostienen: “América Latina ha sido, hasta el momento, la región donde la radiodifusión se ha desarrollado como un proyecto fundamentalmente comercial” (Hallin y Mancini, 2008: 93).

En conexión con esto, Hallin (2003) indica dos características importantes en esta región: la primera es la fuerte tendencia existente en los medios de ser controlados por ambiciones políticas y económicas; la segunda es la politización de los medios y la regulación de la transmisión mediática. Se debe entender que ya sea desde el lado político o económico, hay una instrumentalización de los medios de comunicación para ciertos fines asociados a grandes grupos de poder, partidos políticos o gobiernos. El deber ser de los medios de comunicación se establece en función de quienes lo controlan. Desde luego, la televisión es un eje central de este aparataje de las poderosas minorías por la fuerza que tiene dentro de la sociedad para difundir ideas y formas de pensar.

La televisión en América Latina es el espacio en que se rediseña la cultura de la región, es aquella esfera en donde la política se ha reconfigurado y sus figuras trabajan ahora para estar bien posicionadas en ella. Su capacidad de difusión la ha colocado en un sitio privilegiado dentro de las familias latinoamericanas. “En América Latina son las imágenes de la televisión, el lugar social donde la representación de la modernidad se hace cotidianamente accesible a las mayorías” (Barbero 2001, 2). Pero bajo la explicación que precede, es improbable pensar una separación entre la representación de la realidad que la televisión hace y bajo qué lógica está determinada su intencionalidad y lo que quiere mostrar.

Si es lo privado, lo de dificultoso acceso, lo excluyente, aquello que se muestra, entonces es entendible que sean pocos actores los que tengan la capacidad de influir sobre ella y por ende, las representaciones ahí mostradas serán aquellas que respondan al pensamiento dominante, a aquel sentido común que puede llegar a ser xenófobo, racista, misógino.

Sin embargo, la televisión presenta también múltiples posibilidades de constituirse como una alternativa a esa mercantilización del pensamiento y de lo mediático. La experiencia audiovisual, aquella que recoge la capacidad de experimentar contenidos que estimulen más sentidos que otros medios de comunicación, permite un campo de acción mayor que la prensa o la radio, por ejemplo:

La experiencia audiovisual que posibilita la televisión, replantea aquella idea radicalmente desde los modos mismos de relación con la realidad, esto es, desde las transformaciones que introduce en nuestra percepción del espacio y del tiempo. Del espacio, profundizando el desanclaje que la modernidad produce sobre las relaciones de la actividad social con las particularidades de los contextos de presencia, desterritorializando las formas de percibir lo próximo y lo lejano hasta tornar más cercano lo vivido a distancia que lo que cruza nuestro espacio físico cotidianamente. La percepción del tiempo, en que se inserta/instaura la experiencia televisiva, está marcada por las experiencias de la simultaneidad, y lo instantáneo. Vivimos una contemporaneidad que confunde los tiempos y los aplasta sobre la simultaneidad de lo actual, sobre el culto al presente que alimentan los medios de comunicación, y en especial la televisión (Barbero 2001, 13).

Si la televisión es aquel espacio de encuentro social por su popularidad, entonces tiene el potencial de convertirse en un espacio estratégico de encuentro ciudadano y de recreación de lo público, lo de libre acceso, aquello común para todos; como afirma Barbero: “si la televisión se ha tornado en espacio estratégico de representación del vínculo entre los ciudadanos, de su pertenencia a una comunidad, ella constituye hoy el espacio por antonomasia de recreación de lo público desde donde enfrentar la erosión del orden colectivo” (Barbero 2001, 4).

Bajo este sentido, la necesidad de ofrecer una televisión alternativa aparece como prioritaria y dentro de la institucionalidad del Estado y la obligación de garantizar un medio de comunicación de servicio público, la televisión pública se torna fundamental para el proceso de construcción de ciudadanía y de participación e inclusión social. Para esto, “cada país latinoamericano tendrá que hacer un esfuerzo de creación de una televisión pública relativamente original, buscando responder a sus necesidades, tomando en cuenta su tradición cultural y sus condicionamientos actuales” (Fuenzalida 2000, 39), es decir que aparece en el horizonte romper ese esquema que menciona Hallin, donde la política o la economía utilizan los medios para cumplir con sus fines

privados.

1.6. Participación en medios públicos como reapropiación de lo público

El principio fundamental de lo público según la propuesta realizada y fundamentada en las ideas de Arendt, se sostiene en el acceso con base en la igualdad de los ciudadanos hacia lo público. Precisamente el tema de la participación se vuelve fundamental para el ejercicio adecuado de los medios de comunicación públicos.

En un Estado democrático, la construcción conjunta de las políticas sociales responde a procesos plurales que integran la mayor cantidad de ideas en beneficio de la mayoría. Macpherson entiende que la participación es un aspecto social a ser considerado, al respecto, menciona que “la poca participación y la desigualdad social están tan inextricablemente unidas que para que haya una sociedad más equitativa y más humana, hace falta un sistema político más participativo” (Macpherson, 1981: 114). La participación se vuelve entonces, fundamental dentro de los medios de comunicación de servicio público.

El espacio público, el que es de acceso incluyente y amplio, es aquel lugar de encuentro de ciudadanos en el cual, visto desde el punto de vista social y político, permite la organización ciudadana y el encuentro y diálogo de ideas. El espacio público al pertenecer a todos los ciudadanos y ser de interés para todos ellos, se convierte en una responsabilidad del Estado que lo garantiza y de quienes hacen parte de él. De esta forma:

La capacidad que tienen los ciudadanos de incidir en las decisiones referidas a asuntos públicos que son de su interés, supone la participación. (...) Cuando la participación ciudadana es bien encauzada, contribuye positivamente al desarrollo de las políticas, programas y proyectos, tanto públicos como privados. Además, fortalece y potencia el patrimonio social y la vida democrática (Oviedo y Abogabir 2002, 27).

El Estado al ser una institución destinada a velar por el bienestar de sus ciudadanos se ve llamado a otorgar mecanismos legales, marcos jurídicos y diversos tipos de herramientas que permitan y garanticen la participación dentro de las decisiones fundamentales que les atañen. La construcción conjunta de políticas públicas y la articulación estatal con las necesidades sociales,

genera también corresponsabilidad y una posibilidad de establecer una sociedad más equitativa en cuanto a oportunidades. Con una participación activa, los ciudadanos construyen lo público.

La participación tiene que ver con la capacidad de la ciudadanía de actuar en consonancia con su voluntad, de ser partícipes de las decisiones fundamentales que la institucionalidad del Estado les permite, de poder expresarse y ser escuchados y de sentirse incluidos sin importar su condición social, racial, de género o etaria. Participación es ejercer la condición de ciudadanía con la plena garantía de no ser excluido y con la seguridad de que se es parte de un todo, que en el caso específico es el Estado.

Para lograr una participación eficaz, los colectivos de ciudadanos se reúnen de acuerdo a sus necesidades e intereses, creando grupos para lograr reconocimiento y alcanzar fines en común; a esto se lo conoce como “asociativismo”. Esto se refiere a una nueva forma de organización que “promueve relaciones horizontales, flexibles, entre personas que piensan globalmente y actúan de manera colectiva en el ámbito local con el propósito de cambiar la sociedad donde viven” (Oviedo y Abogabir 2002, 28). Para esto, se vuelve necesario que el Estado reconozca estas organizaciones y actúe de manera democrática, permitiendo su participación activa en el ejercicio de la ciudadanía; esto significa, que está obligado a crear instancias de participación reconocidas legalmente, ya sean éstas: instituciones, procedimientos o normativas.

Es en esto que radica la importancia de la asociatividad, de la capacidad organizativa de los colectivos y de la ciudadanía, especialmente a través de movimientos sociales que recojan los intereses de determinados grupos, entendiendo que lo hacen como una forma de ser visibilizados y aparecer como contrapúblicos de aquellos que históricamente han tenido el dominio del espacio público y por ende de los medios de comunicación.

¿Participación en qué sentido? La respuesta está dada por el nivel en que los ciudadanos, pueden tomar decisiones sobre los medios públicos, que no sean únicamente consumidores de los productos finales emitidos por estos; sino que se conformen como parte activa del proceso de creación de tales contenidos y que además, a través de organizaciones ciudadanas, inciden en decisiones propias de su funcionamiento institucional, con delegados que formen parte de los medios públicos y de sus mesas directivas y/o de contenido.

Santiago Ortiz menciona que los “nuevos movimientos sociales retoman la participación directa, como un elemento básico para afirmar la identidad de los actores, procesar demandas, hacer propuestas y transformarse en sujetos de la vida democrática” (Ortiz, 2003: 20).

La participación no sólo permite una acción netamente teleológica, sino que reafirma la identidad de quienes aparecen en los medios, difundiendo sus modos de pensar y sus manifestaciones culturales, ideológicas, sentimentales; recordando que la diversidad debe ser parte también de los medios públicos. Los servicios públicos pensados para satisfacer necesidades ciudadanas, como en este caso de información y comunicación, tienen como meta llegar a la mayor parte de ciudadanos que se vean beneficiados por ellos.

Los mecanismos de la comunicación pública buscan garantizar la participación y fortalecer aquello que pertenece a la colectividad, y no cerrarse sobre lo estatal, que no siempre garantiza una total apertura a la ciudadanía. La cristalización de estos mecanismos en los medios públicos busca una ruptura en la forma de concebir la comunicación mediática para lo cual:

Acceso y participación requieren de mecanismos sociales e institucionales que los hagan viables, de medios de comunicación concebidos como entes de responsabilidad social, de receptores con posibilidad de retroalimentación organizada, de instancias de evaluación y apelación y, especialmente, de una educación destinada a formar a grupos e individuos en la comprensión y manejo de la comunicación (Reyes-Matta 1978, 96).

A esta propuesta de construcción de medios públicos, se pueden añadir las ideas de Iris Marion Young (1996), en donde hace referencia a la importancia de resaltar las identidades para garantizar la representatividad política de cada grupo, donde se plantea la “existencia de una ciudadanía diferenciada, es decir que los miembros de grupos desfavorecidos serían incorporados a la comunidad política no solo como individuos, sino a través de sus respectivos grupos.” (Ortiz 2003, 21), entendiendo para este caso que los grupos desfavorecidos son aquellos que no han sido partícipes activos y decisivos del proceso de construcción de mensajes mediáticos.

Entonces, la participación como principio de acción de la ciudadanía debe no solo establecerse desde las instituciones estatales llamadas a garantizarla, sino desde la propia movilización

ciudadana, la cual debe exigir los espacios para la intervención y la resignificación de lo público.

Es bajo estas particularidades que los países de la región, con el ascenso de nuevos gobiernos pos neoliberales, han aparecido con la consigna de disputar la esfera y la opinión pública a los medios de comunicación privados en los países en que los gobiernos están claramente definidos con la izquierda, los intentos de intervención en el área de los medios ha sido una contienda permanente con proyectos de leyes de comunicación y servicios audiovisuales que integren nuevas dinámicas en los sistemas mediáticos. Los detalles del contexto en que se han presentado estas disputas, serán analizadas de manera más profunda en el capítulo siguiente.

Capítulo 2

Aparecimiento de los medios públicos

2.1 Introducción

Con el sistemático aparecimiento de los gobiernos denominados “progresistas” en Latinoamérica, se retoma el debate de la democratización de la comunicación, así como de la discusión de la implementación de políticas públicas de comunicación que normen y regularicen el sector comunicativo, la propiedad de los medios de comunicación, la participación mediática y la práctica periodística.

En la Constitución aprobada en el país en el año 2008 se establece la obligación del Estado tanto de garantizar el derecho a la comunicación para todos los ciudadanos, como de crear medios de comunicación de tipo público, con ciertas características que signifiquen un cambio de paradigma en el sistema mediático. Por otra parte, la Ley de Comunicación, aprobada en el año 2013, tiene como objetivo regular el acceso a la comunicación, crear organismos orientadores y determinar derechos para los ciudadanos y para los profesionales de este campo.

En cuanto al aparecimiento del sistema de medios públicos del Gobierno central, es en 2007 que se crea el canal de televisión pública “EcuadorTV”, que actualmente cuenta con cobertura casi en la totalidad del territorio ecuatoriano. Posteriormente se crearía la Radio Pública de Ecuador (2008) y la Agencia de Noticias ANDES (2009), medios de comunicación que conformaron la empresa pública RTVECUADOR que funcionó hasta noviembre de 2016, fecha en la cual se fusiona con Diario *El Telégrafo* y da paso a Medios Públicos EP, formando una sola empresa que abarca a todos los medios de propiedad estatal. La estructura administrativa es única y funciona para los cuatro medios, mientras que operativamente funcionan de manera independiente, aunque con un consejo editorial común.

2.2 Problema de investigación

¿La estructura y los contenidos de la programación de EcuadorTV han permitido la participación ciudadana en el periodo 2013-2016?

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo general

Analizar al medio de comunicación público EcuadorTV, su conformación y sus contenidos, para observar si éstos permiten la participación plena de la ciudadanía transformando la esfera pública.

2.3.2 Objetivos específicos

- 1.- Comprobar la cuota de participación ciudadana independiente y analizar la estructura formal de los Medios Públicos del Ecuador.
- 2.- Analizar los contenidos de EcuadorTV en relación a los parámetros que dicta la Ley de Comunicación en respecto a producción independiente, programación intercultural y diversa.
- 3.- Analizar si EcuadorTV cumple como espacio de libre acceso e igualdad de condiciones para el diálogo y la participación.

2.4 Preguntas específicas

- 1.- ¿De qué manera la aparición de medios públicos en Ecuador ha transformado el sistema mediático y comunicativo del país?
- 2.- ¿Qué mecanismos de participación otorgan los medios públicos a la ciudadanía para incidir sobre sus contenidos?
- 3.- ¿Mediante qué mecanismos o procedimientos pueden los ciudadanos aportar en la construcción de la agenda mediática de los medios públicos?
- 4.- ¿De qué manera las políticas de comunicación nacionales recogen las necesidades comunicativas de las organizaciones sociales y de los colectivos culturales, de género, entre otros, para garantizar su libertad de expresión?
- 5.- ¿Qué parámetros pueden permitir identificar a los medios públicos como una forma de reapropiación de la esfera pública?

2.5 Hipótesis de investigación

- 1.- Los medios públicos redefinen lo público al constituirse como espacios de participación

ciudadana.

2.- La construcción de la agenda de los medios públicos responde a proceso de participación ciudadana.

3.- Los mecanismos de participación de EcuadorTV han sido suficientes para generar contenidos participativos, equitativos, culturales e inclusivos.

2.6 Relevancia de la investigación

En el campo de la comunicación, el estudio de los sistemas mediáticos ha permitido conocer de primera mano cómo se desenvuelven los medios de comunicación en la sociedad. Esto implica conocer su función y cómo influyen en los procesos comunicativos e informativos de la ciudadanía. El estudio de los medios públicos, permite abrir la discusión alrededor de la desconcentración de medios, de la información como servicio público y no como mercancía; y particularmente el tema propuesto, busca aportar directrices para entender a los medios públicos como espacio de democratización de la comunicación mediática y la reapropiación de lo público por parte de la ciudadanía, incluyendo el debate alrededor de la inclusión y de la importancia de construir mensajes a partir de las diversidades que componen la sociedad actual.

En el contexto actual, y al existir poco trabajo científico e investigativo sobre los medios públicos en el país, se justifica este estudio por los planteamientos de interés que pueda arrojar. Las conclusiones que se pueden lograr a partir de esta investigación, pueden dar luces de la caracterización de los medios públicos, de cómo actúan y cuál debe ser su rol en la sociedad como herramienta de democratización de la comunicación mediática; así mismo, puede otorgarnos elementos para pensar y reflexionar sobre el papel de lo público en la construcción de ciudadanía y de un verdadero espacio de deliberación pública y ciudadana.

Esta investigación, se suma a los estudios de la economía política de la comunicación, así como del sistema de medios en Latinoamérica y del espacio público como lugar de encuentro y diálogo de la ciudadanía.

El objetivo es analizar la estructura y los contenidos de EcuadorTV, observándolos como un espacio de participación ciudadana y de reapropiación de la esfera pública, entendiendo al medio

público como una extensión de esta esfera, es decir como un espacio de diálogo y encuentro ciudadano.

2.7 Contexto

Mediante Decreto Ejecutivo del 29 de diciembre de 2009, Rafael Correa, Presidente de la República se da lugar a la creación de la Empresa Pública de Televisión y Radio E.P RTVEcuador con el “objeto principal de instalar, operar y mantener los servicios públicos de radiodifusión y televisión públicas; asimismo podrá realizar la creación, producción, postproducción de programas de radio y televisión con carácter social (...)”². Su creación responde a la obligación constitucional de garantizar el acceso de todos los ecuatorianos a los medios de comunicación y la libertad de expresión. De igual manera, la Ley de Comunicación aprobada en 2013, establece la existencia de estos medios de comunicación públicos con el fin de servir a la ciudadanía y democratizar la comunicación.

RTVECUADOR, empresa pública que acoge a la televisión y radio públicas, además de la agencia de noticias ANDES, menciona como visión institucional³ su aspiración a ser “un medio de comunicación público, eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio plural e incluyente de la ciudadanía”. Siendo una empresa pública, es el Estado, la institución llamada a buscar los mecanismos de participación y funcionamiento de este medio público, desde su estructura de recursos humanos hasta el establecimiento de la guía editorial y de contenidos.

Es decir, un medio público tendrá que establecer tales mecanismos, para de esa manera cumplir y garantizar su fin de servicio público en favor de los ciudadanos.

El agua potable, el servicio de electricidad, la recolección de basura son servicios públicos y la ciudadanía los reconoce como tal. Con las últimas enmiendas a la Constitución de 2015, se reconoce a la comunicación como un servicio público, es decir, que debe ser garantizada por el Estado con las mismas condiciones para todos y un acceso equitativo para la ciudadanía:

El servicio público es una actividad considerada de interés general para la comunidad y como tal

² Decreto ejecutivo N 193 del 29 de diciembre de 2009.

³ Tomado de <http://www.rtvecuador.ec/web/>

reconocida por el Estado. Dicha actividad no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado y por lo tanto el Estado asume su responsabilidad y su control sometiéndolo si fuera necesario a un régimen jurídico especial (Tremblay, 1988).

En Europa aparecen los primeros medios de comunicación de servicio público (en primer lugar aparecen las radiodifusoras), con el fin de: “informar, educar y entretener” (Mastrini 2011, 2). Se entiende que un medio público es una alternativa a los medios privados y tradicionales, que con sus contenidos, no aportan a la construcción de una sociedad informada y educada, sino que están dirigidos principalmente al espectáculo y al mantenimiento del *status quo*.

Un medio público, si bien nace como un proyecto del Estado en favor de la ciudadanía, puede ser utilizado para la propaganda gubernamental, es decir, convertirse en portavoz oficial del gobierno de turno; “una clara característica del medio público debería ser su autonomía editorial, respaldada por directrices, estatutos y un órgano de gobierno integrado por especialistas” (Béistegui 2005, 226). Se diferencian entonces un medio público de uno gubernamental porque el segundo tiene una clara intención de mostrar la gestión del Gobierno destacar su trabajo, mientras que el primero tiene un deber ser más ciudadano.

Según la UNESCO, los medios públicos se definen como: “medios hechos, financiados y controlados por el público, para el público. No son comerciales ni de propiedad gubernamental, son libres de la interferencia política y la presión a partir las fuerzas comerciales”⁴.

Durante la primera mitad del siglo XX, se desarrollan varias experiencias de medios públicos en Europa, de las cuales se destacan el caso de la BBC de Londres en Inglaterra, la RTVE de España, ARD y ZDF en Alemania o RAI en Italia.

La historia de los servicios de radiodifusión y televisión pública sugiere que éstos nacen a partir de diferentes procesos marcados por el contexto de cada uno de los países mencionados, pero que eventualmente convergen en la necesidad del Estado de ofrecer un servicio de comunicación público, diferenciado de los medios comerciales, con el fin principal de que sean medios

⁴ Página web de la UNESCO, acceso el 9 de agosto de 2016. <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/medios-publicos-y-comunitarios/>

culturales y educativos, además de que se “contribuyó a legitimar la idea de que los sistemas de medios de comunicación no sólo pueden estar regidos por criterios de mercado.” (Mastrini 2011, 3).

Partiendo de esta introducción, es importante repasar algunos de los procesos que se dieron a cabo en algunos países de Europa alrededor de la creación y del sistema de medios públicos.

2.7.1 España

En España, la radiodifusión, y posteriormente la televisión no se considera como de interés estatal hasta el año de 1934. A pesar de sus inicios ligados a los intereses franquistas, no sería sino hasta 1956 años para que los servicios de comunicación mediáticos y RTVE sean considerados como una empresa de servicio público.

El nacimiento de la televisión pública española, fue netamente para fines políticos en la era del franquismo en España. “El 28 de octubre de 1956, se realizó la primera emisión de TVE, que nació como un organismo gubernamental dependiente del Ministerio de Información y Turismo de Gabriel Arias Salgado” (Retis y Walzer 2008, 716). Es decir, la democracia no era el objetivo principal de este servicio público, sino la comunicación partidista del franquismo. (Retis y Walzer, 2008).

A partir de este momento, la RTVE fue parte de un monopolio mediático hasta que entró en vigencia la “Ley de televisión privada” en 1988, momento en que la competencia haría que la RTVE entre en la misma lógica mercantilista de los medios privados de comunicación, en cuanto a financiamiento y calidad de su programación.

Con el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, se lleva a cabo un compromiso de reforma y saneamiento estatal (Retis y Walzer, 2008). Este compromiso incluye el desarrollo de políticas públicas encaminadas a mejorar el contenido difundido por el servicio público de comunicación, así como la dotación de un marco legal y jurídico que norme el ámbito de la comunicación audiovisual en España.

Desde 2010, se determinó que RTVE se financie sin publicidad; por el contrario, los aportes

económicos provendrían de las siguientes fuentes: los operadores de telefonía contribuyen a la financiación de la televisión pública con el 0,9 por ciento de sus ingresos, las cadenas privadas aportan con el 3 %, y las de pago el 1,5 %. Además se suma un 80% de la recaudación, ya existente, por el uso del dominio público radioeléctrico.

En la actualidad, y bajo el mando del gobierno del PP; los servicios comunicativos de RTVE, son blanco de críticas por la línea pro-gobierno que han tomado, influidos por la asignación presupuestaria del Estado español, que ahora marca su agenda y línea editorial.

A diferencia del modelo social europeo, en España el nacimiento de los medios públicos de comunicación ligados al franquismo le restaron aquel elemento democrático que se busca en otros países. Después de la reforma de 2007, durante el gobierno del PSOE, los intentos por transformar el panorama comunicativo, y sobre todo del servicio de medios públicos eran evidentes; sin embargo, en la actualidad RTVE ha regresado a funcionar bajo las lógicas del partidismo, antes que de la democratización de la comunicación.

Con este ejemplo, es notorio que un servicio de comunicación pública, debe ser acompañado por la voluntad políticas de las autoridades estatales, y de políticas públicas que garanticen espacios democráticos y contenidos diversos, inclusivos y de calidad dentro de los medios públicos.

2.7.2 Inglaterra

La BBC aparece en 1922, gracias a un grupo técnico que realizaba investigaciones referentes a transmisiones inalámbricas. Cinco años después recibiría la “Royal Charter”, la cual es un documento que generalmente se entrega a organismos que trabajan con fines de interés público, que garantiza su independencia editorial. John Reith, fue su primer director general quien mencionaba que los medios de comunicación, “son una fuerza social, cultural, educativa, cultural y moral, que no debían satisfacer exclusivamente a los grupos masivos sino ser capaces de aportar cultura a una nación y reunir diferentes clases sociales y poblaciones regionales” (Retis y Walzer 2008, 717).

Vale señalar que la BBC, se financia a través de aportes estatales, de actividades comerciales propias e independientes de la empresa, de publicidad, por suscripciones y del impuesto que se

paga en el Reino Unido por la posesión de receptores de televisión. Este “contrato” suscrito entre Estado y ciudadanía, conocido como canon, recoge el aporte por el televisor que posee el ciudadano para financiar a la BBC y garantizar así, una programación “cultural, educativa y de calidad”.

Como menciona el sitio web de la BBC⁵, en donde su subdirector del Servicio Mundial de la BBC, Nigel Chapman, hace la siguiente precisión: “Los valores editoriales básicos de la BBC – imparcialidad, precisión, transparencia e independencia- dan forma a nuestro periodismo más allá del idioma o el medio que utilicemos para llegar al público”⁶.

Según sus objetivos, la BBC pretende dar espacio a la diversidad de opiniones y frente a este panorama, conformarse como un medio democrático y plural. La “Carta Real” entregada por la Corona Británica, sustenta y garantiza su independencia, permitiéndole así constituirse como un verdadero servicio mediático independiente.

2.7.3 América Latina

Han existido intentos de toda índole por establecer un nuevo orden comunicativo en la región; alejado de la influencia del pensamiento único transmitido desde los denominados “países del primer mundo”, en los cuales la mercantilización de la comunicación ha pasado por encima de los mencionados ejemplos de servicio público de comunicación. Desde la carta de Buenos Aires y la conformación del ULEP-ICC (Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura) se puede comprender por qué comunicadores y estudiosos de la comunicación, sobre todo de la región, han pensado en el rol democratizador de la comunicación, bajo la consigna de que “otra comunicación es posible”.

Estas propuestas epistemológicas y democratizadoras fueron recogidas en los últimos años, sobre todo por aquellos gobiernos latinoamericanos que se presentaron como “progresistas”, a decir: Venezuela, Argentina, Bolivia, Uruguay y Ecuador; países en los cuales, se propusieron políticas de comunicación que acompañasen al establecimiento de medios públicos para enfrentar la

⁵ Tomado del sitio: http://www.bbc.co.uk/spanish/specials/1035_independencia/page2.shtml. Acceso el 21 de agosto de 2016.

⁶ Ídem.

concentración y el monopolio de los medios privados. El objetivo era constituir un contrapeso no solo comunicativo sino político a partir de los medios públicos de cada una de estas naciones, frente al discurso hegemónico y comercial de los medios privados existentes.

2.7.4 Venezuela

En 2004, se da lugar a la ley RESORTE, Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, con el objeto de:

Establecer, en la difusión y en recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de servicios de radio y televisión, los anunciantes, los productores nacionales independientes, los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y contribuir con la formación de la ciudadanía (Ley RESORTE, 2004)

De la mano de esta ley, aparecen también medios públicos venezolanos entre los que se puede destacar a TeleSUR⁷, cadena informativa que según lo que menciona su misión institucional, pretende constituirse como “un espacio y una voz para la construcción de un nuevo orden comunicacional”. Este proyecto comunicativo que tiene sede en Venezuela se encuentra apoyado por varios países de la región, sobre todo de corte progresistas, ellos son: Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Venezuela. El fin de este proyecto era integrar comunicativamente a la región con un contenido contrapuesto al de los medios de tipo privado. Esta cadena informativa manifiesta la marcada tendencia política que maneja a favor del gobierno bolivariano y chavista de Venezuela.

Se pueden destacar otros medios públicos como: Venezolana de Televisión, Televisora Venezolana Social y ViVe, canal educativo y cultural, y Radio Nacional de Venezuela, dentro de los que tienen alcance nacional; así mismo aparecen otros medios locales y comunitarios, que responden a los esfuerzos de los gobiernos de Chávez y Maduro por democratizar la comunicación mediática.

⁷ Tomado del sitio web de TeleSur: <http://www.telesurtv.net/pages/sobrenosotros.html>. Acceso el 22 de septiembre de 2016.

2.7.5 Argentina

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual o Ley de Medios, promulgada en 2009 por el Gobierno de Cristina Fernández, aparece en reemplazo de la anterior Ley de Radiodifusión 22.285 instituida en 1980 por la Dictadura Militar Argentina.

Bajo el texto de esta ley se establece la Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S. E.), que es el organismo que regula los servicios de comunicación audiovisual en Argentina. Dentro de este organismo se reúnen “Canal 7 – TV Pública”, “Radio Nacional – Radio Pública”, “Radiodifusión Argentina en el Exterior” y otras nueve emisoras comerciales. El organismo se financia con un 20% de los gravámenes creados por la ley, los fondos por motivos de publicidad, parte del Presupuesto Nacional, la comercialización de contenidos, y todo tipo de donaciones específicas.

El sistema de medios públicos en Argentina incluye a Radio Nacional, Televisión Pública, TELAM Agencia de Noticias, CCK, Tecnópolis, Canal Encuentro, Paka Paka y BaCua.

2.7.6 Bolivia

Radio Patria Nueva –antigua Radio Illimani-, Canal 7 y Agencia Boliviana de Información (ABI), son los tres mayores medios del Estado boliviano, con los cuales el Presidente Evo Morales pretende realizar una “revolución democrática y cultural”.

De la misma forma que otros gobiernos de la región, el boliviano, ha promulgado una Ley de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, la cual tiene como objeto:

Vivir bien garantizando el derecho humano individual y colectivo a la comunicación, con respeto a la pluralidad económica, social, jurídica, política y cultural de la totalidad de las bolivianas y los bolivianos, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas del Estado Plurinacional de Bolivia (Ley de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, Bolivia, 2011).

2.7.7 Uruguay

Dentro de medios públicos uruguayos, se destaca la Radiodifusora Nacional de Uruguay, la que se presenta como un “servicio público estatal que se orienta a garantizar, a todos los habitantes de

la República, el derecho a la información, el derecho a la libre expresión y el acceso a productos radiales de calidad”⁸ .

La Ley de Servicios Públicos de Comunicación Audiovisual, promulgada en 2014, aparece para regular los servicios públicos de comunicación.

La Ley crea el Sistema Público de Radio y Televisión Nacional (SPRTN) como servicio descentralizado, vinculado al Poder Ejecutivo (...). Esta nueva Institución debe administrar, dirigir y operar los servicios de radio y televisión públicos estatales. De este modo, quedan comprendidos bajo su mando el Canal 5 (Televisión Nacional del Uruguay), la Radio Nacional y la Dirección del Cine y el Audiovisual Nacional. (Linares 2016, 107)

Entre los objetivos del SPRTN, destacan: facilitar el ejercicio del derecho a la información, ofrecer información independiente e imparcial, asegurar la independencia editorial, la pluralidad y la diversidad de contenidos, y promover la participación democrática.

La forma de financiación existente para el funcionamiento del SPRTN proviene de “partidas presupuestarias; venta de servicios y productos; transferencias de activos por parte de organismos del Estado; donaciones y legados” (Linares 2016, 108).

2.7.8 Ecuador

El proyecto político de la Revolución Ciudadana, inicia sus funciones en el año 2006 con la figura de Rafael Correa como Presidente de la República. Su gestión estuvo marcada desde el inicio por un discurso revolucionario, innovador; su línea pretendía romper con aquellas estructuras de hegemonía tradicional de derecha que habían gobernado el Ecuador desde su retorno a la democracia. Uno de los puntos clave, y en el cual se ha sostenido el proyecto político de la Revolución Ciudadana ha sido el comunicacional, el cual se muestra como uno de los factores de la alta popularidad de la que ha gozado en su etapa como presidente Rafael Correa y el Gobierno, incluyendo al actual, presidido por Lenín Moreno.

Dentro del programa de la campaña presidencial del año 2006 de Rafael Correa, se destacaba

⁸ Tomado de: <http://www.rnu.com.uy/innovaportal/v/12335/42/mecweb/quienes-somos?leftmenuid=12335>. Recuperado el 23 de agosto de 2016.

“proponer una reforma política, constitucional a través de la figura de la Asamblea Constituyente” (Recalde 2007, 21). El resultado de la consulta popular que dio paso a la Asamblea Constituyente, cuando Correa ya estaba en funciones, fue apabullante; el 82% de la población se pronunció a favor de que la Asamblea Constituyente, propusiese la nueva Constitución, que posteriormente fue aprobada por la ciudadanía.

Y es precisamente esa nueva Constitución, la del año 2008, la que en su Título VII, Capítulo primero, séptima sección, menciona al Estado como la institución encargada de la creación de la política pública concerniente a la comunicación social.

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Adicionalmente, la Constitución del Ecuador menciona en el numeral ocho, de la primera disposición transitoria, que en un plazo no mayor a 360 días, se aprobaría la Ley de Comunicación. Dicha ley, destaca entre sus objetivos, dos puntos fundamentales que permiten entender la dinámica de creación de los Medios Públicos como una ruptura en el esquema comunicativo del país. Esta ley, garantizada por la Constitución del 2008, si bien recoge ciertos aspectos mencionados en anteriores constituciones, introduce el tema de los medios públicos en su cuerpo. Dentro de esta ley, se destacan dos puntos importantes respecto a éstos:

- “Que, a través de la promoción y creación de medios de comunicación social se garantiza el acceso de igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013), y:
- “Que, es justo impedir el oligopolio y monopolio, directo e indirecto, de la propiedad de

los medios de comunicación y del uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico (Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

De esta manera, el Estado se erige como la institución llamada a crear y dar espacio dentro del espectro radioeléctrico a estaciones y frecuencias de tipo comunitarias y públicas, las cuales ya en definitiva, y que actualmente están en funcionamiento son: EcuadorTV, Radio Pública del Ecuador, Agencia Andes y El Telégrafo⁹.

Es así que en el año 2007, se crean los medios antes mencionados; la guía editorial de RTVEcuador (Empresa pública que acoge a los medios públicos, excepto por *El Telégrafo*) señala que “la información es un bien social que pertenece a la ciudadanía y no a las fuentes que la generan”¹⁰, es decir, la información debe provenir de los ciudadanos y para los ciudadanos. Cabe recordar, que los medios de comunicación, desde su concepción en los inicios del temprano capitalismo, fueron la institución netamente de la burguesía y de las élites comerciales y financieras, que a fin de cuentas han influido en su papel en la sociedad.

El apareamiento de los Medios Públicos y de la Ley Orgánica de Comunicación, tienen como objetivo la transformación del sistema comunicativo ecuatoriano; donde se permita la pluralidad de voces, la libre expresión y tránsito de ideas, la creación de nuevos contenidos; van de la mano con un intento de transformar el ámbito comunicativo en conjunto con la educación y la cultura; como menciona Exeni: “El planteamiento de políticas comunicacionales emerge respaldado por el debate en torno a políticas educativas y políticas culturales” (Exeni 1998, 1).

Frente al histórico monopolio comunicativo de los medios privados de comunicación, desde su aparición en la década de los sesenta, el Gobierno de Rafael Correa, ve como uno de los pilares de su gestión, el tema comunicativo. Es así que, a través de reformas constitucionales y legales, pretende disputar ese espacio mediático, en donde empresas privadas y grupos de poder, mantienen el dominio sobre los medios de comunicación y por ende, sobre los mensajes que éstos

⁹ Diario El Telégrafo fue un medio privado antes del Gobierno de Rafael Correa, específicamente del banquero Roberto Aspiazu. Es a partir del 17 de mayo del 2008 que se publica oficialmente como medio público, perteneciente al Estado, después de que éste lo embargara en el año 2007.

¹⁰ Tomado de Guía Editorial SERVICIOS INFORMATIVOS DE RADIO Y TELEVISIÓN PÚBLICAS DEL ECUADOR, 2013.

difunden a la ciudadanía.

La concentración de los medios de comunicación “requiere de la complicidad de un Estado que por acción u omisión abandonó su rol regulatorio entregando solo al mercado el derecho a la libertad de expresión de sus ciudadanos” (Sunkel y Geoffroy 2001, 6). En Ecuador la falta de regulación del sistema de medios se manifiesta en que “por lo menos cuatro concesionarios controlan canales de VHF en prácticamente todo el país (entre 21 y 23 provincias)”, según el Informe definitivo de la Comisión de Auditoría de Frecuencias emitido en el año 2009 por la ARCOTEL.

Así mismo se señalan casos de concentración de frecuencias en radio y prensa escrita, lo cual según el mencionado informe “pone en riesgo la diversidad informativa y por los efectos económicos que genera”¹¹. Es en este panorama que el gobierno actual, ha visto en la creación de un sistema de medios públicos, la oportunidad de desconcentrar al sistema mediático del país y de enfrentar al monopolio mediático privado, que históricamente ha tenido el país.

Con lo señalado en la Constitución referente a la distribución del espectro radioeléctrico y el concurso de frecuencias para medios de comunicación relacionados a ésta, el Estado pretende regular el espacio que tienen los medios privados, públicos y comunitarios, ampliando no sólo las ofertas de programación y contenidos, sino aumentando las posibilidades de participación de los públicos y los colectivos sociales tan diversos que conforman la sociedad ecuatoriana.

Con el apareamiento de los medios públicos en Ecuador se abre la interrogante invitando a reflexionar el papel que están cumpliendo los medios públicos en la sociedad ecuatoriana; de qué manera se desenvuelven dentro de los campos comunicativo y político; si están cumpliendo con aquel ideal de democratización de la comunicación y qué características definen a un medio público para diferenciarlo de uno de tipo privado.

Tomando en cuenta la dinámica actual, preocupa cómo los medios de comunicación en Ecuador, han dejado de lado a los públicos y a los ciudadanos dentro de dos procesos fundamentales: “la calificación de los contenidos y la dirección o asesoramiento para la gestión de los medios

¹¹ Comisión para la auditoría de las concesiones de frecuencias de radio y televisión. Informe definitivo Quito, 2009.

públicos” (Ramos 2010, 31).

Bajo esta perspectiva, en el año 2016 finalmente, se expide desde la Gerencia General de los Medios Públicos, el reglamento de conformación y funcionamiento que daría partida a la creación del Consejo Ciudadano de los Medios Públicos, tomando en consideración los principios constitucionales de participación ciudadana en los asuntos de interés público, así como la garantía de libertad de expresión y de acceso a la comunicación como el servicio público que es según la normativa. Vale destacar que según la Ley de Comunicación, únicamente los medios públicos están obligados a tener un Consejo Ciudadano, como instancias de asesoramiento y de vigilancia permanente de los contenidos difundidos a través de los medios, además se constituyen como organizaciones llamadas a velar por la participación ciudadana en los medios, la libre expresión y los contenidos de calidad.

Este Consejo Ciudadano, de acuerdo al reglamento citado, está conformado por: El Gerente General de RTVEcuador E.P.; el encargado de la planificación institucional de la empresa; un coordinador general y siete miembros principales y siete suplentes, representantes de la sociedad civil, provenientes de sectores vinculados a la comunicación, la cultura o el arte, siendo estos sus perfiles:

- Un miembro de la ciudadanía con experiencia específica en televisión.
- Un miembro de la ciudadanía con experiencia específica en radio.
- Un miembro de la ciudadanía con experiencia en comunicación digital.
- Un miembro de la ciudadanía con experiencia en la cátedra universitaria afín al giro del negocio de la empresa pública de una universidad reconocida por los órganos competentes ecuatorianos.
- Un miembro de la ciudadanía vinculado a la producción audiovisual independiente.
- Un miembro de la ciudadanía vinculado al trabajo o gestión de los grupos de atención prioritaria.

Los requisitos necesarios para participar en este concurso público y ser designado como miembro del Consejo Ciudadano de RTVEcuador E.P., son los siguientes:

- Poseer ciudadanía ecuatoriana en pleno uso de sus derechos o ser extranjero residente

legalmente en Ecuador.

- Tener reconocimiento o probidad en el ámbito de la comunicación, a excepción de los delegados de los estudiantes.
- Demostrar experiencia en el campo de la comunicación televisiva, radial o comunicación digital, a excepción de los estudiantes.
- Demostrar documentadamente el perfil requerido.
- No tener parentesco con los miembros de la Comisión Evaluadora, hasta el cuarto grado de consanguinidad ni segundo de afinidad.
- En caso de ser delegado de alguna organización de la sociedad civil legalmente constituida, contar con una carta de auspicio de la misma.

El Consejo Ciudadano de RTVEcuador tiene como objetivo "vigilar que los contenidos difundidos a través de dichos medios respeten y promuevan el ejercicio de los derechos de la comunicación y contribuir a un mejoramiento permanente de la oferta comunicacional que estos medios ponen a disposición de sus audiencias y lectores".¹²

Miembros del Consejo Ciudadano

Sr. Héctor Revelo Herrera

Sr. Diego Bravo Salazar

Sr. Jhonny Mendoza Bravo

Sr. Jairo Cortez Posso

Sr. Bernardo Cañizares Esguerra

Sr. Javier García Vaca

Sr. Efrén Espinoza Robles

Sra. María Fernanda Báez

Sr. Patricio Salas Aldaz

Sr. Omar Barreno Ramos

Sra. Ana María Tamarit

Sr. Benito Barcia Hernández

¹² Tomado de <http://www.mediospublicos.ec/consejociudadano/objetivos>, el 24 de julio de 2017. Recuperado el 22 de julio de 2017.

Sr. Sixto Sánchez Bajaña

Sr. Franklin Riofrío Montenegro

Una de las atribuciones del Consejo Ciudadano establecida en su reglamento, señala que este organismo está orientado a “promover el ejercicio de los derechos de la comunicación, en acciones ciudadanas que permitirán contar con una participación ciudadana diversa y plural, amplia y representativa...” (Reglamento de conformación del Consejo Ciudadano de RTVEcuador E.P., 2016: 9). Desde este punto de vista, el Consejo Ciudadano debe estar vigilante a que se cumplan los parámetros establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, los cuales se refieren al carácter inclusivo y diverso que deben tener los Medios Públicos, y su fin de garantizar la libre expresión de todos y cada uno de los sectores sociales del Ecuador, reconociendo sus diferencias y particularidades.

Otro de los objetivos a destacar, es el de vigilar y asesorar los contenidos de la programación televisiva, radial y de comunicación digital; estos deben tener en cuenta parámetros culturales, educativos y de entretenimiento para las audiencias receptoras de los mensajes difundidos a través de los medios públicos. Considerando la centralidad de la televisión en la idiosincrasia latinoamericana y ecuatoriana, la regulación y observancia de los contenidos que se emiten a través de esta vía deben ser minuciosas y representativas para los sectores sociales, raciales y culturales del Ecuador.

A partir de esta explicación, es necesario poner en contexto la situación de la televisión en Ecuador. La diferencia de los tipos de programas emitidos en medios de comunicación privados y públicos se vuelve evidente cuando se comparan sus parrillas de programación y se identifican, en este mismo sentido, los objetivos que buscan y los intereses de cada medio de comunicación.

Para lograrlo, debemos mostrar cómo está conformada cada parrilla, con el objetivo de entender en qué medida los medios públicos deben presentar contenidos diferentes a lo que tradicionalmente han venido mostrando los medios privados. Hay que aclarar que esta no es una investigación comparativa, pero se vuelve necesario entender desde qué punto parten ambos medios en cuanto al tipo de programas que ofrecen y cuáles son las diferencias que se deben remarcar para establecer las características propias de un medio de comunicación público.

Por un lado, la parrilla de programación de un medio de comunicación privado cuenta con novelas extranjeras, informativos, programas de farándula y contenido infantil extranjero. En menor medida se observa producción nacional antigua y otros formatos que repiten las mismas fórmulas televisivas de Estados Unidos.

Programación canal privado

Time Slot	Program Title						
04:30 AM - 06:00 AM	TELEAMAZONAS	11:18 AM - 12:18 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	03:00 PM - 03:30 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	11:00 PM - 12:00 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
06:00 AM - 06:30 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN	12:18 PM - 01:18 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	03:30 PM - 04:00 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	12:00 AM - 01:00 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
06:30 AM - 07:00 AM	LD 21	01:18 PM - 02:00 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	04:00 PM - 04:30 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	01:00 AM - 02:00 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
07:00 AM - 07:30 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN	02:00 PM - 02:18 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	04:30 PM - 05:00 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	02:00 AM - 02:30 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
07:30 AM - 08:00 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN	02:18 PM - 02:30 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	05:00 PM - 05:30 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	02:30 AM - 03:00 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
08:00 AM - 09:00 AM	YO	02:30 PM - 02:45 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	05:30 PM - 06:00 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	03:00 AM - 03:30 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
09:00 AM - 09:30 AM	MITOS Y VERDADES	02:45 PM - 03:15 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	06:00 PM - 06:30 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	03:30 AM - 04:00 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
09:30 AM - 10:17 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN	03:15 PM - 03:30 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	06:30 PM - 07:00 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	04:00 AM - 04:30 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN
10:17 AM - 11:18 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN	03:30 PM - 04:00 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	07:00 PM - 07:30 PM	LA NOVELA EN ACCIÓN	04:30 AM - 05:00 AM	LA NOVELA EN ACCIÓN

Imagen 1. Parrilla de programación de canal de televisión privado. Fuente: www.teleamazonas.com

En esta grilla de programación notamos que solo hay tres programas de producción nacional, ninguno de ellos de tipo intercultural o educativo. Además, la producción de estos programas es llevada a cabo íntegramente por el canal, es decir, ningún ciudadano externo participa en su elaboración. Adicionalmente, se observa que el único programa de contenido educativo es proporcionado y realizado por el ministerio de Educación y la normativa vigente (2017) obliga a su emisión.

Frente a esto, EcuadorTV ofrece una parrilla mucho más variada, en donde la producción nacional propia e independiente ocupa espacios importantes, además se observan programas con contenidos más incluyentes, interculturales, diversos y culturales.

Programación canal público

Desde	Hasta	LUNES 4	MARTES 5	MIÉRCOLES 6	JUEVES 7	VIERNES 8
5:00	5:30	NOTICIERO QUICHUA WILLAYKUNA				
5:30	6:00	TIERRA Y MAR				
6:00	8:30	TELEDIARIO				
8:30	9:30	CAFÉ TV				
9:30	10:30	VEO VEO			PICHINCHA INFORMA/10H00	VEO VEO
10:30	11:30	VERANO ETERNO ◊				
11:30	12:00	SER MUJER	PRÓXIMA PARADA			
12:00	13:00	MEDIO DÍA				
13:00	14:30	TELEDIARIO				
14:30	15:00	EDUCA				
15:00	16:00	VEO VEO / POCKEVILLE				
16:00	16:30	ASTROBOY				
16:30	17:00	NUESTRA VOZ	SER MUJER		PRÓXIMA PARADA	
17:00	18:00	VERANO ETERNO				
18:00	19:00	DESCARGA MUSICAL/ MICRO DEPORTES				
19:00	19:30	MEGA NATURALEZA				
19:30	20:15	ASÍ SUENA MANABÍ ◊				
20:15	21:00	ECUATORIANOS EN EL MUNDO	30° FRENTE A LOS MEDI	ECUATORIANOS EN EL MUNDO		
21:00	22:00	TELEDIARIO				
22:00	23:00	INFORME MUNDIAL	PULSO POLÍTICO	PALABRA SUELTA	AUTORES EN VIVO	PROYECTO X
23:00	23:30	EL EQUIPO				
0:30	1:30	MINISERIE : TIERRA INDOMABLE				
1:30	2:00	NUESTRA VOZ ◊	SER MUJER ◊		PRÓXIMA PARADA ◊	
2:00	3:00	TELEDIARIO RR				
3:00	4:00	ASÍ SUENA MANABÍ ◊				
4:00	5:00	MINISERIE : TIERRA INDOMABLE ◊				

Imagen 2. Parrilla de programación de un canal de televisión público. Fuente: www.ecuadortv.ec

Si bien los informativos y programas de opinión tienen un espacio importante en la programación de EcuadorTV, es notoria la existencia de programas culturales e incluyentes como *Ser Mujer* que es una revista que habla sobre los retos que enfrentan las mujeres en el país; *Así Suena Manabí*, un programa que muestra las tradiciones, leyendas y cultura de la provincia de Manabí, principalmente desde su lado artístico. De igual manera destacan contenidos de tipo educativo como los documentales o *Próxima Parada*, un show que recorre Ecuador resaltando los atractivos turísticos de todas las regiones del país.

Es en este contexto que el Consejo Ciudadano debe actuar, evaluando, monitoreando los contenidos emitidos por EcuadorTV y los otros medios públicos; y, recomendando al Consejo Editorial a los directivos del canal sobre el tipo de programas que podría incluir este medio de comunicación público. El micrositio de esta organización ciudadana indica que esta evaluación es

constante y se hace con el objetivo de difundir programación de calidad y que aporte en términos culturales y educativos.

Vale acotar que el Consejo Ciudadano de RTVEcuador, fue posesionado en noviembre de 2016 y empezó sus funciones en el mismo mes, estableciendo una lista de actividades a desarrollar, por ejemplo, un diagnóstico general de los medios de difusión de los contenidos de los Medios Públicos, para a partir de este, sugerir mecanismos y estrategias que fomenten la participación ciudadana.

Es de esta forma, que la investigación presente toma como antecedente la discusión de la transformación de la comunicación mediática en América Latina, desde donde parten políticas estatales de comunicación que garanticen la existencia de medios de comunicación públicos; éstos, deben tener el objeto de promover la participación ciudadana en la creación de contenidos, en espacios de debate en que se pongan en común las necesidades ciudadanas y den lugar a diálogos que permitan una nueva cultura informativa.

Capítulo 3

Explicación metodológica

3.1 Metodología

A lo largo de este capítulo, se establecen las técnicas de investigación utilizadas en el estudio de nuestro objeto para alcanzar los resultados correspondientes. Se detallarán también los recursos a utilizar y cómo se organizará esta información para el curso de la investigación propuesta.

Debido al carácter de esta investigación, se propone la metodología cualitativa para el análisis del objeto de estudio y la obtención de resultados a partir de los datos arrojados. Estos datos cualitativos pueden ser definidos como:

Elaboraciones de naturaleza descriptiva que recogen una amplia y diversa gama de información, ricos y densos en significados, polisémicos, difícilmente reproducibles dada su vinculación a contextos y momentos determinados, y recogidos a partir de una instrumentación mínima, pues para obtenerlos se utilizan procedimientos más que instrumentos (Rodríguez 1996, 199).

Esto quiere decir que permiten interpretaciones que responden a la realidad en que son recogidos y dan luces respecto al tema al que hacen referencia.

El método de investigación cualitativo permite construir, como primer paso para el análisis, a los medios públicos como categoría y actores de la situación mediática en el país. Frente a la poca literatura en el país que aborde el tema de los medios públicos, principalmente por su corto tiempo de existencia, se vuelve necesario identificar y describir a los medios públicos desde los elementos coyunturales, sociales y políticos que dieron lugar a su creación. Además, explicar sus métodos y mecanismos de participación que los establecen como públicos, requiere dimensiones cualitativas de análisis sobre por qué aparecen los medios públicos y cómo se establecen los criterios de participación para construir contenidos y mensajes desde estos medios.

De igual forma, aquella suerte de desventaja académica, en donde encontramos amplios estudios y análisis sobre los medios de comunicación privados sugiere la importancia, y a la vez, la necesidad de reducir esta diferencia, fortaleciendo conceptos y categorías específicas para los

medios públicos. Esto sin duda enriquecerá los elementos de juicio para estudiar, no solamente aquellos temas relacionados a este tipo de medios, sino también la relación medios públicos-medios privados, medios públicos-Estado, medios públicos-sociedad civil.

Cabe señalar que el presente trabajo busca ser un análisis exhaustivo de los medios públicos desde sus causas con el fin de dar ciertas luces de su funcionamiento y las dinámicas que le son inherentes. También se pretende detallar las instancias organizativas y administrativas que inciden en la operacionalización de la participación como categoría de análisis.

Esta es una investigación realizada en un período específico de tiempo con el objetivo de observar el fenómeno para sustentarlo en la teoría que lo explica. El período de tiempo en que se analizan los contenidos y los mecanismos de participación de EcuadorTV es desde el año 2007, fecha de creación de EcuadorTV, hasta noviembre de 2016, fecha en que desaparece RTVEcuador como empresa y se fusiona con *El Telégrafo*, dando paso a la creación de la EP Medios Públicos del Ecuador. En este lapso temporal se presentaron la mayor cantidad de propuestas en torno a la producción nacional, independiente, intercultural e inclusiva; así como el reglamento de creación del Consejo Ciudadano, que contrario a lo que dicta la ley, no apareció sino hasta el fin de este período. La fusión con El Telégrafo inició una etapa en que se da prioridad a los espacios informativos y de opinión, antes que a la programación de carácter cultural y participativo.

Adicionalmente, este estudio se puede considerar descriptivo porque “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al. 2010, 80). Es así que con la información recopilada se detallarán algunas características de EcuadorTV en aspectos como su programación, sus objetivos y su estructura administrativa.

3.2 Recopilación de información para análisis

Al hablar de medios públicos en Ecuador, como propuesta del gobierno de Rafael Correa y habiendo entendido que según la Ley Orgánica de Comunicación, se considera a este campo como un servicio público, es primordial analizar en primer lugar la normativa referente a los medios de comunicación y al sistema de medios del país. Bajo esta mirada, podemos hacer un

análisis del texto específico, referente al tema de los medios de comunicación pública, su funcionamiento y su posición en la sociedad. Como señala Flick: “Los textos sirven a tres propósitos en el proceso de investigación cualitativa: no son sólo los datos esenciales en los que se basan los hallazgos, sino también la base de las interpretaciones y el medio central para presentarlos y comunicarlos” (Flick 2007, 43).

Si bien la Ley de Comunicación (LOC) permite una mirada general sobre esta temática, se debe avanzar en profundidad haciendo un análisis interpretativo de la estructura y la organización propia de los Medios Públicos; conocer de qué manera están conformados, quiénes los componen y quiénes los dirigen, brinda ciertas luces respecto a quiénes pueden influir en ellos y qué tipo de contenidos se pueden esperar en sus distintas programaciones y/o publicaciones. Asimismo, el análisis de su guía editorial da la oportunidad de compararlo con lo descrito en la LOC y observar el grado de concordancia de la normativa con las directrices de los medios.

Adicionalmente, el análisis de la estructura, el organigrama, el Consejo Consultivo y el Consejo Ciudadano de los Medios Públicos permite conocer el grado de participación ciudadana que estos tienen; sin contar obviamente a quienes conforman la empresa, el Consejo Consultivo y el Consejo Ciudadano son dos instancias que desde el punto de vista de su esencia, están conformados por personas ajenas a la empresa y su misión es observar e incidir sobre los contenidos difundidos a través de los medios públicos y en particular, de EcuadorTV. Respecto a esto, es importante destacar que es el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, el organismo llamado a convocar y regular a las veedurías ciudadanas que trabajen en conjunto con diversas instituciones asuntos de tipo público, a través de un reglamento destinado para este efecto.

3.3 Participación en los Medios Públicos de Ecuador

Cuando hablamos de participación ciudadana, se deben analizar los mecanismos o procedimientos que establecen las instituciones para garantizar ese derecho. En este sentido, EcuadorTV cuenta con el Consejo Ciudadano como una organización formal ciudadana que evalúa y sugiere al Consejo Directivo y Editorial sobre los contenidos del canal, así como su relación con la normativa existente. Además, en concordancia con lo que dictamina la LOC, los

medios de comunicación deben buscar alternativas, crear contenidos que den espacio a todos los grupos sociales de manera equilibrada y justa.

La participación en los Medios Públicos del Ecuador se analiza con base a los siguientes parámetros:

- Participación ciudadana en producción de contenidos y programas de EcuadorTV
- Participación ciudadana en la agenda temática de los medios públicos
- Incidencia del Consejo Ciudadano en las decisiones editoriales y de contenido de EcuadorTV
- Tipo de programas en la parrilla del canal de producción nacional e independiente
- Programas de tipo intercultural, inclusivo y diverso. Temáticas.

El análisis y las entrevistas realizadas para fines de esta investigación, intentan dar cuenta de estos parámetros que se han señalado con el fin de obtener respuestas respecto al nivel de participación para la construcción de medios públicos.

3.4 Entrevistas semiestructuradas

La realización de entrevistas semiestructuradas otorga la posibilidad de acercarnos a quienes son parte de los medios públicos, y específicamente de EcuadorTV. Estas entrevistas serán realizadas a personas relacionadas al Consejo Ciudadano, representantes de los Medios Públicos y a los colectivos sociales que en teoría, deberían verse representados en los contenidos de los medios públicos, estos son: indígenas, afros, GLBTI, jóvenes, adultos mayores, GADS, movimientos sociales y sindicales.

Las personas seleccionadas para las entrevistas cumplen con ciertos parámetros:

- Ser miembros del Consejo Ciudadano, preferiblemente miembro titular.
- Ser parte o haber sido parte de la administración de los Medios Públicos, específicamente de EcuadorTV.
- Integrar o haber sido miembro de alguna organización social o ciudadana que represente a colectivos indígenas, afros, LGBTI, de mujeres o sindicales.

Para la realización de las entrevistas se consideran entonces, dos parámetros. El primero es haber tenido relación formal con los Medios Públicos del Ecuador, ya sea como directivo, empleado o miembro de una de sus instancias dirigentes y editoriales; o, miembro representante de una organización social y ciudadana. El segundo, es ser o haber sido representante de cada uno de los grupos sociales considerados para este estudio y tener legitimidad y representatividad formal o ser de alguna manera, líderes de opinión de estos colectivos. De esta forma, es posible acercarse más a la voz interna de estas agrupaciones que buscan espacios de visibilidad en los medios de comunicación.

Se pretende, mediante este criterio de selección, establecer un contacto con una voz autorizada de los grupos subalternos del país, aquellos que históricamente fueron aislados de los contenidos mediáticos por su condición de raza, género o económica.

La entrevista se desarrollará en una sola reunión donde se abordarán temas que relacionados a EcuadorTV y a la realidad del entrevistado.

- Para los miembros del Consejo Ciudadano, se realizarán preguntas sobre la creación de este organismo, el trabajo que desempeña, la evaluación realizada a EcuadorTV y a los Medios Públicos hasta el momento y las acciones a tomar en consonancia con la Ley de Comunicación.

- Para quienes son o fueron parte de EcuadorTV se harán cuestionamientos alrededor de los contenidos y las políticas del canal, así como la existencia de mecanismos para la participación de la ciudadanía según su concepción de canal público.

- Para los integrantes de colectivos sociales, se harán preguntas sobre su incidencia en los medios públicos, la situación actual de sus organizaciones en estos medios y específicamente en EcuadorTV y qué factores se deben considerar para garantizar una plena participación en estos espacios.

Mediante las entrevistas es posible profundizar la voz de los partícipes de esta problemática, ya sea desde el punto de vista institucional como desde los ciudadanos. Las entrevistas a representantes de estos colectivos es una forma de acercarse a la realidad de estos grupos en torno a la cuestión mediática.

En estas entrevistas realizadas a profundidad se pretende recoger datos que generalmente son difíciles de lograr en declaraciones oficiales realizadas en medios de comunicación o en espacios como la Asamblea o la Academia, es decir, se buscan pequeños detalles que puedan aportar los entrevistados para develar ciertas dinámicas en la relación entre medios de comunicación y organizaciones y actores sociales y políticos dentro del espacio público.

Movimientos y organizaciones sociales

Movimiento GLBTI

Los movimientos GLBTI o los que están ligados a la lucha de género, como los feministas, han sido históricamente discriminados y excluidos de las lógicas mediáticas como se explicó en el primer capítulo. Estos grupos subalternos (Fraser 1997), son vistos con rechazo porque se contraponen a ciertas concepciones morales que consideran la sexualidad como un tabú o mantienen una posición ideológica machista que impide la reivindicación feminista.

La situación de discriminación y exclusión de las personas GLBTI ha incidido ciertamente en la obtención de cifras que dé cuenta de su posición dentro de la sociedad, sin embargo, en el texto *Estudio de caso sobre condiciones de vida, inclusión social y cumplimiento de derechos humanos de la población LGBTI en el Ecuador*¹³ publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos publicado en 2013, se detalla un análisis realizado a 2805 personas pertenecientes a este grupo social de los cuales el 29,2 % se declararon gays, lesbianas el 23,6 %, bisexuales el 15,9 %, transfemeninas el 28,5 %, transmascullino el 1,2 %, transexual el 1,4 %; de estos, el 36,1 % dijo participar de un movimiento o grupo social, del cual el 73,5 % pertenecían un movimiento u organización social de tipo GLBTI, el resto dicen haber sido parte de agrupaciones sociales, políticas, culturales, deportivas, entre otras. Esto muestra cómo estos grupos se asocian principalmente por su condición de género, ya que en otros espacios sienten exclusión por su orientación sexual.

Con este antecedente, de las personas que dijeron no participar de ningún tipo de organización social, el 12,4% manifestó que la razón temor a que se enteren de su orientación sexual, así como

¹³ Tomado de la página http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/LGBTI/Analisis_situacion_LGBTI.pdf. Acceso el 20 de diciembre de 2017.

el 11,4% debido al rechazo, desprecio y odio de la sociedad.

En el mismo estudio se informa sobre las experiencias de discriminación que han vivido los miembros de los grupos GLBTI en diferentes espacios. Entre ellos se destacan el área educativa, laboral, de salud, justicia, espacios privados y públicos. Los datos fueron medidos en tres variables: discriminación, exclusión y violencia. En cuanto a discriminación, el 50,5 % de encuestados señalaron haber atravesado este tipo de situaciones en espacios privados y el 55,8 % en espacios públicos. En referencia a exclusión, el 71,4 % de encuestados señalaron haber atravesado este tipo de situaciones en espacios privados y el 60,8 % en espacios públicos. Finalmente, sobre experiencias de violencia, el 52,1 % de encuestados señalaron haber atravesado este tipo de situaciones en espacios privados y el 65,6 % en espacios públicos. Esto puede llevarse también a espacios como los medios de comunicación, en donde las situaciones de discriminación, exclusión y violencia se evidencian en contenidos y en falta de oportunidades de acceso equitativo y justo.

La importancia de su testimonio dentro de esta investigación da la pauta para entender mejor cuál es la situación de estos grupos dentro de los medios públicos y específicamente, su televisión.

Para esto se ha entrevistado a un exactivista de los movimientos GLBTI, con amplia trayectoria en este sentido y con una participación activa dentro de estos espacios y de los medios de comunicación.

Entrevistado 1: Comunicador, periodista, exactivista GLBTI. Ha trabajado junto a organizaciones en pro de los derechos de los grupos GLBTI, participó en la creación de espacios de expresión de estos colectivos con el objetivo de visibilizar su cotidianidad y su forma de vida.

Entrevistada 2: Miembro del Consejo Nacional por la Igualdad de Género. Abogada, feminista. Ha sido parte de colectivos a favor de los derechos de la mujer.

Movimientos indígenas y afroecuatorianos

Los grupos indígenas y afros pertenecen a aquella parte de la historia que encierra discriminación, exclusión, racismo, dominación y una serie de condiciones desfavorables que no les han permitido desarrollarse en distintos niveles, uno de ellos es el comunicativo. El acceso a

medios para estos grupos subalternos ha sido mínimo, su participación nula y sus representaciones se reducen al folclor o a la ridiculización. En un país pluricultural y multiétnico como Ecuador, es importante brindar espacios equitativos a cada grupo social y desde luego, los indígenas y afroecuatorianos son pieza fundamental de su identidad y de su historia.

Según cifras del Censo Nacional de 2010, los indígenas son el 7 % de la población del Ecuador, mientras que los afroecuatorianos llegan al 7,2 % de ecuatorianos¹⁴. Ambos son dos de los grupos más pobres de la población ecuatoriana; de esto se desprende que tienen menos oportunidades que el mayoritario grupo mestizo y por ende, menor posibilidad de verse representados en espacios de poder o en espacios mediáticos. Según datos del 2014 del INEC, del 25,6 % de población pobre del Ecuador, el 64 % provenía de nacionalidades indígenas, mientras que el 29,6 % eran afroecuatorianos. Estos datos dan cuenta de la condición de desigualdad histórica de estos grupos sociales, lo que se tradujo también en espacios reducidos dentro de los medios de comunicación. La propiedad de los medios de comunicación, así como sus instancias directivas no han estado conformadas por indígenas o negros, ante lo cual, los contenidos que se difunden sobre estos grupos son mínimos y en algunos casos inexistentes.

En este sentido se ha considerado a actores representantes de estos grupos sociales para que expongan su forma de entender los medios públicos y cómo se ven en ellos.

Entrevistado 3: Asambleísta por Pachakutik de la provincia de Morona Santiago. Exdirectivo de la CONAIE y de la CONFENIAE, líder y dirigente shuar, miembro de diversos grupos indígenas.

Entrevistada 4: Asambleísta por Pachakutik de la provincia de Cañar. Ha pertenecido a varias organizaciones indígenas de su provincia.

Entrevistado 5: Presidente de ASONE (Asociación de Negros del Ecuador).

Organizaciones ciudadanas

Los colectivos ciudadanos son organizaciones que buscan mediante la organización, reclamar por derechos o poner en discusión una serie de hechos favorable a sus intereses. Siendo así, se ha

¹⁴ Tomado de la página web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>. Acceso el 17 de diciembre de 2017.

tomado en cuenta la voz de algunos colectivos relacionados a la comunicación y a la participación ciudadana.

Entrevistado 6: Comunicador, miembro del Observatorio Ciudadano para una Comunicación de Calidad.

Entrevistado 7: Abogado, asesor legal, subdirector de la organización civil Participación Ciudadana.

Miembros de Medios Públicos

Como se señaló anteriormente, es fundamental la opinión de quienes han pertenecido a los Medios Públicos del Ecuador. Su punto de vista es fundamental para entender ciertos procesos internos de la institución.

Entrevistado 8: Docente, comunicador, académico. Exmiembro del Consejo Editorial de RTVEcuador.

Entrevistado 9: Productor de televisión. Exgerente general de Medios Públicos de Ecuador y exdirector de programación de EcuadorTV. Trabaja temas de medios públicos, con énfasis en los casos latinoamericanos y en la televisión educativa y cultural.

Análisis de documentos

Dentro del análisis es pertinente revisar lo que señalan documentos oficiales como la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Comunicación, la Ley de Participación Ciudadana, la Ley de Acceso a la Información, la Guía Editorial de RTVEcuador y el Plan de Trabajo del Consejo Consultivo, así como su decreto de conformación y la convocatoria que hizo el CPCCS a este organismo.

De igual manera, el análisis de la programación hecha por EcuadorTV en el período 2011-2016, de producción nacional, independiente y propia, y que dé cuenta del trabajo realizado alrededor de los objetivos que se plantea el canal. Esto permite conocer en qué tipo de programas ha hecho énfasis el canal, analizar si se ciñen a lo que dicta la Ley de Comunicación y los objetivos propios del medio de comunicación.

Capítulo 4

Medios públicos y participación ciudadana

4.1 El proyecto de los Medios Públicos y EcuadorTV en el sistema mediático

Como se mencionó con anterioridad, EcuadorTV nació en noviembre de 2007 con el objetivo de constituirse en el primer medio televisivo público del Ecuador. La voluntad política del gobierno de Rafael Correa, en conjunto con la necesidad de reivindicar lo público ante el avance y dominio del espectro radioeléctrico por parte de los medios privados y las familias y empresas poderosas detrás de ellos, lograron dar cabida en el sistema mediático a los primeros medios de este tipo – públicos- en el país.

Con una visión ciudadana, que pretendía transformar la manera de hacer comunicación a través de contenido diferenciado de calidad, educativo, cultural, independiente y nacional, EcuadorTV y posteriormente Radio Pública y la Agencia de Noticias ANDES (instituciones que conformaron en un inicio el conglomerado de medios públicos o RTVEcuador), llegaron para romper el molde donde solo los medios privados podían existir para las audiencias ecuatorianas. Los medios de comunicación privados tuvieron hasta el apareamiento de los Medios Públicos, el monopolio de la palabra y de la agenda informativa, hasta el momento en que los Medios Públicos se lanzaron al ruedo.

Sin embargo, es menester señalar que como en otros países de Latinoamérica, y Mastrini (2001) lo indica, estos medios públicos que aparecieron bajo el amparo de los gobiernos de turno, sufrieron una influencia bastante fuerte de quienes estaban en el poder político del momento, en el caso ecuatoriano, del expresidente Rafael Correa y el movimiento político, Alianza PAIS.

La influencia política sobre el canal de televisión, “impidió cristalizar varios de los objetivos que se plantea la institución dentro de su filosofía empresarial”, en palabras del exgerente y exdirector de Programación de EcuadorTV. El hecho de tener noticieros, programas culturales, espacios de opinión, programas deportivos, educativos y además, las pretensiones de comercializar y monetizar sus espacios, lograron que su condición de público y ciudadano, se vea amenazada ante la falta de directrices claras y concretas. Un medio público, como se señaló en el capítulo

pertinente, tiene en teoría tres metas claras: educar, entretener e informar. Un canal como EcuadorTV, con una programación tan diversa y difusa, no pudo definir un horizonte que logre fidelizar a la audiencia y alcanzar esos fines. Por el contrario, la falta de decisiones certeras de parte de las autoridades del canal y políticas, impidieron al medio público formarse como tal, poniéndolo a competir a través de las mismas lógicas de aquellos medios comerciales.

Se pueden destacar varios proyectos que tuvieron como fin mostrar la cara de todos los grupos sociales del Ecuador, sus colectivos, las nacionalidades y pueblos indígenas del país. Aunque, muchos de estos espacios cayeron, -por diferentes motivos-, en ciertos reduccionismos y contenidos insuficientes para mostrar la diversidad que compone a la sociedad ecuatoriana, esto al menos, según la visión de varios representantes de algunas de estas agrupaciones que reclaman mayores espacios en los medios de comunicación del país.

La percepción ciudadana respecto a EcuadorTV y al conglomerado de Medios Públicos, ha sido de asociarlos directamente al gobierno de Rafael Correa. Esto podría confirmarse analizando a través de la publicidad en los medios y el tratamiento de la información de los noticieros, sin embargo, este no es el objetivo de esta investigación.

4.1.1 Análisis de la programación de EcuadorTV

Tal como lo menciona su guía editorial, EcuadorTV busca a través de su programación construir un medio de comunicación participativo, incluyente, plural y diverso. Se entiende que sus contenidos deben caminar en esa línea y promover la producción, tanto nacional como independiente.

Fomentar este tipo de producciones da la pauta para acercar las distintas realidades del país, así como la cultura de cada grupo social, a los televidentes y crear puentes hacia otras formas de entender el mundo. Desde el año 2008, EcuadorTV ha incluido en sus parrillas, 438 programas de producción nacional de diferentes géneros: informativos, culturales, educativos, infantiles; algunos de estos programas tuvieron más de una temporada. Destacan también 28 programas de producción propia del canal, de igual forma, pertenecientes a diferentes tipos de contenidos.

Son para destacar los intentos de EcuadorTV de acercar la televisión a la ciudadanía. Programas

como *Lo Público*, *Ventana Ciudadana*, *Visionarios*, *Nuestra voz*, *Input*, son intentos de construir contenidos más ciudadanos, donde haya mayor participación. Sin embargo, la producción responde a quienes forman parte formal del canal, en ningún momento ciudadanos o colectivos sociales, son invitados a decidir la temática del próximo programa o a proponer invitados o discusiones.

Sin embargo, hay producciones que efectivamente incluyen a ciudadanos comunes dentro de su producción, de hecho, algunas de ellas son hechas por personas independientes al canal. Este es el caso de los programas *Nuestros sueños* o *Efrakkata*; ambos productos audiovisuales tratan temas sobre la cosmovisión indígena o la realidad afroecuatoriana, contada desde sus mismos actores, es decir, son indígenas y afroecuatorianos quienes participan en su realización.

Otra de las propuestas que buscaban lograr esa desconcentración informativa, era el espacio “Ecuador al día”, en el que las noticias estaban hechas por los corresponsales de varias provincias de todas las regiones del país, esto mostraba aquellos lugares que habían sido omitidos por la forma tradicional de informar, daba espacio a nuevas voces y a nuevos actores sociales que también tenían algo que decir. Diferentes razones, políticas o comerciales, truncaron proyectos como los citados, lo cual impidió generar nuevas maneras de informar.

EcuadorTV propone en este aspecto, un programa que se llama “Ecuador Multicolor”, el cual se produce en conjunto con otros canales del país, los cuales buscan en las zonas cercanas aspectos importantes de la cultura de cada lugar. Gastronomía, turismo, vestimenta, historias, son parte de este proyecto que pretende desconcentrar los contenidos televisivos y mostrar una cara más profunda de ciertos rincones del país. El problema surge cuando el contenido se reduce a lo folclórico, a lo colorido, y se ignoran las necesidades de estos grupos, por ejemplo, los problemas territoriales, la falta de servicios básicos, la educación, entre otros elementos que competen a los ciudadanos.

Uno de los proyectos más recordados por el exgerente del canal fue “Nuestros sueños”, una “producción independiente realizada desde la cosmovisión indígena hecha por indígenas y que

mostraba sus intereses”¹⁵. Asimismo, otro de los espacios pensados para incluir a la población indígena y quichua hablante del país, fueron el noticiero “Willaykuna”, el cual se emite hasta la actualidad a las 05:45 de la mañana y el resumen de noticias en quichua, el cual ocupa un pequeño lugar en el noticiero estelar.

Si bien hay algunos programas con un fondo inclusivo, plural, cultural, por lo señalado de parte de varios de los entrevistados, los Medios Públicos tienen la obligación de proponer nuevas formas de comunicar a través de sus contenidos. Lo cultural por ejemplo, debe articularse con lo educativo, hacer de la programación habitual una herramienta que permita a los televidentes aprender más, ponerse en los zapatos de otras realidades, utilizar la televisión como una vía para construir conocimiento.

Es importante reconocer también los intentos por difundir programas de tipo educativo, cultural o científico para todas las edades. Asimismo, los contenidos infantiles buscan ser un apoyo educativo para los niños, con mensajes que promueven la lectura, el arte o la vida saludable. Esto va de la mano con lo que dicta el inciso 9 del Art. 80 de la Ley Orgánica de Comunicación sobre la obligación que tienen los medios de comunicación públicos de emitir contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento.

Este panorama traza ciertas líneas sobre la forma en que EcuadorTV ha construido su programación desde el año 2008. Sin duda, ha dado cabida a la producción independiente y nacional, lastimosamente no ha logrado articular mejor la forma de producir sus piezas audiovisuales en conjunto con los ciudadanos, excepto por contados casos. El reto que tiene el canal es a

Abrir espacios de producción, promover más concursos para incluir programas de productores independientes y gestionar una mayor cantidad de recursos que motiven a pequeñas empresas a crear más contenidos culturales y educativos. Como se había indicado, participar es incidir y entender un medio de comunicación público como una extensión del espacio público, es tener la capacidad y la posibilidad de actuar sobre éste.

¹⁵ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

4.1.2 EcuadorTV y los Medios Públicos como portavoces de la ciudadanía y los grupos subalternos

Luego de las experiencias de la televisión pública y los medios de servicio público en Europa y en algunos países de Latinoamérica, en Ecuador se toman en cuenta estas iniciativas como una contraposición a los medios que tradicionalmente pertenecieron a grupos económicos y de poder del país. Es decir, la palabra, la comunicación y la información estuvieron secuestradas por el capital, lo cual se traducía en libertad de expresión exclusiva para quienes formaban parte de los círculos de poder y en una debilitada opinión pública, nutrida únicamente por ciertos sectores privilegiados de la sociedad.

Hay que reconocer que un medio público no tiene una receta universal, no siempre debe seguir el mismo libreto, porque debe adaptarse a la realidad en la que se desenvuelve, pero sobre todo, debe responder a aquellas condiciones que permiten su existencia, por ejemplo, el financiamiento. El modelo no es igual en todos los países en que existen, muchos funcionan a través de impuestos, ya sean directos o indirectos; otros a través de ciertas políticas que permite que reciban una especie de “subsidio” de parte de otros medios privados o empresas de televisión por cable; e incluso, existen algunos que efectivamente se sostienen a través de publicidad, sea ésta de instituciones privadas o públicas.

RTVEcuador es -o fue¹⁶-, un conglomerado de medios públicos, conformado por EcuadorTV, Radio pública de Ecuador y la Agencia de Noticias ANDES. Cada uno de ellos con una lógica y una dinámica diferenciadora, sin embargo, con un nexo indiscutible: se encuentran bajo el control estatal. En este conglomerado de medios se destaca también una cierta partidización, esto debido a la fuerte influencia del movimiento político del Gobierno central, sobre todo en el manejo de la información noticiosa y la guía editorial de los tres medios.

El entrevistado, quien fue parte del directorio de EcuadorTV, cita el caso de medios públicos en otras latitudes de América Latina. Uno de estos, es el de Colombia, donde, según su explicación, “existe una serie de canales regionales públicos, además de un canal gubernamental u oficial, en

¹⁶ El 20 de noviembre de 2016, RTVEcuador dejó de existir al darse la fusión de los tres medios que lo componían con Diario *El Telégrafo*, lo cual dio paso a la conformación de la Empresa Pública de Medios Públicos del Ecuador, bajo la gerencia general de Munir Massuh y la gerencia editorial de Xavier Lasso Mendoza.

los cuales se presenta programación acorde a la región en que se encuentran y que recoge la cultura en que se desarrollan”¹⁷. Sin embargo, esta fragmentación que en principio puede parecer auspiciosa, sería poco productiva en un país como el nuestro que resulta ser bastante más pequeño que Colombia.

A pesar de esto, indica que “existe un gran cantidad de canales de televisión en nuestro país, donde desde luego, la mayoría son privados y funcionan bajo dinámicas bastante similares”¹⁸, es decir, utilizan fórmulas televisivas tradicionales como por ejemplo: emisión de telenovelas, enlatados, series traídas de otros países y poca producción nacional, noticieros donde prevalece un punto de vista hegemónico y poco contenido cultural o educativo así como la poca importancia a otros territorios más allá de las grandes ciudades del país.

Joaquín Sotelo (2016), caracteriza a los medios de comunicación en Latinoamérica como fuertemente influidos por la televisión de Estados Unidos así como de grandes empresas ligadas al sector de la comunicación; la centralidad de los grandes núcleos urbanos; la transferencia de empresas de comunicación familiares a grandes grupos multimedia y finalmente, la polarización económica ligada a la ideología política. La dependencia de los países del sur hacia aquellos poderosos y en este caso, Estados Unidos, no ha sido solo económica o política, sino también comunicativa y de entretenimiento. No es extraño ver entonces, los mismos formatos que triunfaron hacer varios años en Norteamérica, adaptados a realidades como la ecuatoriana, donde los cambios están en ciertas cuestiones estéticas y de habla, pero en cuanto al fondo, son una réplica casi exacta.

El entrevistado señala que el proyecto de un medio de comunicación con cobertura a nivel nacional “se logró”, sin embargo, es debatible aún el concepto de “público”, porque si bien pertenece al Estado, entendiendo que esto se refiere a aquellos que es de propiedad común como define Rabotnikoff (1997), sus formas de articularse con los ciudadanos aún no pueden determinar aquella condición. “Los medios de comunicación en el país aún están pensando en los

¹⁷ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

¹⁸ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

dos grandes polos (Quito y Guayaquil) como sus puntos de atención, negando u omitiendo la existencia y la riqueza que se encuentra en la diversidad de lugares e identidades en el Ecuador”¹⁹.

Aquel pensamiento centralista ha sido habitual y no solo se refleja en el lenguaje utilizado a diario, por ejemplo cuando se habla de “gente de provincia” sobre quien vive fuera de estas urbes; sino también, en los medios de comunicación que han ceñido sus contenidos a estos públicos, delimitando así las formas de comunicarse, los contenidos y la programación con la intencionalidad de influir en el imaginario colectivo.

Esto genera, con el apareamiento de los medios públicos, una necesidad de visibilizar a otros puntos del país. La región Costa por ejemplo, tiene en la zona norte un elemento innegable e importante, la cultura afroecuatoriana esmeraldeña, la cual cuenta con toda una forma propia de entender el mundo y de la cual se desprenden conocimientos y realidades totalmente diferenciables de Guayaquil, por ejemplo. Otro caso es el de Manabí, del cual se podría señalar la cultura montubia del lugar, que desde luego, no es igual a la de la provincia de Los Ríos y menos aún, a la de El Oro, provincia fronteriza con particularidades que la diferencian del polo Guayaquil. Es más, en la misma provincia del Guayas y en Santa Elena, contigua a ésta, las formas de entender el mundo y la cotidianidad, se alejan de manera notable, de cómo se vive el día a día en el centro de Guayaquil.

En cuanto a las nacionalidades y pueblos indígenas, muchas de las cuales se diferencian en su lenguaje o en sus dialectos, los contenidos deben estar contruidos de una manera diferenciada. Desde luego, los medios comunitarios se constituyen en una alternativa eficaz en este contexto, ya que un solo medio público nacional, debería contar con el suficiente presupuesto para abarcar la diversidad de culturas, además del poco impacto real que tendría en la práctica. En otras palabras, la diversidad del país se puede ver reflejada en un medio público, el que en esencia está llamado a recoger dicha diversidad y dar acceso equitativo a las particularidades nacionales. El entrevistado destacó el objetivo de los medios públicos de abrirse a las nacionalidades indígenas

¹⁹ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

resaltó que EcuadorTV fue el primer canal de televisión en tener como reportera a una mujer indígena. A pesar de esto, las barreras que han tenido indígenas y afroecuatorianos para ser parte de los medios de comunicación han limitado las historias y contenidos que se pueden contar para estos pueblos. “Es difícil hacer producción intercultural porque no hay demasiados relatores de estas culturas”²⁰.

Al respecto, el informante cuenta que “EcuadorTV intentó poner al aire una revista informativa que trate temáticas, únicamente de la Amazonía ecuatoriana para visibilizarla. Por aproximadamente cuatro años el informativo ‘Inunkee’ estuvo en señal diferenciada para la Amazonía con todas las noticias concernientes a las seis provincias de esta región”²¹. Indica que su apareamiento sin embargo, tuvo un fin político, ya que fue pensado como un contrapeso en una zona donde había gran respaldo a un partido político contrario al de gobierno.

Con este antecedente, se puede pensar en la influencia del Gobierno sobre el conglomerado de los Medios Públicos. Cabría preguntarse si las motivaciones para proponer un programa o la temática de uno, están apegadas a los objetivos de interculturalidad, pluralidad, información; o si por el contrario, en la mayoría de casos está primero la influencia política para utilizar los medios como una herramienta política o de propaganda. En el caso específico al que se hace referencia, el partido Sociedad Patriótica (PSP) tuvo en la Amazonía un bastión político por el origen de nacimiento de varios de sus líderes, entre ellos, el expresidente Lucio Gutiérrez. Frente a esto, se entiende que aquella motivación política de incluir un programa solo para esta región tenga un fin netamente de influir sobre un posible electorado en esta zona del país, acercándose a este con sus propios códigos.

En relación a los contenidos que traten el tema afro, según el Entrevistado no se ha hecho lo suficiente debido a que “no existen demasiados relatores de la cultura afro”. A pesar de esto, se han hecho algunas producciones con esta temática en EcuadorTV. Por ejemplo, “Efrakatá”, programa que mostraba la cultura afroecuatoriana y “Ojos que no ven”, una serie que abarcaba la

²⁰ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

²¹ Ídem Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

problemática de afroecuatorianos en la zona fronteriza entre Esmeraldas y Colombia. “La idea es evitar lo que tradicionalmente se ha hecho, es decir, la ‘colonización televisiva ‘que implica ir a un lugar, tomar lo que se necesita para los fines del programa pero sin permitirles hablar a los actores del lugar, despojarlos de la oportunidad de dar su punto de vista, de transmitir lo que quieren decir”²², señala el entrevistado.

Esta forma de hacer los programas, a partir de la experiencia de los actores, implica un método de participación directo. Cuando los mismos sujetos son parte de la historia que se transmite, tienen la posibilidad de visibilizarse, de mostrar su forma de pensar y sentir, de aparecer ante la sociedad, de ganar un lugar en el espacio público y poner en el debate público sus problemáticas. “Tenemos exclusión en salud, exclusión de tipo laboral, exclusión en los medios de comunicación”, según el representante de la Asociación de Negros, reforzando aquellos datos que muestran que los afroecuatorianos y otros grupos raciales se encuentran en una situación de desventaja general en el país²³.

De esta manera dejan de ser simples consumidores de medios y pasan a ser productores de mensajes, rompiendo aquella lógica excluyente que históricamente los borró del mapa mediático. Pero los esfuerzos aislados no constituyen grandes avances a fin de cuentas, especialmente porque los contenidos de tipo discriminatorio y ridiculizante siguen dominando los medios de comunicación.

Además, el formato muchas veces si bien es rico en fondo, no es atractivo en forma. Es común que programas de contenido social, educativo, no tengan mayor éxito, no solo porque las audiencias estén acostumbradas a lo espectacular y comercial, sino porque la misma televisión pública no ha explorado en nuevas formas de comunicar y darle forma a sus mensajes. Esto lo recalca el Entrevistado, al señalar que la TV Pública debe innovar y refrescar la manera en que transmite sus mensajes a los ciudadanos.

²² Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

²³ Entrevistado 5 (Representante de la Asociación de Negros del Ecuador) en conversación con el autor, junio de 2017.

El entrevistado destaca que no se ha hecho mucho más por visibilizar estas temáticas, principalmente, porque “no se podían sustentar de manera integral”²⁴; de igual manera, reconoce que los medios públicos y específicamente EcuadorTV, deben “asumir la capacitación para producir este tipo de contenidos interculturales, así como buscar la participación de otras entidades que coadyuven en este propósito”²⁵, sin mencionar que es la Ley de Comunicación la que exige la existencia de esos contenidos.

Un trabajo articulado y bien definido, permitiría que estas producciones puedan ser vendidas a los medios de comunicación, volviéndolas autosustentables y atractivas para las audiencias, y obviamente, cumplirían con lo que la normativa señala, que como establece la 15ta disposición transitoria de la LOC: “Los medios de comunicación incluirán en su programación o ediciones, contenidos en las lenguas de relación intercultural, en un porcentaje de al menos el 5% de su programación en un plazo de un año, contado a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial”.

Para construir una dinámica comunicativa diferente desde los medios de comunicación públicos, se pueden difundir contenidos con personajes indígenas o afroecuatorianos por ejemplo, pero sin caer en aquellos estereotipos comunes en ciertos programas de comedia, o entrar en la dinámica discriminante que los encasilla en ciertos roles sociales. “No se trata de folclorizar sino de fortalecer la riqueza y la diversidad que existe en nuestro país a través de los diferentes pueblos y nacionalidades indígenas”²⁶, argumenta una de las entrevistadas, quien evidencia la necesidad de resaltar la identidad cultural de los pueblos por su significado real y no por el sentido exótico que tradicionalmente se les ha otorgado.

El hecho de que los miembros de estos grupos sociales sean protagonistas de series, producciones de ficción u otro tipo de programas, modificará la manera en que se los ve en los medios de comunicación; pero también el hecho que indígenas o negros produzcan noticias, que sean reporteros, presentadores, entrevistadores, haría posible la reapropiación de los medios públicos

²⁴ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017

²⁵ Ídem.

²⁶ Entrevistada 4 (asambleísta y representante indígena) en conversación con el autor, junio de 2017.

de comunicación.

A primera vista, los Medios Públicos no están creando estos espacios en igualdad de condiciones para los indígenas o afroecuatorianos. Actualmente, la inclusión de estas personas como protagonistas de la noticia está reducida a pequeños segmentos de programación, mientras que en la gran mayoría, sigue primando la lógica de poner como actores principales a presentadores blanco mestizos. Además, en aquellos programas donde se encuentra un indígena o un negro, se tiende a encasillarlos en ciertos temas como la gastronomía o la cultura, que si bien es importante, les resta legitimidad para hablar de otros temas ¿Por qué los mestizos pueden hablar sobre la raza indígena o negra pero lo contrario no es habitual? La respuesta está en el imaginario discriminatorio y colonialista que persiste en el imaginario social ecuatoriano.

Otro de los puntos a destacar dentro de un medio para entender lo público en su accionar, es quién lo dirige y quién toma las decisiones, si existen presiones externas o como se ha mencionado, se maneja de manera independiente aunque hay cierta correlación con el gobierno de turno. El entrevistado cree que la clave está en que “los directivos de esta institución también reflejen la diversidad que se busca alcanzar en los contenidos. Esto significa que quienes toman las decisiones sobre qué decir en el medio, tengan representatividad de distintos sectores sociales y ciudadanos”²⁷.

Hubo varios intentos de crear Consejos Consultivos para regular y discutir sobre los contenidos del canal público. Para el entrevistado los esfuerzos fueron importantes, pero ciertos temas políticos y de poder jugaron en contra de este tipo de organización. “No había un norte institucional y se empezó a politizar un poco (...) lo querían llevar todo al tema político y tener esa vinculación”²⁸.

No basta con la existencia de grupos directivos o consejos ciudadanos y editoriales. Se necesita que la implicación con el proyecto de un medio público esté apoyada en la base de un servicio desinteresado, con objetivos claros que no se comprometan con fines personales o privados que

²⁷ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

²⁸ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

puedan afectar el correcto desempeño del medio. El informante destaca que “deben existir este tipo de consejos que validen lo que se está haciendo desde los medios públicos, pero tampoco se debe depender totalmente de ellos ya que restarían operatividad y eficacia a los proyectos del medio”.²⁹ Añade que deben existir líneas editoriales y temáticas claras, porque en su experiencia, la falta de estas no han logrado consolidar a los medios públicos como referente informativo o comunicativo en el país.

Uno de los temas importantes a definir por el medio, es el tipo de contenidos que va a tener. Las noticias y la publicidad definen qué tipo de canal se tiene. Entonces, si va a financiarse con publicidad, deberá tener en cuenta que el hecho de que tenga un noticiero podría alejar o limitar la publicidad que recibe; la orientación de sus noticias, determinará en cierta medida la fuente de donde reciba ese dinero, que podría ser privado o gubernamental; si el canal quiere mantenerse como público, el Estado creará mecanismos que permitan su existencia sin ningún tipo de presión. De esta forma, su accionar determinará su línea editorial. Y si el medio quiere denominarse público por su cercanía a los ciudadanos más que a las autoridades, tendrá que pensar en procesos que lo articulen a ella. De esta forma, se genera un problema para EcuadorTV, cuando le piden rentabilidad económica pero tiene cierta cercanía editorial con el gobierno.

Adicionalmente, aquella presión recibida para que EcuadorTV se comercialice y genere recursos, se dio a través de un proceso de reestructuración o adaptación a lo que podría considerarse comercial, es decir, “se incluyeron espacios deportivos, telenovelas, algunos documentales y se aumentaron emisiones del noticiero, lo que sin duda, trastocó aún más el objetivo del canal de diferenciarse como un medio público”³⁰.

Para que la idea de un medio público funcione, se necesita que “el medio se comprometa en los procesos de producción de sus programas”³¹; respecto a esto, se citan algunos ejemplos de productos hechos por ejemplo en Manabí, donde el canal participó de todo el proceso en conjunto

²⁹ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

³⁰ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

³¹ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

con los realizadores; además, hubo una experiencia junto a canales de televisión de otros países de Sudamérica, en la cual se hacía un recorrido por cada país mostrando particularidades de la cultura y fiestas tradicionales de la región, el programa se llamaba “Expreso Sur”.

La participación ciudadana dentro de lo que significa construir un medio público es fundamental, no basta con simplemente tener contenido que refleje lo que sucede con la gente “de a pie”, sino que es ella la llamada a empoderarse de estos espacios y proponer contenidos que aporten en su crecimiento. EcuadorTV ha tenido varios espacios que han surgido desde los ciudadanos, como por ejemplo “Ventana ciudadana”, un programa que abría los micrófonos para que los moradores de diferentes sectores puedan realizar denuncias o buscar un acercamiento con las autoridades, de igual manera hubo otras experiencias desde sectores artesanales en producciones independientes que ganaron un espacio en el canal, después de ganar en las convocatorias anuales hechas por EcuadorTV.

Pero, ¿qué medidas han tomado los medios públicos para garantizar la participación ciudadana? Un académico y exmiembro del consejo editorial de EcuadorTV, señala que estos medios han creado ciertos mecanismos importantes de participación pero “insuficientes aún; por ejemplo, son los únicos que cuentan con un Consejo Ciudadano Consultivo que entre sus funciones estaba el evaluar los contenidos de la programación de EcuadorTV y realizaba sugerencias al Consejo Editorial”³². En esta agrupación a la que se hace referencia, había catedráticos, estudiantes de comunicación, personas vinculadas a CIESPAL, ciudadanos relacionados a organizaciones sociales, entre otros. Esto además, constituye una diferencia fundamental con los medios privados que están enfocados en alcanzar rentabilidad a través de fórmulas ya conocidas y dominadas por la lógica mercantil.

Otro de los mecanismos de participación que se señala, es que los medios públicos abrieron espacios para programas de organizaciones sociales, así como de temáticas relacionadas a éstas. Estos concursos dieron la oportunidad de incluir nuevos temas en la agenda del medio, donde la gente puede expresarse y ser parte de los contenidos.

³² Entrevistado 8 (académico y exmiembro del Consejo Editorial de EcuadorTV) en conversación con el autor, mayo de 2017.

En el análisis, se destacan estos intentos de que los ciudadanos participen en la producción de programas que cuenten nuevas realidades. Sin embargo, esto no es común para la totalidad de la programación, sino que se reduce a determinados contenidos que son sobre todo aquellos relacionados a grupos o colectivos sociales que no gozan de mayor poder político o económico. Esto significa que los temas duros, aquellos que afectan a la mayoría de la población, son pensados y realizados desde la producción del canal, ahí donde solo inciden los criterios de las autoridades y donde la apertura a la ciudadanía es mínima. Estos otros espacios más “sociales” o “interculturales”, donde si hay la posibilidad de que se hagan en conjunto con ciudadanos comunes, no aparecen en horarios estelares. En el balance: los programas de opinión, los noticieros o las grandes producciones, utilizan la voz ciudadana cuando esta se adapta a un contenido ya prefabricado, no cuando esta puede influir o decidir sobre el contenido informativo.

A pesar de lo señalado, se destaca la inclusión de contenidos educativos y culturales que sin duda han estado encaminados a que la participación ciudadana sea fundamental dentro de estos espacios. Sin embargo, el entrevistado destaca que son insuficientes estos esfuerzos porque “a la larga, han terminado posicionándose a su línea editorial, determinados discursos gubernamentales. Muchos de esos espacios construidos de esa forma, han significado un alejamiento de lo que era un compromiso con la ciudadanía y con la pluralidad”³³. Esto se relaciona con lo que señalaba el Entrevistado 10, al mencionar que “los objetivos deben ser claros para un medio público, debido a que esta línea difusa entre lo público y lo gubernamental, le resta credibilidad y participación de la ciudadanía”³⁴.

Para mejorar los mecanismos de participación ciudadana, se deben seguir varios caminos, según señala el Entrevistado. Uno de ellos es “asegurando la estabilidad financiera del medio, sin que existan presiones de tipo político de parte del Estado, que es la institución que lo sostiene económicamente”³⁵. El medio público, si tiene una misión de apertura a las diferentes tendencias y voces, debe no solo tener recursos de parte del Estado que garantiza su existencia como servicio

³³ Entrevistado 8 (académico y exmiembro del Consejo Editorial de EcuadorTV) en conversación con el autor, mayo de 2017.

³⁴ Entrevistado 9 (exgerente y exdirector de programación de EcuadorTV) en conversación con el autor, junio de 2017.

³⁵ Entrevistado 8 (académico y exmiembro del Consejo Editorial de EcuadorTV) en conversación con el autor, mayo de 2017.

público, sino que también, debe generar recursos a través de su implicación en la producción de productos que puedan ser vendidos también a otros medios de comunicación.

Desde el propio Estado se debe velar por la independencia editorial del medio para cumplir con el hecho que sea público. Si desde el Gobierno se presiona por contenidos favorables a cambio de presupuesto, se atenta contra la diversidad de posiciones y la libertad de contenidos del medio público.

Con la construcción de políticas de Estado y con mecanismos legales y constitucionales de protección de estas medidas, se podría construir un sistema de medios públicos al servicio de la ciudadanía y no del gobierno de turno. El hecho de que la línea entre lo estatal y lo gubernamental se haya traspasado en ocasiones, ha restado legitimidad a EcuadorTV en su forma de ser percibido por la ciudadanía.

En segundo lugar, “el medio público debe colocarse en el sistema mediático como un medio alternativo ante los medios privados”³⁶, en palabras del entrevistado; durante la presidencia de Rafael Correa llegaron a ser vistos como un contrapeso en el sentido político, respondiendo así a la coyuntura actual, pero adicionalmente, deben establecerse y mostrarse como una alternativa de programación, con contenidos de calidad que busquen enriquecer educativamente a las audiencias.

Cabe destacar el valor de los medios públicos en la voluntad que éstos presentan para visibilizar y dar cabida a aquellos sectores sociales que históricamente se han visto subrepresentados o excluidos, a pesar de que en ocasiones se pueda caer en errores comunes que muestran a estos grupos de manera exótica o hasta folclórica. Aunque la Constitución incluye en su cuerpo el principio de la interculturalidad, esto no está completamente entendido por la mayoría de medios privados, y frente a esto, EcuadorTV ha hecho algunos esfuerzos por cumplir con esto, con varios de los ejemplos citados en el subtítulo precedente.

Entrevistado menciona que el Consejo Editorial de EcuadorTV “no tenía presiones, al menos

³⁶ Entrevistado 8 (académico y exmiembro del Consejo Editorial de EcuadorTV) en conversación con el autor, mayo de 2017

mientras estuvo en funciones, de tipo político o gubernamental, sobre todo en lo que se refiere a los contenidos de los programas, y los proyectos de producción que se presentaban. La relación del Consejo Editorial o de los directivos del con instancias del Gobierno, dependía de quien los presidía, es decir, era una cuestión más voluntaria que obligatoria”³⁷. Para construir un medio independiente y público entonces, aparece como una necesidad el hecho de que quienes tienen capacidad de decisión, persigan ese objetivo, que comprendan que el medio si quiere considerarse público en el sentido de acceso equitativo para todos los ciudadanos, debe evitar presiones políticas o comerciales sobre su línea editorial y sobre la agenda que manejan.

La conformación de observatorios, veedurías, consejos ciudadanos en los medios públicos es obligatoria según la Ley de Comunicación. Dentro de este rubro, el entrevistado 9 destaca los intentos de construir observatorios, específicamente en Guayas y El Oro, los cuales tenían ejes temáticos: uno sobre servicios públicos, otro de colectivos GLBT y el tercero, que reunía a académicos, organizaciones sociales y colectivos de mujeres, que lastimosamente se truncaron por ciertas confusiones en el entendimiento de lo que es la participación ciudadana.

Para el académico, los observatorios ciudadanos deben ser una instancia de asesoramiento y una fuente de información de los medios públicos que permanentemente monitoreen la calidad de la información y los contenidos en el medio, de manera autónoma. Para esto, es preciso modificar la cultura de aplicación de la Ley de Comunicación en el país y la cultura de discusión de esta normativa, y que los ciudadanos se sientan dueños de ella y puedan entenderla y aplicarla reclamando su derecho a que sea respetada y que garantice lo que ella dictamina.

Los medios públicos han influido de cierta manera en la construcción de sujetos políticos en el país y han transformado el sistema mediático ecuatoriano, donde dominaban sin ninguna oposición los medios privados de comunicación. “Los espacios que han abierto, espacios de debate, opinión y análisis, marcan una diferencia bastante grande con lo que son ‘opinadores’ de medios privados”³⁸. Sin embargo, el entrevistado 9 considera también que hay que “afinar ciertas

³⁷ Entrevistado 8 (académico y exmiembro del Consejo Editorial de EcuadorTV) en conversación con el autor, mayo de 2017.

³⁸ Entrevistado 8 (académico y exmiembro del Consejo Editorial de EcuadorTV) en conversación con el autor, mayo de 2017.

políticas de dirección de los medios públicos y les den tiempo para irse construyendo como un espacio de participación ciudadana y pública, donde se genere opinión y debate profundo y valioso”³⁹.

Se entiende entonces que los medios públicos desde su aparición, han buscado transformar la sociedad, la manera de hacer comunicación y de informar a los ciudadanos. Sin embargo, queda camino por recorrer en cuanto a la construcción de lo público como característica esencial de un proceso transformador, innovador e independiente en la sociedad ecuatoriana. Esto se puede conseguir a través de un trabajo de construcción de pensamiento crítico, con programas que expongan los saberes y pensares de la sociedad, que orienten en cuanto a formación política pero sobre todo que formen una cultura mediática distante de aquella forma comercial y de espectáculo tan presente en el imaginario social.

Si los medios públicos abren espacios de debate, foros ciudadanos, conversatorios, se implican más con la ciudadanía, será más sencillo para ellos constituirse como un puntal de transformación social. Los medios de comunicación pueden ser el reflejo de una sociedad que construya en conjunto este tipo de proyectos.

4.2 Espacios reducidos, identidades reducidas

Como se ha venido mencionando, un medio público en esencia aparece “como un punto de encuentro donde todos los ciudadanos son bienvenidos y considerados en un plano de igualdad” (UNESCO, 2006: 28). Es decir, los espacios que estos destinan a los diversos grupos sociales de una comunidad, están pensados de manera equitativa y equilibrada, mostrando no solo ciertos aspectos considerados “relevantes”, sino una serie de contenidos y tratamientos integrales de la información que se generan en cada uno de estos grupos.

La diversidad social es amplia y con el progresivo reconocimiento de los derechos colectivos y de las identidades, el espectro de temas y contenidos ha aumentado de una manera proporcional, sin embargo, y tal como sigue sucediendo en los medios de comunicación, el espacio para las organizaciones indígenas, afros, GLBTI, de género y otros tipos de organizaciones sociales, sigue

³⁹ Entrevistado 8 (académico y exmiembro del Consejo Editorial de EcuadorTV) en conversación con el autor, mayo de 2017

siendo reducido a lo folclórico y banal, o simplemente, se ignoran ciertas problemáticas que hacen parte también del diario vivir de quienes forman parte de estos colectivos.

A pesar de que la Ley Orgánica de Comunicación, establece en los artículos 12, 13 y 14, que los medios de comunicación están obligados a crear espacios de participación ciudadana en la construcción de contenidos y específicamente están llamados a garantizar la aparición de las nacionalidades y pueblos del país, de sus culturas, sus saberes y sus cosmovisiones, varios de los representantes de estos grupos ciudadanos, creen que estas disposiciones no han sido acatadas totalmente y que existen aún muchos espacios por construir en favor de estos grupos que históricamente han sido relegados a espacios mínimos en los que han primado los reduccionismos y los estereotipos, llegando incluso, a la ridiculización de quienes forman parte de ellos.

Al respecto, la Guía Editorial de RTVEcuador, señala que uno de los valores fundamentales dentro de su ejercicio informativo es el respeto a la diversidad, plurinacionalidad e interculturalidad, frente a lo cual expresa:

El trabajo periodístico y la construcción noticiosa de RTVECUADOR se basará en el respeto a la diversidad, plurinacionalidad e interculturalidad, mediante no sólo la incorporación permanente de personas y colectivos históricamente en situación de discrimen y marginación como fuentes y, de ser posible, protagonistas de la noticia; sino presentando temáticas que ayuden a reforzar la conciencia pública sobre el Estado ecuatoriano como diverso en la unidad, intercultural y plurinacional (RTVEcuador 2013, 7).

Desde esta perspectiva y ya que así lo dictamina su propia guía editorial, el trabajo de los Medios Públicos y EcuadorTV, debe estar enfocado a la inclusión de pueblos indígenas, afros, de género y otros históricamente excluidos, así como a la programación cultural, educativa y de valores.

4.2.1 El pueblo indígena y afroecuatoriano reclama más espacios para sus organizaciones

La entrevistada 5 señala que “desde el levantamiento indígena de 1990, el Estado y sus diferentes instituciones empiezan a tomar en cuenta al pueblo indígena, sobre todo en lo que se refiere a los servicios públicos como la salud, la educación, entre otros; es así que en 1998, se reconoce en la

Constitución de ese año, que el Ecuador es un país pluricultural y diverso, así como los derechos colectivos de estos pueblos”⁴⁰. Tremblay refiere que un servicio público está llamado a ser garantizado por el Estado para la totalidad de los habitantes y que debe funcionar de manera eficiente para el bienestar de los ciudadanos:

El servicio público es una actividad considerada de interés general para la comunidad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado y por lo tanto el Estado asume su responsabilidad y su control sometiéndolo si fuera necesario a un régimen jurídico especial (Tremblay, 1988).

En este sentido, con el reconocimiento de los pueblos indígenas en el país y de los servicios que éstos tienen derecho a recibir como integrantes de la nación, se entiende que el acceso y la posibilidad de participación se abren también en los medios de comunicación. Sus derechos abarcan la libre expresión y el apareamiento de su cultura dentro de los espacios mediáticos y comunicativos.

En el 2008, se ratifican y amplían muchos de estos derechos a favor de las organizaciones y pueblos indígenas del país, sin embargo, y en palabras de la entrevistada “a pesar de ser una Constitución de avanzada, ha existido un gran retroceso en cuanto a los derechos indígenas por las leyes y acuerdos ministeriales aprobados, tal es el caso del modelo de educación bilingüe”⁴¹. La Ley de Comunicación establece que se deben emitir contenidos interculturales en los medios de comunicación, pero en el análisis esto parece insuficiente, principalmente porque los contenidos de este tipo son pocos y en la mayoría de casos, solo existen por cumplir con la ley, mas no porque haya un interés real de mostrar la realidad de los pueblos y organizaciones indígenas. En palabras de la entrevistada, se necesita que “de corazón quieran que la comunicación sea intercultural, que participen todos los criterios, todos los pueblos, tanta diversidad que existe en el país”⁴².

Cuando Fraser habla de los públicos subalternos (1997), incluye a aquellos grupos que

⁴⁰ Entrevistada 4 (asambleísta y representante indígena) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁴¹ Entrevistada 4 (asambleísta y representante indígena) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁴² Entrevistada 4 (asambleísta y representante indígena) en conversación con el autor, junio de 2017.

históricamente han sido excluidos desde el poder. Este es el caso de los medios de comunicación, quienes han pensado sus contenidos en torno a la rentabilidad y si en este caso, lo intercultural no la genera, es lógica la inexistencia de estos espacios pensados para este objetivo.

Es a través de la normativa que los medios de comunicación se han visto en la obligación de incluir este tipo de contenidos en donde se destaquen la cultura y tradiciones de los pueblos indígenas; a pesar de esto, y siguiendo la lógica de rentabilidad de los medios, el porcentaje de participación es reducido y depende de aquello que consideren llamativo, por ejemplo: la gastronomía, la danza, o ciertos rituales atractivos para los mestizos.

En una época como la actual, donde la creciente demanda de diferentes grupos sociales por el reconocimiento de derechos es evidente, los gobernantes se han visto en la necesidad de proponer diversas normativas que garanticen un trato equitativo para todos los ciudadanos, para esto, ha sido primordial la voluntad política de las autoridades, con el objetivo de fortalecer la convivencia social.

En este contexto, los Medios Públicos y específicamente EcuadorTV, reproducen las mismas dinámicas de los medios privados, es decir, no brinda los espacios suficientes a los pueblos y nacionalidades indígenas. Los espacios existen para quienes son, como en este caso, asambleístas o dirigentes de estos colectivos, sin embargo falta profundidad en cuanto a lo que se trata en ellos.

La entrevistada resalta que “en diversos medios estatales, existen algunos programas que destacan la cultura de algunos pueblos, pero eso vuelve al tema de folclorismo, ahí deben ser las mismas personas de los pueblos las que hagan los programas (...), necesitamos que sean los protagonistas mismos, los que hagan esos espacios”⁴³.

A criterio de la asambleísta, le falta “ciudadanizarse a los Medios Públicos, y no únicamente a ellos, sino a la sociedad”⁴⁴; entendemos así que los medios de comunicación son un reflejo de la sociedad en la que se albergan, y sus contenidos y programación responden así mismo, a los

⁴³ Entrevistada 4 (asambleísta y representante indígena) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁴⁴ Entrevistada 4 (asambleísta y representante indígena) en conversación con el autor, junio de 2017

intereses de ella. Como se había mencionado previamente, y con base en las palabras de Mcpherson, si una sociedad busca ser más justa, debe ser más participativa.

Como se conoce, los pueblos indígenas han sufrido históricamente un aislamiento de los espacios públicos de decisión y de interacción, además de la violencia simbólica y física cometidas sobre ellos, por ende, el reconocimiento progresivo de sus derechos y su potencial incidencia en los mensajes difundidos por los medios de información, no sólo afectan positivamente en el plano comunicacional, sino también, en el plano humano y de justicia social.

El entrevistado, representante indígena proveniente de la Amazonía, señala que “mucho del trabajo realizado tanto por él, como por las organizaciones de las que ha formado parte, sobre todo en lo que trata en promoción de derechos, reconocimiento de identidades y culturas, y acciones afirmativas a favor de los pueblos y nacionalidades indígenas, no ha sido reflejado en los medios de comunicación, ni privados ni públicos”⁴⁵. Destaca que ha sido la academia la que ha buscado dar a conocer estas iniciativas que tienen como objetivo posicionar el tema de los derechos indígenas en el debate público. Cabe recordar la centralidad que tienen los medios de comunicación en la esfera pública como espacios de intercambio de ideas y opiniones, espacios en que el debate se presenta con el objetivo de que los interlocutores se entiendan.

Una de las limitantes para la comunicación de las comunidades, sobre todo de zonas alejadas o de difícil acceso, es la falta de medios comunitarios que recojan lo que sucede en el día a día en estas poblaciones. “A veces solo sale en los medios la bulla, los levantamientos, la resistencia; no hay una información real de lo que los pueblos indígenas están viviendo. Su territorio, de qué forman viven, cuáles son sus derechos, lo que están demandando”⁴⁶, señala. Es por esto, que reclaman radiofrecuencias que les permitan generar información, ya que como señala, los medios de comunicación públicos no acogen integralmente a estos pueblos indígenas.

Ante la ausencia de medios propios, los medios públicos que potencialmente suplirían ese espacio, no se han establecido debido a que, en palabras de este representante indígena, existen limitantes políticas para las expresiones de quienes forman parte de estas comunidades. Según su

⁴⁵ Entrevistado 3 (asambleísta, dirigente indígena de la Amazonía) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁴⁶ Entrevistado 3 (asambleísta, dirigente indígena de la Amazonía) en conversación con el autor, junio de 2017.

criterio, la participación en los medios públicos, ya sea la radio o la televisión, se basa en lo positivo que se pueda decir del Gobierno y la crítica es mínima o de plano, no está permitida. La dependencia directa de los medios de comunicación públicos del Estado, se ha visto como una forma gubernamental de controlar los contenidos que aquí se difunden. Cuando un colectivo, organización, o como en este caso, una localidad se encuentra en conflicto con el gobierno, la conclusión que se hace por parte de los actores es que no existe cabida ni libertad de expresión para ellos, dentro de estas instituciones informativas (EcuadorTV o Radio Pública).

En su criterio, aquí gana fuerza la necesidad de tener sus propios medios, de tipo comunitario, debido a que en ellos, se pueden tratar los problemas y las disputas propias de su nacionalidad sin ningún tipo de censuras o limitaciones de ningún tipo; sin embargo, espera que con las reformas a la Ley de Comunicación, sea posible acceder de manera libre y equitativa a los medios públicos.

De igual manera, el entrevistado considera que los contenidos en EcuadorTV y los Medios Públicos se reducen a lo folclórico, es decir: a la danza, la gastronomía, pero no muestran las problemáticas de estas nacionalidades. Cita por ejemplo, el tema de la minería que afecta a sus territorios, sin embargo, esto no se trata con profundidad en los medios que pertenecen al Estado. Se espera que difundan las realidades de sus culturas, y que exista mayor voluntad política de quienes trabajan en estos medios, para que no se excluya a ningún porcentaje de la población ecuatoriana.

Históricamente, los pueblos y nacionalidades indígenas han sido excluidos por las poblaciones blancas y mestizas en el Ecuador. Estas se pueden considerar un grupo subalterno, que en el transcurso del tiempo, se ha organizado y movilizado para reclamar el reconocimiento de sus derechos, de su cultura e identidad. Su irrupción en el espacio público busca lograr notoriedad y la consideración por parte del Estado dentro del mapa de derechos ciudadanos, con el fin de poner en discusión su forma de ver y entender el mundo para construir un Estado inclusivo e intercultural, tal como reza la Constitución de la República.

La incursión de la cultura propia en el espacio público es un acto de resistencia, ante los reduccionismos y los intentos de totalización colonialistas que han logrado excluir a la diversidad de actores de la participación en distintos espacios. Según Grimson, la cultura aparece como una

“herramienta para retomar el propio destino” de las diversidades (Grimson 2001, 23).

De esto parte la necesidad de los pueblos y culturas indígenas de verse representados en los medios de comunicación, de incidir en ellos y de poder reflejarse en sus contenidos, los cuales atiendan a la integralidad de sus identidades. Es decir, que todos los aspectos de su cotidianidad aparezcan, se difundan y se construyan con el objetivo de incluirlos en los espacios públicos de debate e interacción que son los medios de comunicación.

Por otro lado, y bajo una dinámica bastante similar, los afroecuatorianos no han encontrado oportunidades de ser tomados en cuenta dentro de estas instituciones. La comunicación incluyente aparece distante ante el predominio de las lógicas mercantiles que se reproducen a diario en los medios de comunicación. Los contenidos, si bien tienen en cuenta a los negros para ciertas temáticas, estas se reducen a la comedia o a los estereotipos que son recurrentes en noticieros o programas de opinión.

La Asociación de Negros del Ecuador tiene como objetivo luchar por los derechos de la población negra del país, así como enfrentar la discriminación que según sus palabras “está muy arraigada en el país”. Su representante menciona que “la discriminación que viven los afroecuatorianos en el país ha llevado a que la palabra ‘negro’ sea relacionada con lo negativo, con lo malo, con lo que oculta algo”⁴⁷. Sin embargo, el entrevistado menciona que esto no debería ser tratado así, porque el negro es “un bello color, porque sin oscuridad no hay luz”⁴⁸.

Estos términos binarios de negro y blanco, maldad y bondad, son comunes en la cotidianidad y han funcionado como el sustento de una discriminación basada en la pigmentación de la piel. A esto se suma la exclusión que ha significado condiciones paupérrimas, en cuanto a calidad de vida, para los negros en la historia de la humanidad.

Ecuador no ha sido la excepción, donde los datos muestran los bajos niveles de bienestar de los afroecuatorianos, ya sea en salud, educación o acceso a diferentes derechos y servicios básicos. Catherine Walsh y Juan García, señalan que la violencia de la esclavitud del primer momento en

⁴⁷ Entrevistado 5 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁴⁸ Entrevistado 3 (asambleísta, dirigente indígena de la Amazonía) en conversación con el autor, junio de 2017.

que los negros llegan al Ecuador, se “institucionalizó en las estructuras, instituciones, representaciones, prácticas y actitudes racializadas de la sociedad, aquellas que, hasta hoy, sobrevaloran la “blancura” e invisibilizan el ser negro” (Walsh y García 2002, 318). El volver invisibles, en este caso a los negros, ha sido una estrategia utilizada desde el poder para negar los derechos de un colectivo, para ocultar sus conocimientos, su historia, sus saberes y su cultura. Con el pueblo negro, se ha actuado de la misma forma, y en ocasiones de manera mucho más cruel, para negar su subjetividad e identidad.

El entrevistado señala que los negros deben ser incluidos en diferentes niveles: “en lo financiero, en lo laboral, en lo político y en lo mediático”⁴⁹. Al respecto, indica que en los Medios Públicos han tenido mayor participación que en los medios de comunicación privados, o han sido “tratados de mejor manera”, ya que en aquellos medios tradicionales, “solo se tomaba en cuenta al burgués, al ‘señor’, al empresario y los negros por el contrario, siempre fueron rechazados”⁵⁰.

La Ley de Comunicación ha dado directrices para que grupos como los afroecuatorianos sean respetados, para responder ante ofensas, discriminaciones y otros tipos de violencia simbólica referida en los medios de comunicación por medio de mensajes y contenidos reduccionistas que atentan contra su integridad. Frente a esto, los Medios Públicos benefician con su existencia al país, al reconocer en cierta medida a las poblaciones que han sido consideradas como “minoritarias”, a pesar de su importancia.

“Los negros necesitan justicia y reparación por todas aquellas faltas sufridas y que les han afectado como grupo social y que los blancos y mestizos no sigan ‘pensando en la manipulación’ en la que manejan la institucionalidad del Estado”, señala el entrevistado⁵¹. Esto impide que los afroecuatorianos no tengan el espacio necesario para incidir sobre las instituciones y gobiernos.

Esto se refleja también en lo comunicativo. El entrevistado considera que los negros “son tomados en cuenta para ‘postales’, es decir para lo folclórico y vacío de contenido”⁵². Al existir

⁴⁹ Entrevistado 5 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁵⁰ Entrevistado 5 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁵¹ Entrevistado 5 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁵² Entrevistado 5 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017.

grandes problemáticas en sus comunidades, la necesidad de que estas puedan ser difundidas en los medios de comunicación es importante. A pesar del gran avance que han significado los Medios Públicos, falta mucho todavía por hacer con ellos en cuanto a influencia de estos grupos en sus contenidos. “No hay verdadera acción, queremos que se borre el sistema folclórico, nuestra proclama de principios es por nuestros derechos”, esto se entiende como un reclamo ante la falta de decisiones de quienes hacen los medios para ir más allá de los contenidos fáciles, adentrarse en lo que sucede para estos pueblos es fundamental para confirmar sus derechos.

“Necesitamos aparecer más, necesitamos estar sintonizados con la actualidad”, menciona. Como se señala en líneas anteriores, si bien este representante afroecuatoriano cree que los negros aparecen más en los Medios Públicos, aún existen ciertas limitaciones en cuanto a su participación. Los espacios son reducidos y los contenidos no profundizan en temáticas de interés o en problemáticas de sus comunidades, en esto coincide con los representantes indígenas.

El poder blanco-mestizo ha considerado a través de la historia al pueblo negro como el último de la sociedad en la que domina. Es decir, la colonialidad ha empujado a los afroecuatorianos al escalón más bajo de la sociedad ecuatoriana, más abajo del lugar en que se encuentran los pueblos indígenas, alejándolos de todo aquello que es de interés común, del debate, de las interacciones con el resto de ciudadanos, confirmando lo que Mignolo (2000) define como diferencia colonial. En una especie de escala social, los negros están peleando el último lugar, principalmente porque el color de piel ha sido la bandera de la exclusión, y la piel oscura, ha perdido cualquier espacio de poder ante el dominio de los blancos.

Dentro de esta coyuntura e inclusive en la mirada de la izquierda y de los movimientos sociales, los afroecuatorianos son vistos a la sombra de los indígenas, es decir, siempre en comparación a ellos y desde su marco organizativo, sociopolítico y cultural. En esta comparación, los negros aparecen como débiles y fragmentados, incapaces de la organización y movilización como también de la producción de un pensamiento propio (Walsh y García 2002, 319).

¿Por qué entenderlos? Si la lógica ha sido negarles el derecho a hablar, a ser escuchados, a participar. Los estereotipos han colmado los grandes espacios informativos y comunicativos, los

reduccionismos los han limitado a labores básicas, aisladas del poder de decisión, de la posibilidad de incidir en la política que tanto los ha ignorado. La dependencia de estas poblaciones hacia lo que determinaban los grupos de poder, es otra forma de exclusión porque entiende que los negros están destinados a obedecer y aceptar lo que otros decidan por ellos.

Quijano señala:

La colonialidad del poder y la dependencia histórica-estructural, implican ambas la hegemonía del eurocentrismo como perspectiva de conocimiento. En el contexto de la colonialidad del poder, las poblaciones dominadas de todas las nuevas identidades fueron también sometidas a la hegemonía del eurocentrismo como manera de conocer, sobre todo en la medida que algunos de sus sectores pudieron aprender la letra de los dominadores (Quijano 1997, 117).

En este punto es importante reconocer la herencia colonial para entender la situación actual de discriminación. El conquistador blanco y su heredero, el mestizo, han construido una sociedad y sus imaginarios con base en la exclusión de aquellos individuos que desde su físico, aparecen como diferentes. Aquel culto al hombre blanco, poderoso, educado, adinerado, ha trascendido a los espacios más recónditos del imaginario social. El sentido común ha calado profundo cuando se trata de hablar del negro, y por lo general, lo que se enuncia es negativo o relativo a ello.

Además se lo señala como inferior y se sabe, incluso de manera consciente, que está destinado a no mandar, sino por lo contrario, a ser quien cumpla las órdenes del hombre blanco – mestizo.

Si las instituciones han sido dominadas por el hombre blanco y todo lo que estas produzcan también, entonces los medios de comunicación se convierten en otros espacios de reproducción de ese pensamiento colonial y excluyente que se ha venido señalando. Los contenidos, los mensajes, las temáticas, los intereses, no están en el pueblo negro o afroecuatoriano, sino en aquello que genere rentabilidad y que responda a las necesidades de los grandes públicos, que desde luego, son blanco mestizos, porque son estos grupos, quienes pueden acceder a la tecnología, por su posición en la sociedad. Los medios privados han funcionado bajo esta lógica porque están íntimamente ligados al pensamiento del hombre blanco apoderado: si no hay ganancia, no vale la pena mostrarlo. En otras palabras, la comunicación también está pensada en términos de dinero y si esto implica exclusión para la consecución de fines, está legitimado por el

sistema en que existimos.

Como indica el Presidente de la Asociación de Negros, los afroecuatorianos deben estar en contacto con lo que está pasando en el país, no pueden seguir siendo relegados por el hombre blanco, ni por el burgués que ha tenido el control, sobre sus tierras, sobre sus vidas, sobre sus formas de ver el mundo. Para esto necesitan de los medios de comunicación, porque no solo es pertinente que ellos se acerquen, sino que todo ecuatoriano conozca de la realidad del pueblo afroecuatoriano en el país, de sus costumbres, de su cultura, de sus problemáticas, de su situación política, laboral y económica.

En anteriores líneas, se hizo referencia a los intentos de los medios públicos por visibilizar la realidad de los pueblos negros, y aunque los intentos no han sido sustantivos, se han dado los primeros pasos con determinados programas como “Ojos que no ven”, que relata desde los propios actores, la cotidianidad de este grupo social. Como se sabe, las condiciones de vida en las zonas en que estas personas se asientan, no son los mejores, y hacia allá apuntan los objetivos de este producto audiovisual. Sin embargo, al ser mínimo aún el impacto, no se ha creado conciencia a nivel de públicos, ni sentido de pertenencia de parte de los involucrados. A pesar de esto, construir contenidos de este tipo con ese mecanismo de participación en la producción es loable.

“No hay programas del pueblo afro, no hay programas directos del pueblo montubio, del pueblo indígena. Hay programas de media hora y chao, nos fuimos a nuestra casa. Fueron, saborearon la gastronomía, fueron a la playa, bailaron marimba y volvieron a la capital”⁵³. Esto muestra claramente cómo se ve aquel centralismo que niega u oculta otras realidades, lo regional, lo rural, lo periférico no existe desde aquella lógica que pone primero lo urbano, lo blanco, lo central. Los medios de comunicación públicos están llamados a incluir nuevas realidades, las otredades, las diversidades, de lo contrario, su ejercicio reproduce las dinámicas de los medios privados.

En la actualidad y como ha sido una constante en este análisis, es adecuado reconocer que ha habido intentos de EcuadorTV y los Medios Públicos de dar mayor espacio a este tipo de contenidos. La realidad muestra que aún no son intentos que se mantienen, sino que parecen

⁵³ Entrevistado 6 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017.

ensayos de nuevos programas que eventualmente salen del aire o no tienen la difusión necesaria para generar debate o influir en el público.

¿Qué necesitan los afroecuatorianos de los medios públicos? Según el informante, que se conozcan y muestren las condiciones actuales y reales de los negros en sus contenidos es fundamental. Antes de pasar a la ficción, se necesita que estos medios se acerquen a estos pueblos, entiendan su cultura y muestren a sus integrantes tal como son. Según el entrevistado, “si no existen negros ejecutivos, negros industriales o banqueros, los programas en los medios públicos no pueden mostrar negros así, al contrario, se necesita conocer a los negros según como viven, su idiosincrasia, su identidad”⁵⁴.

También señala que los negros, indígenas, montubios, necesitan tener sus propios programas y que se comprenda que ellos también generan noticia y expectativa. Que los medios públicos no se mercantilicen y que abran sus contenidos a lo que está pasando en otras partes del país. Como menciona, se necesita matizar la información con nuevos personajes, con diferentes visiones y de otras culturas.

El reconocimiento de la identidad de un grupo o una cultura determinada significa un reconocimiento de su subjetividad y eso en el mundo moderno es el reconocimiento de la ciudadanía. Martín Barbero señala:

Lo propio de la ciudadanía hoy es el hallarse asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es al derecho a informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa justamente ahí, en la desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como de las minorías (Barbero 2001, 5).

La condición de ciudadanía implica también el acceso a participar de aquellos espacios de toma de decisiones, lo cual en palabras del entrevistado es imperativo. “Se necesitan negros en la toma

⁵⁴ Entrevistado 6 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017

de decisiones”⁵⁵, si los negros no son dueños de los medios o no tienen acceso a los espacios directivos de los medios de comunicación, entonces infiere que los contenidos no van a mostrar a los negros. Solo con una participación activa, este pueblo estará en la capacidad de construir y participar de programación que responda a sus necesidades y refleje la cotidianidad de los afroecuatorianos.

El cambio en cuanto al reconocimiento de las identidades y de los derechos de los pueblos indígenas y afroecuatorianos depende de un cambio estructural a todo nivel en el país. La educación, la política, y el justo reconocimiento y la garantía de sus derechos colectivos, transformarán todo el sistema social, incluidos los medios de comunicación. Para esto, la inclusión se debe dar en todos los ámbitos, la participación en los puestos de poder de la institucionalidad del Estado, requiere de la voluntad política y de acciones a favor de aquellos grupos tradicionalmente excluidos.

Si los Medios Públicos se denominan abiertos, ciudadanos e interculturales, entonces sus acciones tienen la urgencia de ser encaminadas con este objetivo a través de la conformación de espacios que den voz y voto a los pueblos indígenas y afroecuatorianos para la conformación de una comunicación que cumpla con esta característica. Este debe ser otro de los resultados, como señala Patricio Guerrero, de las “luchas sociales e históricas que han llevado adelante, como respuesta al proceso de colonialidad del poder, ejercido por un Estado, por una sociedad, por una civilización discriminadora y excluyente, que ha pretendido históricamente su homogeneización, su subalternización y su dominación” (Guerrero 2010, 239).

La constante e histórica segregación sufrida por las culturas diferentes a la blanca-mestiza y dominante han logrado separar también la integralidad de los seres humanos pertenecientes a ellas, quitándoles espacios de acción en ciertas áreas en las que no ha sido de interés incluirlos. Por ejemplo, mientras los indígenas o negros han sido tomados en cuenta para áreas como laboral (pero sólo como fuerza de trabajo, como una herramienta), no han tenido la misma oportunidad dentro del tema comunicativo, ya que, siguiendo lo que se ha venido mencionando, su historia no interesa, no generan información llamativa al ser una minoría dentro de un país en donde los $\frac{3}{4}$ de

⁵⁵ Entrevistado 6 (representante afroecuatoriano) en conversación con el autor, junio de 2017.

la población se reconocen como mestizos o blancos.

La interculturalidad debe formar parte de la agenda de la institucionalidad del Estado en sus diferentes niveles, lo político, lo cultural, lo comunicativo. Es a través de acciones concretas y reales, que se puede construir una matriz intercultural que permita aquella interacción entre culturas y nacionalidades que conviven en el mismo espacio con oportunidades de acceso similares y garantizadas por dicha institucionalidad.

Grimson (2001) señala que los medios de comunicación por sí solos no pueden establecer agendas o valores debe estar inscrito en un marco institucional mucho mayor, es por esto, y tal como lo han mencionado los entrevistados, que lo que se ve o se emite en los medios de comunicación, ya sean privados o públicos, debe articularse con una serie de políticas que actúen a nivel de sociedad, con la educación, con eventos de inclusión cultural y con otras formas de poner en discusión la necesidad de un país intercultural y de respeto a las diversidades. Sin embargo, la centralidad que en nuestra sociedad se da a los medios de comunicación, le otorga la responsabilidad de crear contenidos educativos, diversos e incluyentes.

La interculturalidad “implica encuentros dialogales y una continua relación de alteridad entre sujetos concretos, entre seres humanos provistos de visiones distintas del mundo, entre los que se producen intercambios simbólicos, de significados y sentidos” (Guerrero 2010, 248). Es por esto que el constante intercambio comunicacional con los demás, puede proveer a la sociedad de los insumos de entendimiento y tolerancia que tanta falta hacen para la generación de espacios de participación y reconocimiento.

Pero no solo los indígenas o los afroecuatorianos reclaman espacios en los Medios Públicos y en EcuadorTV, sino también otros colectivos que hasta el momento se han visto aislados o reducidos a mínimos espacios.

4.2.2 El enfoque de género en los Medios Públicos y EcuadorTV

De la misma manera que con las nacionalidades indígenas y los afroecuatorianos, quienes pertenecen a la comunidad GLBTI o las mujeres, han vivido historias de discriminación, exclusión de la esfera pública por ser parte de aquellos grupos sociales que por la hegemonía del

discurso machista y patriarcal, que históricamente los ha rechazado y ubicado en lugares secundarios de la sociedad.

Volviendo a Fraser, los podemos incluir dentro de los denominados públicos subalternos; aquellos que no han gozado de las oportunidades equitativas de ser parte del debate público por su condición, según el sentido común de la violencia de género, de ser inferiores.

Al respecto, y a pesar de los mencionados avances en el tema de derechos de las mujeres y de las poblaciones GLBTI, el enfoque hacia estos de parte de los medios de comunicación es en muchos casos incipiente. Esto se observa especialmente con el tema GLBTI donde en ocasiones se sigue considerando un tabú su tratamiento o simplemente los criterios siguen respondiendo a objeciones de tipo moral o religioso.

Este problema se extiende a toda la comunidad, especialmente en aquellas sociedades conservadoras, donde la orientación y la identidad sexual, están normadas moralmente por los preceptos “divinos” y lo que la religión ha establecido en estos casos. Sin embargo, la movilización de estos grupos en pos de sus derechos ha incidido en el reconocimiento gradual de sus garantías colectivas e individuales, ampliando así sus posibilidades de acción en la esfera pública, especialmente, en el ámbito político y cultural.

En cuanto a su presencia en los medios de comunicación, se han dado pasos importantes a través de contenidos que ya exploran esta problemática, sin embargo, los espacios continúan siendo reducidos y sobre todo, abordados en horarios aislados, alejándolos así de aquella programación considerada de tipo AAA.

Frente a esto, hemos recogido la experiencia de dos personas que tratan esta temática. Ambos han participado en la promoción de derechos de género y en lo que a ellos rodea.

Según el entrevistado 7, en recientes años el activismo a favor de los grupos GLBTI se ha ido visibilizando con más fuerza, lo cual ha motivado a más personas a ser parte de este proceso de movilización a favor de los derechos colectivos de estas agrupaciones.

Dentro de este contexto, los medios de comunicación fueron sin duda, parte clave de la

exposición de los derechos GLBTI y la apertura al debate en la sociedad, según su criterio: “desde la comunicación se puede incidir y generar cambios en el comportamiento, en la opinión”⁵⁶, por lo cual el apoyo de los medios de comunicación fue importante desde un principio para generar noticias atractivas que den lugar a una discusión social. Desde lo político, es importante también la participación de los medios de comunicación de estos temas, porque implica la discusión de derechos e inclusión para grupos sociales históricamente excluidos.

El entrevistado ha participado a través del activismo en procesos de construcción de opinión pública de los derechos GLBTI; incluso, a pesar de no hacerlo directamente, su participación fue activa en la discusión de la Constitución del 2008 en lo que se refiere a derechos colectivos y reconocimiento de los grupos GLBTI. De acuerdo a sus palabras, a pesar de ciertos intentos de bloquear algunos derechos para estos grupos por parte del presidente Rafael Correa, desde sus colectivos “se defendieron ciertos avances que la aprobación de esta constitución representaba”⁵⁷. Con la aprobación de la Carta Magna, se amplió “la discusión de leyes contra la discriminación de estos grupos, la inclusión positiva, la equiparación de las uniones de hecho, a través del canal de los medios de comunicación”⁵⁸, lo cual es positivo desde cualquier punto de vista.

Por cuestión de presupuesto, como explica el entrevistado, no fue posible realizar un programa de televisión que trate sobre el tema GLBTI, sin embargo, en 2010 existió la apertura para un programa de radio que se llamó “La nota fuerte”, que estuvo al aire hasta el año 2016. Esto y significó un avance importante en cuanto a la visibilización del este colectivo social en los medios de comunicación. La radio fue el espacio desde el cual se emitieron mensajes que llamaban a respetar la diversidad sexual y los derechos colectivos de este grupo.

A pesar de la centralidad de la televisión en la sociedad latinoamericana, hubo logros importantes que se consiguieron con el programa en la radio. Jesús Martín Barbero (2001), señalaba la importancia de la televisión en la cultura latinoamericana por ser aquel espejo de su realidad y cotidianidad, tal vez, desde este espacio, la visibilización, aquel poder de la imagen hubiera funcionado de mejor manera para resaltar a la comunidad gay, sin embargo, el clima de violencia

⁵⁶ Entrevistado 7 (representante y activista GLBTI) en conversación con el autor, mayo de 2017.

⁵⁷ Entrevistado 7 (representante y activista GLBTI) en conversación con el autor, mayo de 2017.

⁵⁸ Entrevistado 7 (representante y activista GLBTI) en conversación con el autor, mayo de 2017.

y discriminación, dio una mayor importancia a través de la radio, donde esa especie de “anonimato”, logró sacar a la luz gran cantidad de historias.

Sin embargo, en este caso, la intención de dar cabida a estos colectivos fue un primer paso para poner en la opinión pública, el tema de la inclusión y la diversidad sexual. La amplitud de temas que los Medios Públicos han querido abordar en su programación, ha sido un intento importante para repensar la comunicación y la manera de informar.

“La política o los códigos deontológicos de lo que consideran medios públicos es dar voz o micrófono, a todos los sectores que hacemos la sociedad. Los medios privados funcionan desde una lógica más comercial (...), esto según lo que señala el entrevistado, es lo que diferencia el sentido de los contenidos, en este caso, sobre los grupos GLBTI.

En este contexto, la Ley de Comunicación es necesaria para regular este tema, que garantice inclusión y evite contenidos discriminatorios comunes en los medios privados. “Es una herramienta que permite que se preserven derechos”⁵⁹, señala el entrevistado.

Los contenidos que se planteaban en “La Nota Fuerte”, iban alrededor de los derechos GLBTI, pero con la intención de ir más allá de la victimización de los activistas, es decir, el objetivo era “tomar el control del espacio para decir que los grupos GLBTI generan debate en todo tipo de temas: lo político, lo cultural, lo identitario”⁶⁰. Desde luego, la reacción fue positiva ya que este espacio puso en discusión una gran lista de temas que no habían sido abordados con libertad en los medios de comunicación tradicionales, convirtiendo a este medio público, la Radio Pública, en ese estandarte de la libertad de expresión de gran parte de la comunidad GLBT del país.

De esta forma, un medio público al ser incluyente y al dar apertura a temas y contenidos que eran difíciles de encontrar en los medios privados, se convierte en un espacio de generación de opinión pública diversa y fortalece los derechos humanos fundamentales, como la libertad de expresión de gran parte de los actores sociales. En el caso específico de los grupos GLBTI, estas acciones les han permitido introducir nuevos códigos dentro de un sistema mediático que fue

⁵⁹ Entrevistado 7 (representante y activista GLBTI) en conversación con el autor, mayo de 2017.

⁶⁰ Entrevistado 7 (representante y activista GLBTI) en conversación con el autor, mayo de 2017.

excluyente y homofóbico por naturaleza. Estas nuevas apariciones se refuerzan con cada espacio de participación y acceso en que los colectivos participan, a través de nuevas prácticas comunicativas y narrativas que abren debates diferentes sobre los derechos colectivos. Omar Rincón señala:

Los procesos de construcción e imaginación de nuevas prácticas de comunicación en América Latina, han tenido (siempre) fuerza política en la existencia de un “activismo” comunicativo que ha llevado a que la gente produzca sus propios mensajes como estrategia “rebelde” para ampliar su participación social, y como estrategia “simbólica” de resistencia estética (Rincón 2006, 156).

Ante los formatos tradicionales y con temáticas discriminantes, los grupos sociales, como los GLBTI, han tenido que idear prácticas comunicativas que respondan a su realidad y a sus necesidades, enfrentándose a un sistema que ha pretendido homogenizarlos o simplemente prohibirles el acceso a la palabra en los medios de comunicación. Estas nuevas prácticas han reconfigurado no solo los medios de comunicación públicos, sino todo el sistema mediático en general, ante lo cual se abren nuevas posibilidades de construir información y comunicación. Esto significó toda una transformación del esquema o engranaje de la institución para realizar el trabajo que se pretendía a través de “La Nota Fuerte”. La colaboración y apertura de quienes eran parte del medio, así como el apoyo del Estado en este tema, fueron sin duda, un paso importante para la inclusión en el país, según el activista.

El entrevistado señala que por su condición de haber sido activista y comunicador, tuvo la oportunidad de incidir en el tratamiento adecuado de estos temas dentro de los Medios Públicos. Esta idea refuerza la necesidad que existe de incluir a todos los actores sociales en los espacios de influencia y decisión de contenidos en los medios, ya que sin esto, las decisiones pasarían por la voluntad o necesidad de quienes dirigen. Es decir, si los directivos de un medio no están de acuerdo con tratar el tema GLBT sin prejuicios y de manera clara, se vuelve complicado incluir estos temas en la agenda del medio.

El tema no pasa solo por la incidencia que se pueda tener sobre los contenidos o la apertura del medio, sino por la construcción de públicos que estén abiertos a recibir de manera crítica este tipo de temáticas que se han discutido a partir de prejuicios o de tabúes. Para esto es necesario que la

programación habitual, como por ejemplo las telenovelas, introduzca en sus narrativas a estos grupos que habitualmente aparecen solo en espacios informativos y de opinión. Por otro lado, una novela puede transmitir cercanía, cotidianidad; la identificación de los personajes con los ciudadanos es más fuerte a través de estos espacios en lo que las personas comunes se ven reflejadas. Esa inclusión positiva en sus palabras, no existe todavía.

Por su masividad, “los medios de comunicación son instrumentos importantes de cambio de patrones socio-culturales, sin embargo no dejan de ser medios, es decir, lo que más interesa para el análisis es quienes están detrás de ellos, cuáles son sus objetivos de instrumentalización y la construcción de sus contenidos”⁶¹, según la representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género, comenta que. Si las necesidades de quienes poseen o dirigen los medios de comunicación están alejadas de la inclusión de los diversos grupos sociales, entonces es imposible pensar en contenidos que recojan la realidad de estos grupos.

Esta problemática responde a una serie de parámetros que no se cumplen en los medios de comunicación. No solo es el hecho de que “sus periodistas no estén profesionalmente formados para pensar en contenidos inclusivos, que aparece como el ‘mal menor’, sino también que los medios están subsumidos en una lógica comercial atada a las preferencias de los públicos y a la audiencia que estas generan, así como a los intereses de las empresas que están detrás de la publicidad que pautan en estos espacios”⁶². Esta lógica mercantil, por lo general, no está cerca de los temas que traten derechos humanos.

“No hay medios de comunicación por sí mismos, sino quienes los contratan para dar los mensajes que dan”⁶³, señala Bowen. La dinámica se ha repetido de manera sistémica, se ha asumido como sentido común el hecho de que los medios deciden lo que transmiten, pero vemos aquí, cómo sus líneas editoriales y sus contenidos están ligados al dominio del capital que decide por sobre lo que se emite. Esto se traduce en una privatización de la esfera pública lo cual “se materializa en

⁶¹ Entrevistada 8 (representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁶² Entrevistada 8 (representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁶³ Entrevistada 8 (representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género) en conversación con el autor, junio de 2017.

la apropiación de la libertad de información” (Ferrajoli 2004, 130), dando como resultado que sean los medios los que decidan lo que se dice y no los ciudadanos que aparecen en ellos.

“Los medios públicos, los medios privados, todavía le deben en términos de derechos a la sociedad. No están contribuyendo todavía a una sociedad más incluyente, tenemos programas poco alentadores en el tema de derechos humanos”⁶⁴. Su criterio refuerza otras visiones sobre lo que los medios de comunicación aún no cumplen dentro de la sociedad, ni siquiera bajo la rectoría de la Ley de Comunicación que exige este tipo de contenidos como parte estructural, al menos de los medios públicos. La programación sigue apelando a los contenidos poco pensados, fáciles, con ridiculizaciones y sin el mínimo análisis de lo que se debe transmitir para formar públicos críticos y políticamente fortalecidos.

En cuanto al Consejo Nacional para la Igualdad de Género, éste trabaja de la mano con el Consejo de Regulación y desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), sobre todo para ver cómo las mujeres son vistas en los medios de comunicación. El CORDICOM resalta la importancia de los medios de comunicación como agentes socializadores y llama a evitar prácticas de tipo discriminatorio y violento, entre ellas el acoso y el femicidio, que comúnmente han afectado a sociedades como la ecuatoriana. En uno de los pronunciamientos de esta institución publicados en su página web, señala que “en Ecuador, seis de cada diez mujeres sufren algún tipo de violencia de género (...), hecho basado en gran parte en los mensajes, símbolos, significados y sistemas de lenguaje que se difunden a través de los medios de comunicación social”⁶⁵.

Ante esto, el trabajo en los medios de comunicación y cómo exponen a la mujer es clave dentro de la transformación que deben sufrir los contenidos en ellos y especialmente en los medios públicos, espacios donde el acceso equitativo es parte esencial de su existencia. Los medios han establecido históricamente para las mujeres el rol de madre o ama de casa por un lado, y el de cosificación como objeto sexual por el otro; esto la anula como sujeto de derechos y pieza

⁶⁴ Entrevistada 8 (representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁶⁵ Tomado de www.cordicom.gob.ec. Enlace de descarga: <http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/12/EXHORTO-UTILIZACION-CC%81N-SEXISTA-Y-DISCRIMINATORIO-DE-LA-MUJER-EN-MEDIOS-DE-COMUNICACION-CC%81N.pdf>. Recuperado el 16 de julio de 2017.

primordial de la construcción de contenidos inclusivos y de calidad y la exhibe como una mercancía más dentro de la lógica mediática.

El problema no es solo el papel de la mujer en los contenidos sino también cómo se piensa el público femenino y lo que para este se genera. Este esquema está repetido en la mayoría de medios donde los contenidos se reducen a lo vacío, a las “variedades”, a la farándula y a aquellas programaciones que no edifican en ningún sentido a las mujeres como sujetos políticos. El resultado a partir de esta anulación, es inhibir a las mujeres de la participación en otras esferas; la falta de información dificulta que mujeres no puedan formar su opinión, según lo que manifiesta la entrevistada 8.

Según el reporte del Global Media Monitoring Project, en 2015 “las mujeres constituyeron únicamente 24% de las personas sobre las cuales se leyó, vio o escuchó en la prensa escrita y los noticieros de la televisión o la radio. Exactamente la misma cifra que en 2010”⁶⁶. Esto indica que las mujeres aún no se constituyen como elementos fundamentales para informar, es decir, no son noticia, o lo que se genera alrededor de ellas es todavía muy reducido. Pero no solo esto, según este informe, las mujeres no aparecen en mayoritariamente en las noticias referidas a política, economía o gobierno, con esto se infiere que los roles de género siguen determinando dónde aparecen las mujeres y dónde lo hacen los hombres. La situación de las mujeres en los medios entonces, sigue siendo de desventaja y ante esto, el Estado debe actuar y garantizar espacios reflexivos y no discriminantes para las mujeres.

Aparece como algo a destacar el hecho de que el Consejo de Igualdad y la CORDICOM puedan generar resoluciones vinculantes con los medios de comunicación. Esto ha sucedido en algunos casos en que no se ha tratado de manera adecuada el tema de lo GLBT o de las mujeres, sobre todo por los contenidos discriminatorios o cosificantes. Estas sanciones pretenden ir modificando las prácticas de los medios de comunicación, pero también se ha actuado en capacitaciones a través de talleres en temas de género, sin embargo, y como lo señala la entrevistada, esto no debe remitirse únicamente a los medios de comunicación sino a “una sociedad que debe cambiar y eso

⁶⁶ Tomado de: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_es.pdf. Recuperado el 16 de julio de 2017.

tiene que ver con la educación. (...) Esto pasa por la escuela, el colegio, la familia y la justicia. Es un cambio estructural”⁶⁷.

La entrevistada señala que EcuadorTV tuvo una buena propuesta de programación como medio público, sin embargo, considera que no es un medio muy sintonizado porque su contenido no es tan atrayente. Ante sus propuestas educativas o culturales, la respuesta de la sociedad no es la ideal, por lo cual la TV Pública debe plantear “nuevas formas de llegar a los públicos, de transformar sus formatos y que la sociedad también se modifique, que las escuelas alienten a los estudiantes a observar ese tipo de contenidos, a que les guste leer y se interesen por otro tipo de mensajes en los medios de comunicación Los medios públicos han intentado, pero no hay una sociedad que acompañe”⁶⁸, señala.

Al respecto, se necesita una política pública cultural, intersectorial e intercultural y multidimensional, que no se quede en lo comunicacional y en el que se integren varias instituciones de Estado con el fin de direccionar la atención de los ciudadanos hacia medios públicos con contenidos de calidad, en donde prime la inclusión y la no discriminación.

La TV Pública “debe involucrarse más con la ciudadanía, que visite otros espacios, otras comunidades, que se implique con la cultura, la sociedad y sus variadas costumbres, que trascienda el formato turista, sino el viajero que recoja y destaque la cotidianidad de las diversidades del país en una dinámica muy entrecruzada”⁶⁹, como destaca la entrevistada. Precisamente ese es uno de los objetivos que se trazan los Medios Públicos en Ecuador, acercarse a la ciudadanía abriendo espacios para que ésta se manifieste y aporte en el desarrollo de la sociedad en general y para alcanzar este objetivo, debe procurar que se fortalezcan los mecanismos de participación ciudadana como la producción conjunta e independiente, los consejos ciudadanos, la visita de territorios y las mesas redondas donde opinen los ciudadanos sobre su televisión pública.

⁶⁷ Entrevistada 8 (representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁶⁸ Entrevistada 8 (representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género) en conversación con el autor, junio de 2017.

⁶⁹ Entrevistada 8 (representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género) en conversación con el autor, junio de 2017.

4.3 Ciudadanizar los medios es una tarea conjunta

Si bien existen grupos ciudadanos que necesitan ser visibilizados en los medios de comunicación ya sea porque la historia los ha aislado al punto de la anulación o porque sus culturas particulares no generan rentabilidad en términos de lo mediático, existen otros sectores de la sociedad que pretenden y sienten que deben ser incluidos como parte de los contenidos que los medios de comunicación emiten.

Ni todo ciudadano blanco-mestizo, heterosexual u hombre está en los medios, muchos de ellos por no pertenecer a aquellas capas de poder de la sociedad se han visto relegados de participar en diferentes ámbitos, - políticos, económicos, culturales- y han tenido que ser parte, de una audiencia sin incidencia, de un proceso informativo donde no existe retroalimentación.

Aunque el Estado es el primer ente llamado a garantizar que estos espacios sean abiertos, principalmente en los medios públicos, los ciudadanos tienen la exigencia de apoderarse de ciertas herramientas ciudadanas que les permite incidir dentro de varias instituciones sociales, como en este caso específico, de los medios de comunicación. La tarea no ha sido sencilla; la disputa por incluir más a los ciudadanos dentro en la esfera pública ha sido una ardua labor que ha costado a quienes han impulsado esta visión una serie de disputas con aquellos poderes fácticos económicos y políticos que han sido hegemónicos y han controlado la institucionalidad del Estado.

Es a través de leyes y políticas públicas que el Estado busca garantizar la participación ciudadana en diferentes aspectos de la cotidianidad, empoderando a quienes en realidad son los mandantes y dotándoles de insumos que les permita ejercer de manera plena su condición de sujetos de derecho.

Dentro de este contexto, el Estado ecuatoriano a través de normativas como la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, la misma Ley Orgánica de Comunicación y el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, proveen a la ciudadanía de respaldos legales y constitucionales que normen y garanticen un gobierno transparente pero sobre todo, abierto a la participación y control de la ciudadanía.

Por ejemplo, la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública da a los ciudadanos la oportunidad de conocer y participar de lo que se refiere a la gestión de lo público, monitoreando lo que pertenece a todos los ecuatorianos, con datos abiertos y claros de la gestión de las autoridades y del uso de los recursos públicos. Esta normativa busca instituir mecanismos que permitan ese diálogo constante y operativo entre los distintos niveles de Estado y la ciudadanía, sus colectivos, sus organizaciones, los pueblos indígenas, afros y otros, para generar espacios de inclusión e intercambio equitativo de ideas. La Ley de Comunicación, por otra parte, tiene como objetivo principal regular y garantizar la democratización de la comunicación para todos los ecuatorianos, dictamina una repartición equitativa del espectro radioeléctrico para que todos los grupos sociales tengan segura la libertad de expresión.

Mientras tanto, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS), tiene como fin principal “promover el ejercicio de los derechos de participación y control social de lo público, la lucha contra la corrupción y la promoción de la transparencia, y designar u organizar procesos de designación de las autoridades que le corresponda de acuerdo con la Constitución y la Ley”⁷⁰. Esta institución pertenece a la función de Transparencia y Participación del Estado, en donde el ciudadano aparece, al menos en teoría, como el motor de su acción y la razón de ser de la misma.

Dentro de los diversos mecanismos que establece o regula el CPCCS para la participación ciudadana, se encuentra la conformación de Consejos Ciudadanos o Consejos Consultivos que funcionen como espacios adjuntos a ciertas instituciones públicas con el objetivo de revisar su trabajo; controlar su desempeño; garantizar que cumplan con los principios constitucionales y legales que las norman; y, proponer ejes de trabajo e ideas que mejoren su labor en pos del desarrollo social de los ecuatorianos. Como señala la página web del CPCCS, los Consejos Ciudadanos “son instancias sectoriales de diálogo, deliberación y seguimiento de las políticas públicas de carácter nacional y sectorial”.

4.4 El Consejo Ciudadano de Medios Públicos como instancia de participación ciudadana

El artículo 82 de la Ley Orgánica de Comunicación establece que necesariamente, los medios públicos deben contar con un consejo ciudadano, respondiendo a lo que determina la Ley de

⁷⁰ Tomado de: <http://www.cpccs.gob.ec/es/nuestra-institucion/>. Recuperado el 9 de julio de 2017.

Participación Ciudadana y la Constitución de la República. Este consejo ciudadano, según la ley, debe guiarse por principios deontológicos e independientes para realizar observaciones y recomendaciones al directorio de los medios públicos y que estos, de proceder, los acojan para brindar un mejor servicio a la ciudadanía.

El Consejo Ciudadano de RTVEcuador es un órgano de asesoría y consulta de los medios públicos, ejercerá sus funciones durante 2 años y se encuentra integrado por 7 miembros de la ciudadanía, un delegado de RTVECUADOR y uno del CPCCS, quienes evalúan y monitorean los contenidos de los Medios Públicos y serán protagonistas activos de la creación y construcción de propuestas de contenidos. Los 7 miembros principales y sus suplentes, provienen de áreas de la comunicación: cátedra, comunicación digital, radio, televisión, producción independiente y estudiantes. El organismo empezó sus funciones en agosto del año 2016 y actualmente se encuentra en la etapa de diagnóstico y ejecución de ciertas acciones relacionadas a las áreas que componen a los medios públicos.

Según el último borrador del Plan de Trabajo del Consejo Ciudadano de los Medios Públicos, que data del 21 de diciembre de 2016, el organismo trabajará en distintos componentes de los medios públicos. Estos son: Administración, gestión, producción independiente, radio, medios digitales, televisión y grupos de atención prioritaria.

En lo que se refiere específicamente a televisión, el objetivo principal que dicta el Plan de Trabajo es evaluar la programación de EcuadorTV a través de una serie de parámetros que incluyen:

- Análisis de los contenidos y programación que emite la Televisión Pública
- Análisis de los programas informativos y de opinión
- Análisis de los programas formativos y de entretenimiento

Respecto al trabajo alrededor de los “Grupos de atención prioritarios”, el Consejo Ciudadano analiza también las estrategias que proponen los Medios Públicos para incluir a estos sectores sociales en su programación. Con esto se busca incluir a aquellos sectores históricamente aislados.

Al momento, el Consejo Ciudadano no cuenta con resultados publicados en su micrositio dentro del sitio web www.mediospublicos.ec, tal como lo explican los cronogramas que detallan el trabajo. Según su vocal principal, los resultados están proyectados para fines de 2017.

Sin embargo, existen otras experiencias en cuanto a veedurías u organizaciones sociales dedicadas a evaluar todo aquello que se relaciona con la gestión de lo público. Dos de ellas son la Corporación Participación Ciudadana y el Observatorio Ciudadano para una Comunicación de Calidad; su trabajo y los resultados que han obtenido se detallan en próximas líneas.

El representante de la Corporación Participación Ciudadana, señala que esta organización civil no gubernamental fundada en 2002 con el propósito de observar y vigilar el proceso de elecciones de ese año, tiene como finalidad acompañar los procesos de sufragio en el país, fortalecer los mecanismos de participación y control social establecidos en la Ley de Participación y en el reglamento del CPCCS, el asesoramiento en la implementación institucional de la rendición de cuentas y el acceso a la información pública, así como el asesoramiento en pedidos de información pública por parte de ciudadanos.

Su trabajo se realiza a nivel de autoridades y ciudadanos, siempre tratando de unir ambas dimensiones con el fin de articularlos y fortalecer esos espacios en que la ciudadanía se apropia de lo público, de lo que le pertenece. Participación Ciudadana realiza un mapeo constante y se acerca a municipios e instituciones que se vean interesadas en la implementación de estos mecanismos que permitan acceder a los ciudadanos a su gestión.

En cuanto a lo que se refiere a la comunicación, Participación Ciudadana nunca estuvo de acuerdo con la existencia de la Ley de Comunicación debido a que en ella se estableció un andamiaje regulador, coartador de libertad de expresión y sin mayores propuestas o participación de los sectores ciudadanos. “Los medios de comunicación deben autorregularse a través de un gran código consensuado entre los medios, los grupos ciudadanos y el Estado, pero con preponderancia de las organizaciones ciudadanas”⁷¹.

⁷¹ Entrevistado 9 (representante de Corporación Participación Ciudadana) en conversación con el autor, junio de 2017.

En el caso de los Medios Públicos, la propuesta de esta organización es que estos deben ser transformados en públicos. Su visión es que éstos fueron netamente presidenciales, es decir, la relevancia de la figura del presidente Correa saturó los espacios de estos medios de comunicación. “Si el Medio Público cubre los Enlaces Ciudadanos del Presidente, debería cubrir los enlaces informativos del Alcalde de Quito, porque tan Estado es el Presidente de la República como lo es el Prefecto del Azuay”⁷², señala el entrevistado. Sin embargo, añade que su acción no está directamente vinculada a los derechos de comunicación, sobre todo porque no existen los recursos necesarios en la Corporación para hacer un monitoreo de contenidos, sino simplemente de publicidad.

En este contexto señala que su línea principal de acción al estar relacionada al tema electoral, ha evidenciado ciertas prácticas comunicativas en medios públicos que dan cuenta de la falta de equilibrio en el tipo de cobertura que se daba a los candidatos en campaña. El entrevistado señala que si bien todos los candidatos aparecían en la publicidad –porque así lo exige la ley-, no había el mismo tratamiento en cómo se los presentaba en los noticieros o espacios de opinión, el tratamiento no era igual. Participación Ciudadana pudo identificar que en EcuadorTV el candidato de Alianza País tuvo mayor tiempo de exposición durante sus noticieros, mientras que el principal candidato opositor, tuvo cobertura pero con un tono totalmente negativo, dejando implícito un mensaje de por quién votar y por quién no.

Este dato, aunque no sea el enfoque principal de esta investigación, recoge un criterio de qué tan equitativo es el Medio Público. En este caso, EcuadorTV no actuó igual en el tratamiento de la información, en la apertura a la diversidad de pensamientos y en el equilibrio de sus contenidos. Frente a esto, el entrevistado considera que la ley debe blindar al medio público de la injerencia del gobierno de turno o de cualquier grupo de poder, asimismo, el control ciudadano debe operar para que el andamiaje jurídico se implemente de manera adecuada.

Se confirma que se necesita generar independencia del medio público y el gobierno, ya sea a través de la normativa o de la propia regulación. Lo público puede verse amenazado no solo por

⁷² Entrevistado 9 (representante de Corporación Participación Ciudadana) en conversación con el autor, junio de 2017.

la falta o por la mínima participación ciudadana, sino también por la exhibición de líderes o figuras políticas a modo de propaganda.

Por su parte, un organismo especializado en temas comunicativos y principalmente de contenido es el Observatorio Ciudadano para una Comunicación de Calidad. Uno de los miembros de esta organización destaca la necesidad como ciudadanos de agruparse para vigilar el correcto cumplimiento de la Ley de Comunicación en los medios. Con ese objetivo, se articuló a cierta cantidad de personas en casi todas las provincias y en el CPCCS se legalizó este consejo ciudadano independiente.

Otra de sus metas es mostrar a la ciudadanía que existen herramientas para hacer prevalecer sus derechos comunicativos, que se empodere y que sepa que a través de la organización pueden exigir contenidos de calidad a los medios de comunicación. En el futuro, el entrevistado indica que quieren “contar con más veedurías en otras leyes y con personas que puedan asesorar en cuanto a derechos de comunicación”⁷³.

Este observatorio es de puertas abiertas, tiene apertura ante cualquier ideología y sus canales de comunicación están disponibles para todos los ecuatorianos que requieran participar en él y aportar ideas para conseguir un mejoramiento de la calidad en los medios de comunicación. Sin embargo no ha tenido ninguna vinculación con los Medios Públicos, no han mantenido reuniones para trabajar articuladamente ni se han acercado de ninguno de los lados para establecer una hoja o plan de trabajo.

La articulación de los medios públicos con este tipo de colectivos ciudadanos aparece como algo fundamental para que cumplan con el servicio público de la comunicación. Así como la empresa pública de agua potable debe acercarse al territorio y hacer un diagnóstico del estado del servicio, un medio público debe acercarse a quienes son sus “dueños”, como Lenin Flores manifiesta, “falta mucho aún, los medios no solo deben esperar que el ciudadano llegue y les busque, sino que las instituciones salgan al territorio y sepan lo que sucede en cada espacio donde hay

⁷³ Entrevistado 8 (representante del Observatorio Ciudadano para una Comunicación de Calidad) en conversación con el autor, junio de 2017.

diferentes dinámicas que los caracterizan”⁷⁴.

La articulación de la ciudadanía, sea organizada o no, con los medios de comunicación de servicio público es el punto neurálgico del sentido de lo público en estas instituciones. Si se entiende que la televisión tiene un papel central en la sociedad ecuatoriana y latinoamericana, para generar debate, modificar patrones sociales, influir en las audiencias, entonces se vuelve primordial que los formatos televisivos incluyan más a la ciudadanía, que ésta se identifique con lo que ve en televisión y que el Estado, que es quien propone este proyecto y lo solventa, tenga la capacidad de garantizar su correcto funcionamiento y su implicación con los ciudadanos, logrando que la calidad de la comunicación mejore y sirva para formar sujetos empoderados.

⁷⁴ Entrevistado 8 (representante del Observatorio Ciudadano para una Comunicación de Calidad) en conversación con el autor, junio de 2017.

Conclusiones

No existe una sola definición de lo que es un medio público. Responden a las realidades que existen en el mundo. Algunos fueron dueños de todos los espacios hasta la apertura a los medios privados, otros más recientes se están consolidando y han tomado diferentes caminos según lo que la sociedad en que se asientan les exige.

No hay ninguna regla que establezca como una obligación la existencia de los medios públicos. Es la visión de país y la voluntad política, las bases en que éstos se apoyan. En el caso ecuatoriano, el gobierno de Rafael Correa vio necesario disputar espacios en el sistema mediático del país, enfrentándose así a aquellas grandes empresas comunicativas de pertenencia familiar y que con el tiempo mutaron en grandes corporaciones multimedios.

Por un lado, uno de los pilares de los medios públicos en el Ecuador es el político; constituirse como un contrapeso al pensamiento único de los medios privados, abrió el debate y la constante discusión entre dos polos de pensamiento, en donde los Medios Públicos se apegaron a ciertas posiciones relacionadas al Estado, que a final de cuentas permitió su creación. Esto generó una serie de respuestas desde los medios privados para posicionarse frente a los públicos y al gobierno que los respaldaba, dando la oportunidad a los ciudadanos de elegir, por primera vez, un medio con una posición diferente a la que históricamente había tenido en el espectro informativo.

En este contexto, la señal televisiva de los Medios Públicos, EcuadorTV adquirió una posición muy importante en medio de este interminable debate. La fuerza que imprimió a sus noticieros, mayoritariamente favorables al oficialismo ha sido una de las marcas más importantes de su accionar en la sociedad ecuatoriana. Sin embargo, su proyecto pretende abarcar mucho más que eso, en donde la política partidista pase a un segundo plano y sus contenidos generen una serie de valores ciudadanos en contraposición a la programación poco estructurada de los medios privados.

EcuadorTV, como cabeza visible de los Medios Públicos, se enmarca, al menos en lo que señalan sus objetivos, en un proyecto de televisión ciudadana, inclusiva, de amplio acceso, intercultural, es decir, su matriz es a primera vista antihegemónica, alternativa y cultural.

Bajo este panorama, se pueden analizar los datos empíricos que se han recogido en esta investigación. El testimonio de ciudadanos relevantes y representativos de diferentes sectores sociales permite una mirada más amplia de cuál es la percepción alrededor del trabajo de los Medios Públicos y de EcuadorTV. Además, las opiniones y datos proporcionados por quienes formaron parte de esta institución en cargos directivos, permite entender a profundidad el proyecto de los Medios Públicos dentro de este nuevo mapa de medios de comunicación.

Frente a esto, se habían propuesto las siguientes hipótesis:

- 1.- Los medios públicos redefinen lo público al constituirse como espacios de participación ciudadana.
- 2.- La construcción de la agenda de los medios públicos responde a procesos de participación ciudadana.
- 3.- Los mecanismos de participación de EcuadorTV han sido suficientes para generar contenidos participativos, equitativos, culturales e inclusivos.

A primera vista y de manera general, se puede mencionar que los Medios Públicos del Ecuador tienen como meta ser un puntal de los derechos comunicativos de los ecuatorianos. Su sola existencia da lugar a la necesidad de discutir de manera más profunda la democratización de la palabra, la concentración de medios, la televisión pública, el acceso equitativo y justo a los medios de comunicación y el rol de lo público frente a la arremetida de los medios privados. Aún así, falta mucho por mejorar. Desde la visión de quienes fueron entrevistados en esta investigación, el esfuerzo es digno de reconocer, sin embargo, falta mucho por hacer en temas de independencia del medio, imparcialidad, producción independiente, acción e incidencia ciudadana, comunicación intercultural, inclusión de grupos históricamente excluidos y sustentabilidad del proyecto de medios públicos.

Tal como menciona Mastrini (2011), haciendo referencia a los servicios de radiodifusión europeos, un medio de servicio público tiene tres misiones fundamentales: informar, educar y entretener. Si bien este es el modelo que se popularizó como el “deber ser”, son los contextos y los propios objetivos los que definen al medio. RTVEcuador tomó estos parámetros como referencia de su- propio modelo, proponiéndose construir un medio ciudadano, educativo, de

valores e intercultural.

Además, el análisis deja otras conclusiones:

Los Medios Públicos en Ecuador transformaron el sistema mediático al ubicarse entre los medios privados que abarrotaban el mercado y que pertenecían a pocas familias o grupos empresariales, lo cual se traducía en poca democratización de la información y la comunicación, el apareamiento de minorías era escaso o prácticamente inexistente. Con la creación de los Medios Públicos, se abre un nuevo panorama comunicativo, con una potencialidad de acceso y participación enorme, sin embargo, ciertos elementos han limitado o impedido hacerlo de manera integral, aunque los avances han sido importantes.

Históricamente, Ecuador ha visto cómo los medios privados han actuado como dueños del espectro radioeléctrico, a pesar de que le pertenece al Estado. Además se han apoyado en gobiernos ligados a ellos para dominar el mercado y prohibir regulaciones de todo tipo que vayan en contra de su ejercicio. Amparados en su concepto de libertad de expresión, estos medios han determinado “el contenido de las opiniones e informaciones y de impartirlas, sin censura previa, y en el mercado como regulador de los mecanismos de control propietario de los medios de comunicación social” (Sunkel y Geoffroy 2001, 13). Es así que, la introducción de los medios públicos en este complejo mapa, hace mucho más que garantizar un nuevo espacio público simbólico, también disputa la prevalencia de lo privado sobre lo que pertenece a todos: el espectro radioeléctrico y la posibilidad de expresión para los ciudadanos comunes.

La filosofía de la empresa RTVEcuador que se muestra como inclusiva, participativa e intercultural, cumple en cierta medida con lo que propone. Los mecanismos y espacios de participación que se han abierto para la ciudadanía si bien son avances importantes, no logran aún darle un giro total a la manera de entender la función del ciudadano en la construcción de medios públicos. Si bien disputan esa falta de acceso que se observa en los medios de comunicación privados, la falta de fórmulas creativas termina por reproducir ciertas dinámicas comerciales que caen en reduccionismos o exotismos de sectores minoritarios de la población.

Sin embargo, con su aparición se ha redefinido el espacio público mediático del país al introducir

nuevos actores y nuevos métodos de crear contenidos que habitualmente eran nulos durante el monopolio de los medios privados. Este rediseño del espacio público abre una nueva etapa en la era de lo mediático en Ecuador, desde la cual, se pueden fortalecer e idear nuevas maneras de comunicar con tonos más incluyentes y equitativos, que no dejen por fuera las diferencias y que recojan más bien, la diversidad de sociedades como la ecuatoriana.

El hecho de que el gobierno de Rafael Correa diera paso a la creación de los Medios Públicos, es sin duda un avance, al entender que en un sistema tan concentrado y unidireccional en sentidos de tendencia política, proponer una alternativa ante los medios privados es destacable.

Sin embargo, el Estado ha ido más allá de una simple regulación, es así que la instrumentalización de estos medios, especialmente de la televisión –EcuadorTV- afectó de manera sustancial al propósito de ser un espacio de diversidades y participación de todos los sectores del país, como mencionan la guía editorial del canal y los objetivos de la institución. Esto no solo afectó la manera de contar las historias o de presentar las noticias, sino que también tuvo un impacto en otros contenidos, sobre todo en aquellos de tinte intercultural en el momento en que el gobierno entró en disputa con grupos y organizaciones indígenas como la CONAIE, la CONFENIAE, entre otras.

Esto se evidencia cuando tres de los entrevistados pertenecientes a los pueblos indígenas y afroecuatorianos señalan que los espacios de EcuadorTV no recogen las problemáticas ni la realidad integral que viven. Esta omisión puede entenderse como algo, a primera vista, sin intención, sin embargo, cuando se señalan las confrontaciones entre los grupos dirigentes y las instancias gubernamentales, se puede dar cuenta de la intencionalidad en el medio de comunicación de no mostrarlo. Esto pasó por ejemplo, en temas de explotación petrolera o minería, que afectaban directamente a territorios habitados por indígenas que se enfrentaron con las autoridades y con su brazo armado, la Policía Nacional o el Ejército.

Otra de las limitaciones de EcuadorTV para convertirse en un espacio de apropiación ciudadana, es haberse quedado en varias ocasiones, en el contenido exotizante, en donde prima lo colorido y folclórico como únicas dimensiones de la cultura de las nacionalidades del país. Es primordial conocer a quien forma parte de estas culturas, entender sus capacidades y su realidad, construir

los mensajes a partir del reconocimiento de sus diferencias y del respeto a su identidad, como señala Edine Affaya: “La interculturalidad no se traduce en los hechos más que en y gracias a una verdadera ética de la tolerancia” (Afaya 1997, 37).

A pesar de ciertos esfuerzos señalados por el entrevistado que fue parte de EcuadorTV sobre los intentos de incluir contenido diferenciado que responda a las necesidades de estos grupos, el presupuesto o la poca capacitación influyeron para que estos proyectos fracasen o no alcancen el resultado esperado.

El punto anterior da cuenta de la necesidad de que las políticas de comunicación sean integrales, que vayan mucho más allá de la existencia del medio. En un primer momento, como señala Anna Bizberge, la búsqueda de regulación de los medios surgió mediante:

Un esquema de confrontación en los discursos y medidas concretas hacia los medios comerciales e incluso sus integrantes (dueños, periodistas, etc.). El énfasis está puesto en la regulación de contenidos así como en la concentración de la propiedad de los medios y se complementa con el uso de fondos públicos para pauta oficial, la utilización de los medios públicos como medios de propaganda oficial y la creación o fortalecimiento de medios comunitarios como aliados de la lucha por la hegemonía política e informativa (AAVV 2014, 14).

Aparece como algo necesario que el medio sea sustentable en términos económicos y para ello, el Estado debe buscar las alternativas de financiamiento que permitan la estabilidad del medio. En Ecuador, según la Ley Orgánica de Comunicación, los medios públicos deben financiarse a través de recursos propios generados por publicidad, de donaciones o contribuciones y desde luego, por el aporte del Estado; pero para lograr este propósito, el contenido debe ser lo suficientemente atractivo para que genere interés, fidelidad y llame a las empresas públicas y privadas a pautar en estos medios. Además y como un pilar de la sustentabilidad, el Estado está obligado a trabajar en otros campos de la comunicación, como por ejemplo, la producción audiovisual independiente, que dote de contenido a los medios, especialmente a EcuadorTV, generando contenido diferenciado, incluyente pero sobre todo, de calidad.

Otro punto que puede considerarse para investigaciones futuras es la formación profesional en

comunicación, que es una de las áreas donde ha intervenido el Estado, puede erigirse como uno de los puntales para que los Medios Públicos ganen en términos de calidad y esto se traduzca en beneficio de sus audiencias

Si bien los Medios Públicos tienen varios mecanismos de participación ciudadana establecidos por la Ley de Comunicación (Consejo Ciudadano, Consejo Editorial), es importante que se apoyen en otras figuras existentes en la Ley de Participación Ciudadana, como las veedurías ciudadanas o la silla vacía. Esto debido a que los consejos requieren el cumplimiento de ciertos requisitos de tipo formal y académico, esto también aparece como una limitante para ciudadanos que tienen interés en participar en la construcción de contenidos e incidir en la programación de los medios, sin embargo, por diferentes razones no tienen estudios en comunicación, no han estado ligados directamente al campo o simplemente no están asociados a ningún colectivo ciudadano o movimiento social.

Estos mecanismos de potencial participación deben ser mejorados y trabajados para incluir a la mayoría de ciudadanos que les sea posible o que tengan interés en acceder. Tomando en cuenta que un medio público pertenece a todos los habitantes de un colectivo y su participación incide en él, se transforma en un espacio de debate y diálogo, una resignificación potencial de esfera pública donde la interacción entre iguales tenga como objetivo un fin de entendimiento. Hay que hacer entonces, de estos espacios una verdadera esfera pública de acceso libre, como señala Arendt (2009): “La esfera pública, siempre indesligable de los conceptos de libertad y distinción, se caracteriza por la igualdad” de quienes acceden a ella.

Para esto es pertinente que las autoridades de los Medios Públicos se articulen de mejor manera con la ciudadanía, que se acerquen a los territorios generen dinámicas complejas que vayan más allá de recabar datos para emitirlos en sus programas.

Hay que revolucionar los formatos, construir los mensajes y los contenidos desde abajo -entiéndase los ciudadanos-, recogiendo la integralidad de las experiencias que las personas tienen que contar. Acercar al público a los personajes que cuenten las historias, que no sean solo una representación sino que exista una verdadera identificación que genere compromiso ciudadano de aportar de manera participativa a construir un medio que al final de cuentas pertenece a toda la

población.

Adaptar el lenguaje a uno que genere cercanía de los ciudadanos con el medio es fundamental. Las formas de expresarse que se refieran a lo cultural, a la condición de ecuatoriano, de indígena, de negro, de mujer, etc., deben estar pensadas de manera inclusiva, con códigos comunes, afines a la realidad y a la historia de cada sector social.

La construcción de espacios interculturales destinados a visibilizar a aquellos pueblos históricamente olvidados deben recoger, como lo señalan varios de los entrevistados, aquellas luchas que les ha permitido insertarse en la opinión pública; que no todo sea folklore, sino la generación de noticia, que se hable de estos grupos en términos de iguales y que desde luego, su participación constante en los mensajes que traten sobre sus pueblos. “La interculturalidad sólo será posible, por tanto, cuando diferentes culturas se encuentren en equidad de condiciones para el intercambio de recursos materiales y simbólicos de su propia cultura” (Guerrero, 2010: 250). De esta forma, cuando existan los espacios de intercambio equitativo, se podrá pensar en una verdadera comunicación intercultural.

Si bien el Consejo Ciudadano debe realizar una labor exhaustiva en cuanto al monitoreo del trabajo y el contenido de EcuadorTV y los Medios Públicos en general, debe ser de su competencia el generar vínculos entre el medio y los ciudadanos. Seminarios, mesas redondas, espacios de diálogo donde las personas puedan dar su retroalimentación sobre lo que está recibiendo del medio de comunicación y que ese trabajo coordinado sea vea reflejado en un mejoramiento continuo, para que cada vez más la televisión pública se acerque a sus postulados de calidad, educación en valores e interculturalidad.

Trabajar en fuentes de financiamiento aparece como uno de los primeros puntos a cubrir de parte de los Medios Públicos y EcuadorTV, la sostenibilidad del sistema es imperativo para mantener aquella alternativa comunicativa en el mapa de medios del Ecuador. Que el Estado apoye a través de políticas públicas y de todo un aparataje legal que blinde la existencia de estos medios es un deber a cumplir, limitando la posibilidad de que los medios privados vuelvan a tomar el control de la comunicación y de la palabra en el país. A través de leyes que promuevan la desconcentración de las empresas mediáticas, se puede ir fortaleciendo el sistema en que existan

más alternativas para informarse.

Desde luego, la existencia de medios comunitarios es fundamental dentro de este panorama, y que éstos, puedan articularse con los medios públicos de alcance nacional para así sentirse respaldados y dar paso a encadenamientos comunicativos donde la noticia esté en el territorio y se acabe con la centralización de la comunicación.

El análisis propuesto si bien da ciertas luces sobre cómo funcionan los medios públicos en Ecuador, el impacto que han generado en el país y el debate que abren frente a los medios privados, abre nuevas interrogantes y perspectivas que pueden ser tomadas como referencia en futuras investigaciones.

Uno de estos elementos y que no fue ampliamente abordado en esta investigación, ya que no era el punto central, es el que se refiere el financiamiento de los medios públicos. Como ya se ha indicado, la normativa establece los mecanismos para la sostenibilidad del medio, sin embargo, según datos extraoficiales, el Estado sigue siendo el mayor aportante con un monto aproximado de cien millones de dólares al año. Una de las líneas de investigación a considerar a futuro, es el impacto que tiene determinada programación sobre el ingreso de pauta publicitaria privada el monto que esto podría representar para la empresa de medios públicos. Dentro de esto es importante diferenciar el papel de EcuadorTV como generador de recursos, ya que su centralidad, le permite crear mayor rentabilidad que la Radio Pública o ANDES.

También hay que tomar en cuenta, que esta investigación no abarca el momento posterior a la fecha de fusión de los Medios Públicos, en donde se consolida una empresa única con EcuadorTV, Radio Pública, ANDES, El Telégrafo y El Tiempo de Cuenca. Esto desde luego, genera nuevas dinámicas financieras y editoriales, lo cual no se ha contemplado en este análisis.

Además, cabría la posibilidad de estudiar las nuevas dinámicas que han aparecido en los Medios Públicos del Ecuador. Bajo una nueva administración, la línea editorial ha cambiado de manera evidente; las acciones del nuevo gobierno de Lenín Moreno le han dado un giro a los objetivos de estos medios, sobre los cuales su gerente general dijo que buscaría que “los medios públicos sean autosustentables” y que se propondría una ley de Medios Públicos. Esto sin duda incidirá en

la forma de actuar de estos medios, además no se han especificado las propuestas alrededor de lo intercultural ni se han mencionado nuevos mecanismos de participación tampoco.

De esta forma, se da lugar a la posibilidad de abrir nuevas vías de investigación, las nuevas lógicas de trabajo en los Medios Públicos abren nuevos debates y nuevas disputas. Además, reconfiguran la comunicación mediática y política del país, donde los antiguos actores principales de estos medios han pasado a un segundo plano y han sido reemplazados por otros que en el pasado tenían espacios limitados, principalmente en programas de opinión e informativos.

Otra de las interrogantes que aparecen como algo relacionado, es el tema de la producción independiente como mercado de productos audiovisuales para los medios de comunicación y especialmente para los medios públicos, ya que éstos le pueden dotar de material cultural, educativo y con un lenguaje propio del país.

En cuanto al aporte de esta investigación en el campo académico, se puede señalar que el campo aún no ha sido muy estudiado en detalle, si bien hay ciertos acercamientos a las causas políticas de su creación y a ciertos aspectos particulares de las dinámicas de estos medios, es interesante incluir voces ciudadanas que den cuenta de la percepción sobre los Medios Públicos y el caso específico EcuadorTV.

De igual manera, esta investigación abre nuevas guías para seguir estudiando este tema. El cual abre el debate sobre la democratización de la comunicación en el país y cómo los ciudadanos ecuatorianos se encuentran en capacidad de exigir que se respeten sus derechos comunicativos, entre ellos la participación y el acceso garantizado a los medios de comunicación, en donde se reflejen sus formas de ver y entender el mundo.

Finalmente, este pretende ser un acercamiento a un amplio campo por descubrir para autoridades estatales y de medios, que les dé luces sobre lo que significa construir un medio público y la implicación ciudadana que debe tener para fortalecer la democracia participativa en el país.

Lista de referencias

AAVV. 2014. *Medios y gobiernos latinoamericanos en el S.xxi: Las tensiones de una compleja relación*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales UBA. Edición en PDF.

Arendt, Hanna. 2009. *La condición humana*. 1º Edición, 5ta reimpresión, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina. Edición en PDF.

Arendt, Hanna. 1997. *¿Qué es la política?* Barcelona: Ediciones Paidós.

Barbier, Frédéric y Bertho Lavenir, Catherine. 2007. *Historia de los medios: de Diderot a Internet*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Becerra, Martín. 2014. *Medios de comunicación: América Latina a contramano*. Nueva Sociedad, N° 249, enero–febrero 2014.

Béistegui, Dolores. 2005. *Entre medios públicos y medios de los poderes del Estado*. México: Instituto Mexicano de la Radio. Recuperado de <http://www.juridicas.unam.mx/sisjur/informac/pdf/4-143s.pdf> el 14 de julio de 2016.

Bizberge Anna, De Charras Daniel y Mastrini Guillermo. 2012. *Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*. Buenos Aires: La Crujipia.

Bourdieu, Pierre. 2001. *El campo político*. La Paz: Plural. Pp. 9-51

Candón Mena, José Ignacio. 2012. *Ciudadanía en la Red: poder y contrapoder en los medios de comunicación*. Universidad de Sevilla. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/41039/39286>, 3 de febrero de 2016.

Chavero, Palmira. 2015. “Intervención del Estado en Comunicación: políticas públicas para la democratización de la comunicación. Aproximación al caso de Ecuador”. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*. Vol. 4, Núm. 8, 3-25.

Constitución del Ecuador. 2008. Asamblea Nacional del Ecuador en http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

- Eddine Affaya, Mohammed. 1997. "Lo intercultural o el señuelo de la identidad". En *Afers Internacionals*. Pp. 23-38.
- Exeni, José Luis. 1998. "Las PNC: latinoamericano atrevimiento". En *Políticas de comunicación*. La Paz: Fundación Plural.
- Ferrajoli, Luigi. 2004. "Libertad de información y propiedad privada. Una propuesta no utópica". En *Carbonell, Miguel (comp.) Problemas contemporáneos de la libertad de expresión*. México: Editorial Porrúa. Pp. 129-158.
- Follari, Roberto. 2010. *La alternativa neopopulista. En El reto latinoamericano al republicanismo liberal*. Rosario: Homo Sapiens.
- Grimson, Alejandro. 2001. *Interculturalidad y comunicación*. Editorial Norma.
- Guerrero, Patricio. 2010. "La interculturalidad solo será posible desde la insurgencia de la ternura". En *Corazonar, una antropología comprometida con la vida*. Quito: ABYA YALA. Pp. 239-282.
- Habermas, Jürgen. 1994. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. Versión en PDF.
- Hallin, D. y Mancini, P. 2002. "Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective". En: *Media, Culture & Society (24)*. PP: 175-195.
- Hallin Daniel y Papathanassopoulos Stylianos. 2003. *Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective*. San Diego: University of California.
- Hernández, Daneil y Reina, O. 2010. "Elementos para una definición de una política de Información y Comunicación de Estado". En *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas*. Buenos Aires: CLACSO.
- Linares, A. 2016. *Los modelos de medios públicos en Uruguay, Paraguay y Brasil*. Derecom, 20,

97-114. Disponible en <http://www.derecom.com/derecom/>, recuperado el 6 de agosto de 2016.

Mastrini, Guillermo. 2011. “Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina”. En *Portalcomunicación.com*. Recuperado el 13 de abril de 2017.

Mignolo, Walter. 2000. *Local Histories/Global Designs. Coloniality, Subaltern Knowledges and Border Thinking*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Mosco, Vincent. 2006. “La Economía Política de la Comunicación. Una actualización 10 años después”. En *Cuadernos de Información y Comunicación. Vol. 11*. Universidad Complutense de Madrid.

Ojer, Teresa. 2009. “El modelo de financiación de la BBC”. En *Revista Comunicación y Sociedad*. Vol XXIII. N. 1. España.

Ortiz Crespo, Santiago. 2003. *El proceso de participación para el desarrollo local de Cotacachi, 1996 – 2003*. Maestría en Políticas Públicas; Quito: FLACSO. 214 p.

Oviedo, Enrique y Abogair, Ximena. 2002. “Participación ciudadana y espacio público”. En *Espacio público, participación y ciudadanía*. Santiago de Chile: Ediciones SUR. PP. 27-46.

Pardo, Neyla. 2012. “Construcción de opinión pública: preservación y normalización de la dependencia”. En *Medios, opinión pública y democracia*. Bogotá: Universidad San José de Caldas. Pp. 154-188.

Pasquali, Antonio. 1991. “¿Qué es una radiodifusión de servicio público?”. En: *El Orden Reina*. Caracas: Monte Ávila.

Quijano, Anibal. 1997. *Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina*. Anuario Mariateguiano 9. No. 9: 113-21.

Rabotnikof, Nora. 1997. *El espacio público y la democracia moderna*. México: Instituto Federal Electoral. Vol, 1. Edición en PDF.

Ramos, Isabel. 2013. “Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación

en Ecuador” (Dossier). En *Íconos. Revista de Ciencias Sociales. Medios, populismo y poder*. FLACSO Sede Ecuador. Quito: pp. 67-82. ISSN: 1390 -1249.

<https://doi.org/10.17141/iconos.46.2013.133>, recuperado el 19 de septiembre de 2016.

Ramos, Isabel y Sierra, Francisco. 2014. “Economía política y políticas democráticas de comunicación en América Latina” (Dossier). En *Íconos. Revista de Ciencias Sociales. Economía política y políticas democráticas de comunicación en América Latina*, 18(49): 9-12. ISSN: 1390-1249.

Retis J. y Walzer E. 2007. “Modelos de servicio público en Europa: Análisis comparativo de TVE y BBC”. En: *Comunicar, Revista científica de Educomunicación*. N. 31. V. XVI. Págs. 715-726.

Rodríguez Gómez, Gregorio. 1996. *Cómo hacer investigación cualitativa*. Páginas 197 a 218.

RTVEcuador E.P. 2013. *Guía Editorial servicios informativos de Radio y televisión públicas del Ecuador*. Disponible en:

http://www.rtvecuador.ec/documentos/1403903876.GUIA_EDITORIAL.pdf. 2º Edición.

Safar, E., y Pasquali, A. 2006. “La radiotelevisión pública en Venezuela”. En *UNESCO, Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*. San José de Costa Rica: Oficina de UNESCO para América Central. 287 págs.

Sotelo González, Joaquín. 2016. *Medios de comunicación en América Latina: Entre el mercado y la política*. Opción 32. 141-165.

Sunkel, Guillermo y Geoffroy, Esteban. 2001. *Concentración económica de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Editores independientes. 1º Edición.

Tremblay, Gaëtan. 1988. “La noción de servicio público”. En: *Telos 14* (junio-agosto de 1988). Págs. 57-63.

UNESCO, *Medios Comunitarios y Públicos*. Montevideo, Uruguay: tomado de <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de->

los-medios/medios- publicos-y- comunitarios/, recuperado el 16 de septiembre de 2016.

Walsh, Catherine y Juan García. 2002. “El pensar del emergente movimiento afroecuatoriano. Reflexiones (des)de un proceso”. En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. Pp: 317-326.