

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

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

**LA NOCIÓN DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN EL TRATAMIENTO
PERIODÍSTICO DEL DEBATE DE LA LEY ORGÁNICA DE
COMUNICACIÓN, EN LOS DIARIOS EL COMERCIO Y EL UNIVERSO**

PRISILA CARMEN SALAZAR DALGO

ENERO 2015

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

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

LA NOCIÓN DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN EL TRATAMIENTO
PERIODÍSTICO DEL DEBATE DE LA LEY ORGÁNICA DE
COMUNICACIÓN, EN LOS DIARIOS EL COMERCIO Y EL UNIVERSO

PRISILA CARMEN SALAZAR DALGO

ASESORA DE TESIS: ISABEL RAMOS

LECTORES:
SUSANA SEL
PAÚL BONILLA

ENERO 2015

DEDICATORIA

A Dios porque siempre ha guiado mis pasos y con el pasó del tiempo he descubierto que sus senderos son extraños, pero que al final siempre me depara algo mejor.

A mis padres, por su infinito amor y confianza.

A mi esposo y mi hijo, que son mi razón de lucha en la vida.

A mis maestros.

Por permitirme descubrir un mundo diverso dentro de la académica y especialmente a Isa Ramos por su confianza en esta investigación.

Prisila.

AGRADECIMIENTOS

Principalmente quiero agradecer a todos mis maestros en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, porque de cada uno pude aprender y abrir la ventana del conocimiento en mi vida. Mi más profundo agradecimiento a Mónica Cárdenas, por su constancia y apoyo para no desistir de este proyecto planteado hacia ya dos años atrás y que ahora lo vemos cristalizado juntas.

Mil Gracias,
Prisila.

ÍNDICE

Contenido	Páginas
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
Diseño metodológico.....	12
Unidades de análisis.....	12
Muestra.....	13
Libro de códigos.....	13
Estado del Arte.....	14
CAPÍTULO I	21
MEDIOS DE COMUNICACIÓN – PRENSA LIBERAL- AGENDA SETTING	21
Teoría de sistemas.....	21
Agenda setting.....	27
Las tres agendas: agenda de los medios, agenda pública y agenda política.....	28
Agenda de medios.....	29
Agenda pública.....	30
Agenda política.....	31
Funcionamiento de la <i>Agenda Setting</i>	32
Posicionamiento de temas.....	33
Temporalidad de temas.....	33
Orientación.....	34
Segundo nivel de la agenda setting: atributos – contenido.....	35
Encuadre.....	36
Periodismo liberal y estructura mediática.....	37
Los medios de comunicación como actores políticos.....	42
CAPÍTULO II	45
ANTESCEDENTE MEDIÁTICO – LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	45
Retrospectiva.....	45
Retrospectiva de la Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador.....	48
Intentos y propuestas de Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador.....	51
Poder Público versus medios de comunicación privados.....	54

Consulta Popular: Un SI por el Consejo de Regulación.....	58
Referente de los organismos nacionales e internacionales oponentes a la Ley Orgánica de Comunicación.....	59
Organismos nacionales.....	59
Identidad de grupos familiares vinculados a los medios de comunicación.....	62
Grupos financieros.....	63
Organismos internacionales.....	63
Defensa y ataque de los medios de comunicación.....	65
CAPÍTULO III.....	68
ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN.....	68
Análisis diarios El Comercio y El Universo.....	68
Libertad de expresión.....	69
Ley Orgánica de Comunicación.....	73
Juicio diario El Universo.....	76
Descripción de páginas y portadas relevantes.....	78
Mayo. Insertos y anuncios.....	78
Espacios de opinión.....	82
Portadas.....	84
CAPÍTULO IV.....	87
REFLEXIONES FINALES.....	87
BIBLIOGRAFÍA.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Voceros – Libertad de expresión.....	71
Tabla 2. Voceros - Ley Orgánica de Comunicación.....	74
Tabla 3. Voceros – Juicio Diario El Universo.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. El papel del establecimiento de la agenda.....	31
Gráfico 2. Encuadre periodístico. Tono valorativo Diario El Comercio.....	72
Gráfico 3. Encuadre periodístico. Tono valorativo Diario El Universo.....	72
Gráfico 4. Encuadre, Diario El Comercio.....	75

Gráfico 5. Encuadre, Diario El Universo.....	75
Gráfico 6. Encuadre, Diario El Comercio.....	77
Gráfico 7. Encuadre, Diario El Universo.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ejemplo de páginas internas - Libertad de expresión.....	79
Figura 2. Insertos del Diario El Universo.....	80
Figura 3. Publicaciones en editoriales.....	81
Figura 4. Cuadrilla del Diario El Universo.....	82
Figura 5. Páginas de opinión.....	83
Figura 6. Cartas al Lector.....	84
Figura 7. Portadas unificadas.....	85
Figura 8. Portadas vacías.....	86

RESUMEN

En el 2010 se abre la posibilidad de que el Ecuador cuente con una Ley Orgánica de Comunicación que regule, vigile y garantice los derechos de la comunicación. A partir de esta propuesta del Ejecutivo se abre un conflicto medios – Gobierno.

Los diferentes debates públicos fueron tomando fuerza y los medios de comunicación privados generaron influencia en sus publicaciones diarias. Para el 2011 el tema presentaba una fuerte injerencia mediática, los recursos utilizados en una primera instancia se basaron en la persecución política que sentían algunos periodistas y posteriormente escaló hasta llamar a la Ley “mordaza”.

Como hipótesis principal sostenemos que estos diarios con mayor circulación en el país, ejecutaron una campaña mediática a través del uso discursivo de la noción de libertad de expresión en el tratamiento periodístico de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2011.

La investigación pretende, dar cuenta, sobre el rol hegemónico y político de los medios de comunicación. Sus estrategias discursivas se basaron en libertad de expresión, libertad de prensa y la objetividad periodística, dichas categorías sirvieron para liderar los espacios informativos.

Sin embargo, la campaña mediática sobrepasó los espacios informativos y se elevó el perfil de ciertas fuentes y voceros internacionales, creación de insertos, réplicas de contenido informativo entre los dos medios, entre otros recursos para evitar la regulación.

Para poder determinar sus acciones mediáticas, conceptualmente y metodológicamente se utilizó a la teoría de *agenda setting* que permite mostrar las formas en que los medios jerarquizan la información y como sus atributos causan efectos en la opinión pública.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se abrieron múltiples espacios de reflexión sobre el rol de la prensa y las formas que pretende ingerir en la vida política del país, de tal forma, que se estudiará a profundidad las campañas mediáticas que se utilizaron en oposición a la propuesta de Ley Orgánica de Comunicación. Para demostrar esta apreciación se ha seleccionado a dos de los periódicos escritos de mayor tiraje y circulación en el Ecuador como son: El Comercio de Quito y El Universo de Guayaquil, razón por la que es necesario mencionar sus antecedentes históricos:

El Comercio, es un diario matutino ecuatoriano con sede en la ciudad de Quito, fundado por los hermanos César Mantilla Jácome y Carlos Mantilla Jácome el 1 de enero de 1906, bajo el lema: “Diario de la Mañana”, luego fue bautizado como “Diario Independiente” y en la actualidad se lo denomina “El Comercio”. Este diario es el más grande de la ciudad y uno de los más grandes del país; su ámbito de distribución es nacional e internacional, su formato es estándar, se difunden 100.000 ejemplares entre lunes y viernes, 120.000 ejemplares los sábados y 180.000 ejemplares los domingos.

Es un diario de circulación diaria y entre sus secciones se encuentra: Información General, Política, Economía, Quito, Sucesos, Cultura, Sociedad, Ecuador, Deportes, Construir, Agromar, Mundo, Lunes Deportivo, Ciencia y Tecnología y Entretenimiento.

El Comercio es propiedad de la Compañía Anónima El Comercio y a su vez, es editado por Grupo El Comercio. El actual director de la compañía es Guadalupe Mantilla de Acquaviva, su familia ha controlado el periódico desde su fundación.

El Universo, es un diario ecuatoriano matutino con sede en Guayaquil, fue adquirido por Ismael Pérez Pazmiño el 16 de septiembre de 1925, en agosto de 1923, se firman las escrituras de constitución de la Compañía Anónima El Universo. Su contenido es ordenado a través de 9 secciones: Política, Economía, El País, Internacional, Opinión, Gran Guayaquil, Seguridad, Marcador, Vida y Estilo.

Es uno de los diarios más grandes del país, tiene un tiraje aproximado de 300.000 ejemplares, y los domingos alrededor los 150.000; su ámbito de distribución es nacional e internacional, además, de su sitio web.

El Universo es propiedad de la Compañía Anónima El Universo y a su vez, es editado por Grupo El Universo. Actualmente el director de la compañía es Carlos Pérez

Barriga, cuya familia ha controlado el periódico desde su fundación. Los otros directivos son César Pérez Barriga, subdirector; y Nicolás Pérez Lapenti, subdirector de Nuevos Medios.

Es preciso destacar que tanto El Comercio como El Universo, son miembros de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos y de la Sociedad Interamericana de Prensa.

El análisis que desarrollará esta investigación está enfocado a determinar cómo estos diarios ecuatorianos construyen su agenda. Maxwell McCombs (2004), determina que los medios de comunicación generan influencia en las audiencias a través de la jerarquización de temas y la construcción de sus contenidos.

La información que difunden los medios de comunicación responde a la representación, selección, diferenciación y jerarquización de elementos, cuya parcialidad la asumen los lectores como si fuera completa. Sin embargo, estos medios de comunicación se guían bajo el paradigma de “libertad de prensa – libertad de expresión”, donde según ellos la imparcialidad, la objetividad y alejamiento de la política son sus “valores éticos infranqueables”.

Bajo esta circunstancia, se analiza a los mencionados medios de comunicación, desde la visión de la *agenda setting* para determinar el tratamiento periodístico que tuvo la Ley Orgánica de Comunicación en el 2011, y como estos medios impresos se convirtieron en actores políticos para confrontar el proyecto de Ley de ese entonces.

El sistema mediático ecuatoriano ha atravesado puntos críticos en los que se refleja claramente los componentes discursivos y políticos, los medios asumen el rol de actores sociales generando campañas políticas con movilizaciones ciudadanas proselitistas, utilizado el espacio mediático para generar secciones editoriales, insertos publicitarios, declaraciones de organizaciones y asociaciones relacionadas con el periodismo, alianzas estratégicas con un reiterado intercambio de notas periodísticas entre diarios privados para confrontar la Ley Orgánica de Comunicación.

La postura que adoptan en los conflictos, enriquecen el análisis de los medios seleccionados, ya que en sus contenidos facilitan la lectura crítica sobre el manejo de la agenda mediática y sus formas de organización, a través de su producción. El conocimiento de las relaciones internas y su entorno, les permite realizar un análisis profundo y coherente sobre la práctica del periodismo liberal, inmerso en actitudes que

deslegitiman sus prácticas cotidianas, claramente demostradas en su incursión en la arena política, reiterando notoriamente su férrea oposición a la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación.

Por tal efecto, se analizan y desarrollan tres ponencias que están relacionadas con el carácter mediático del proyecto de Ley:

1. Se identificará a través de su producción periodística, las estrategias mediáticas que se utilizaron para confrontar la Ley Orgánica de Comunicación.
2. Seguidamente se analizará los temas y tendencias que estos medios consideran publicables dentro de la coyuntura liberal, y;
3. Se elaborará un análisis sobre los contenidos específicos que publicaron los diarios El Comercio y el Universo sobre el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación en el 2011.

El universo de investigación está constituido por los dos periódicos mencionados anteriormente ya que responden a los medios más representativos de las dos ciudades más grandes del Ecuador: Quito y Guayaquil y también porque han sido seriamente cuestionados por el poder público ecuatoriano.

El período de análisis engloba todo el 2011, lapso de tiempo en el cual ocurren fuertes enfrentamientos entre medios y Gobierno. Al inicio del año continua la polémica sobre el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, posteriormente denotan los juicios penales en contra del editorialista Emilio Palacios y diario El Universo, seguidamente el juicio en contra de Juan Carlos Calderón y Christian Zurita por la publicación del libro “El Gran Hermano”, hechos que desencadenan serios cuestionamientos al régimen actual, enraizándose un conflicto más profundo que abrió el debate sobre los valores éticos de la prensa ecuatoriana.

En este ambiente caldeado los medios de comunicación deciden unirse para atacar lo que ellos denominan “abuso de poder”, por lo que lanzan campañas con expresiones como “ya basta” y la más emblemática de ellas, que fue la publicación de la portada de los periódicos en “blanco” como señal de silenciamiento de las voces contrarias al régimen.

En éste período no se aprobó el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, por cuanto no pasó del primer debate, lo que sí se observó, son las fricciones producidas por las serias acusaciones del Gobierno sobre la actuación de la prensa, evidenciándose los

discursos y estrategias mediáticas para defender el sistema de los medios de comunicación y evitar la regulación.

Diseño metodológico.

La siguiente investigación tuvo como principal hipótesis demostrar que los diarios “El Universo” y “El Comercio” utilizaron sus espacios informativos para emprender una campaña mediática contra la entonces propuesta de Ley Orgánica de Comunicación en el 2011 desencadenando una pugna con el régimen actual.

De este conflicto nacen las siguientes interrogantes ¿Cuál fue el encuadre periodístico de los diarios El Comercio y El Universo referente al proyecto de Ley Orgánica de Comunicación en el 2011? ¿Qué tipo de actores sociales participaron en el debate?

A modo de un breve contexto podemos destacar que la iniciativa de la Ley Orgánica de Comunicación nace en el 2008 con la aprobación de la nueva Constitución de la República del Ecuador, el proyecto inicia su primer debate en el 2010 con el documento formulado por Rolando Panchana, Cesar Montúfar, Lourdes Tibán frente a la falta de acuerdo político, en el 2011 se ejecutó la consulta popular y se determina la necesidad de una Ley que regule el contenido de los medios de comunicación y que garantice los derechos laborales de los trabajadores de la comunicación.

Este decreto ciudadano se ve opacado por las diferentes disputas que mantenía el régimen con periodistas y empresas de comunicación. En el 2011 se generaron acontecimientos relevantes como: El juicio al articulista del diario El Universo, Emilio Palacios, las fuertes críticas al régimen sobre la pérdida de la libertad de expresión y la oposición sobre el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.

La propuesta metodológica parte desde la comprensión de los medios de comunicación como sistemas complejos de interrelación, “(...) el quehacer de los medios ya no se verá simplemente como secuencia de operaciones, sino como secuencia de observaciones” (Luhmann, 2007: 06), que permite a los medios tener una posición privilegiada porque definen el sentido de la información.

Unidades de análisis.

Las unidades de análisis estarán focalizadas a las múltiples reflexiones que se pueden concluir a través de *agenda setting* al determinar qué: “Esa noticia que abre la primera

página, va en portada comparado con lo que va en página interior, el tamaño de un titular o, incluso, la longitud de una noticia... todo eso nos está hablando de la relevancia de los temas de la agenda informativa” (McCombs, 2004: 53).

Por tanto, las unidades de investigación se componen desde dos ejes:

1. Composición del medio: secciones, entrevistas, editoriales, noticias, columnas de opinión.
2. Utilización de recursos periodísticos: géneros periodísticos, emisión de portadas y el uso de diferentes actores sociales.

Muestra.

Se compone de 760 unidades distribuidas en los siguientes tópicos: Ley Orgánica de Comunicación, libertad de expresión y el juicio emprendido contra el diario El Universo, ejes que tuvieron una mayor apertura mediática.

El análisis no contendrá un muestreo, más bien, se utilizarán todas las piezas observadas para evitar sesgos en la investigación. Cada uno de los artículos descritos determinará como estos medios impresos triangularon la información para evitar la regulación.

Libro de códigos.

El manejo del corpus se lo realizará a través del análisis de contenido¹ que construye una validación estadística sobre el contenido de los medios, permitiendo visibilizar sus posturas e intereses a través de su agenda mediática.

Se asumirá la modalidad de trabajo expuesta por María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993), en su texto “Lo que dicen las radios, una propuesta para analizar el discurso radiofónico” para desarrollar categorías analíticas que registrarán las unidades a través de la revisión por mes y día para posteriormente colocarlo en plantillas que servirán para cuantificar los datos y sintetizar los resultados finales.

Además, se ahondará en la relevancia, frecuencia y jerarquización para llegar a un análisis práctico del primer nivel de *agenda setting*. Por tal motivo, se ejecutará el análisis de la agenda temática, la frecuencia informativa y los niveles de cobertura periodística que se generaron referente al tema; seguidamente se realizará un análisis comparativo

¹ Se define a análisis de contenido desde la teorización de Bernard Berelson “una técnica de investigación en el contexto comunicativo que garantiza el poder describir los mensajes, de forma objetiva, sistemática y cuantitativa” (Berelson, 1952).

sobre las diferencias y semejanzas en los dos diarios impresos y finalmente un mapeo de fuentes utilizados en los siguientes temas:

1. Libertad de expresión: se toma en cuenta esta categoría porque la mayor parte de la información publicada inclinaba su discurso desde los abusos del Gobierno y la posible pérdida de derechos individuales y colectivos.
2. Ley Orgánica de Comunicación: esta categoría constituye la principal base informativa ya que se genera cobertura al proceso desarrollado en la Asamblea Nacional para su aprobación.
3. Juicio al diario El Universo: se incluye esta categoría porque fue el acontecimiento que permitió triangular los discursos sesgados sobre la pérdida de derechos y las consecuencias que puede acarrear una Ley Orgánica de Comunicación.

Estado del Arte.

El presente apartado pretende dilucidar las reflexiones contemporáneas cercanas y temporales que se han realizado sobre *agenda setting* y la participación de los medios de comunicación como actores políticos y el uso de la esfera mediática para inferir en la legislación y la política de los estados.

El desarrollo de la teoría de *agenda setting*, nace desde 1922 con los aportes de Walter Lippman, sobre la injerencia de los medios en las imágenes que captamos sobre el mundo, posteriormente se han identificado varias investigaciones en los Estados Unidos que son un puntal importante para el desarrollo de la teoría: P. Lazarsfeld, B. y H. Gaudent (1944), Robert K. Merton (1948), James Davis (1952), Wright Mills (1956), Norton Long (1958), entre otros que enfatizan las funciones de los medios y su capacidad de generar agendas. En 1963 se catapultó el aporte de Bernard Cohen para identificar el proceso de *agenda setting* que consecutivamente sería la gran contribución de McCombs y Shaw al exponer la influencia de la agenda temática a través de sondeos de opinión y estudios sobre comportamiento de audiencias.

La *agenda setting* ha tenido gran impulso en las últimas décadas porque permite aplicar una metodología sencilla que facilita los análisis de contenido y discursos. Mauro Wolf, Elisabeth Noelle-Neumann contribuyeron para demostrar el nivel de influencia y el tipo de comportamiento que tienen las audiencias.

Una de las corrientes de pensamiento y reflexión que ayuda a ilustrar el panorama de la concentración de la propiedad son los estudios desde la “Economía Política de los Medios de Comunicación”, que en Europa fue desarrollada por Herber Schiller y en Latinoamérica por César Bolaño, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra. Esta línea de investigación pretende demostrar como los medios de comunicación en América Latina se concentran en ciertos grupos familiares, políticos, económicos o empresariales (Bolaño y Mastrini, 2002: 46).

Es fundamental analizar la introspección sobre el rol social y político de los medios de comunicación y las distintas estrategias simbólicas, productivas y discursivas que utilizan para abordar temas de controversia pública. Esta reflexión necesita situarse en diferentes categorías teóricas que hacen referencia a medios de comunicación como: actores políticos, campañas mediáticas, legislación sobre comunicación, poder, agenda mediática. El panorama de estudio es amplio y muy controvertido.

McCombs (2004) y su propuesta de una influencia mediática a través de la agenda temática comprensible, sistémica y estructurada es acogida por varios autores latinoamericanos y es utilizada como herramienta en varias investigaciones en el continente.

Particularmente en Argentina existen varios aportes de investigaciones que permiten ahondar en la teoría por ejemplo: Natalia Aruguete en su investigación “Diario el Clarín y sus fuentes de información” genera varias investigaciones relacionadas con la coyuntura política del país, su publicación más reciente fue en el 2013. Otro autor con una contribución interesante es Manuel Medrano Marqués (2012) que publica un artículo: “El arte de narrar al servicio de la política”, entre otras investigaciones que utilizan la metodología de *agenda setting* para generar aportes con temas políticos.

En el artículo publicado por Rosa García Ruiz y Diana Rivera en la revista Chasqui Nro. 124 de Ciespal, plantean la necesidad de fomentar el conocimiento en comunicación y entre los esfuerzos realizados para comprender su manejo de agenda y su influencia social menciona al programa de la Comisión Europea – Media- generando toda una nueva propuesta para educar a la ciudadanía sobre *agenda setting* y medios de comunicación (García y Rivera, 2013: 49).

El uso de *agenda setting* en América Latina ha permitido varias lecturas para un aporte integral de los medios: Luisa Humanes (2012) plantea un análisis de encuadre en

5 países de América Latina a través de un análisis de contenidos televisivos que refleja un contenido violento en las parrillas de varios canales de televisión (Humanes, 2012: 35).

Por otro lado, en el continente se ha profundizado sobre el rol de los medios de comunicación y su injerencia social por el reiterado enfrentamiento medios-Gobiernos abriendo la oportunidad de reflexión y debate. En el panorama político latinoamericano se observa como la inclinación política es más progresista, los gobiernos de: Hugo Chávez (Venezuela), Rafael Correa (Ecuador), Evo Morales (Bolivia), Cristina Fernández (Argentina), Dilma Russeff (Brasil) y José Mujica (Uruguay) son varios de los mandatarios que confrontan luchas encarnizadas con la prensa local e internacional, ya que subsisten en un constante enfrentamiento como es el caso ecuatoriano donde el Presidente Correa califica a la prensa con el epíteto de “prensa corrupta”.

Cuando el poder Ejecutivo de un país está liderado por hombres y mujeres con perspectiva social, y deja de responder a poderes fácticos, (como el caso de los medios de comunicación relacionados con la banca privada) enfrenta luchas mediáticas de desprestigio y desestabilización constante .

En el actual régimen el poder dicta sus políticas públicas y la prensa, a más de su rol crítico, se convierte en actor político que intenta tomar partido sobre algunas decisiones que son relevantes para el Estado. El cuidar sus intereses responde a factores específicos y complejos, síntoma general que recorre por la mayoría de países sudamericanos por la poca representación política que generan los partidos políticos de tendencia neoliberal.

Otra arista de análisis de esta tendencia de conflicto prensa-Gobierno es el desplazamiento de los medios de comunicación tradicionales que eran los heraldos, autoproclamados de la verdad y la opinión pública, a ser actores políticos con intereses definidos que son visibilizados en sus espacios informativos, en este contexto la comunicación medios y gobiernos ha forjado un escenario de conflicto interesante para la reflexión, debate y propuestas sobre el poder de los medios de comunicación y su papel dentro del accionar político de la región.

El debate sobre el rol de los medios de comunicación en la sociedad toma fuerza después de que los gobiernos de la región utilizan prioritariamente la comunicación política para consolidar sus gobiernos a través de campañas que realzan su gestión política, económica y social. Frente a este suceso los medios de comunicación privados

se sienten amenazados porque socavan el privilegio que tenían de informar, comunicar y generar sentido.

Autores como: Verón, Sartori, Rincón, Landi, y Barbero generan textos y artículos académicos que subrayan el vaciamiento del contenido político del patrón periodístico. Los medios de comunicación tienen la capacidad de construir actores, dispositivos y escenarios adecuados para un debate y para un posicionamiento político. Es así que Bretón, Woltón y Vasilachis reconocen su capacidad para generar “seudo-realidades sociales”.

Empero, la mayor parte de las investigaciones realizadas tienen dos ejes fundamentales: el primero hace referencia a la comunicación política como forma de Gobierno; y la segunda al rol social de los medios, determinando que son industrias culturales.

El Abg. Romel Jurado, articulista de la revista Chasqui de Ciespal analiza el nuevo paradigma latinoamericano en lo referente a la regulación de la comunicación. Si bien, el viejo paradigma de la comunicación coloca a los medios en un lugar privilegiado a generado graves conflictos en algunos gobiernos como por ejemplo: En el gobierno de Kirchner con diario El Clarín y el de Chávez con RCTV televisión. También desde el ámbito académico los ensayos, monografías y tesis de grado demuestran una tendencia crítica frente al accionar de los medios de comunicación.

Las principales líneas de reflexión en el Ecuador, son el análisis de producciones comunicativas, análisis de contenido de los diarios o revistas, análisis de discurso de diversos contenidos, análisis de causa-efecto de los contenidos de medios y la función social de los medios en la democracia.

La agencia Alemana D.W. el 12 de diciembre 2012 se refiere sobre la Ley de Medios de la República Argentina: “Para unos, la ley en disputa significa más democracia. Para otros, favorece al Gobierno y silencia las voces críticas. Entretanto, un fallo aplazó anoche la fecha de entrada en vigencia” (Deutsche Welle: 2012).

Pero en Argentina a pesar de la férrea oposición política y mediática se consiguió aprobar la Ley al derrotar una primera batalla con el Grupo Clarín, principal emporio mediático del país sudamericano. Cuando se aprobó la Ley de Medios en Argentina a nivel internacional se hicieron eco sobre las posibles consecuencias que traería esta promulgación.

Pero el tema de regulación de los contenidos de los medios y demás acciones que pretende normar el Gobierno, ha generado voces diferentes frente al accionar del régimen, voces en contra y a favor de la regularización de los medios de comunicación. Estas primeras disputas generan un cambio drástico en las formas de abordar el entendimiento sobre medios de comunicación, encontrando indispensable una propuesta de regulación y de control mediático que permita responsabilizar a las empresas comunicacionales sobre sus afirmaciones informativas. En relación a este tema Roberto Follari (2009) escribió un ensayo académico titulado “Los grandes medios como oposición encubierta” que critica la actuación de los medios frente a los gobiernos que Follari considera progresistas.

El debate sobre la de regulación responde a “la expresión comunicativa de una efímera moda populista implantada por los emergentes gobiernos de la neo izquierda latinoamericana” (Jurado, 2011: s/r). Señala que el curso del populismo mediático en América Latina responde a una homogeneidad entre los gobiernos de la región que construye un discurso público e ideológico que determina a los medios como representantes de las clases dominantes.

Sin embargo, la trayectoria histórica de los medios de comunicación comprueba que sus intereses han estado alineados a tendencias políticas claras. No podemos olvidar que el principal paradigma que cobija a los medios está relacionado con un papel de mediador social que es contradictorio frente a sus acciones y estrategias mediáticas, en oposición a sus beneficios particulares.

Hernán Reyes argumenta:

Hay medios de comunicación que corresponden a las cadenas más monopólicas que tradicionalmente han estado allegados a los grupos de poder de las elites que política y económicamente han dominado la región y que ahora están siendo desplazadas, no solo por la pérdida de legitimidad de sus partidos políticos, de sus agentes que los representan en los estados, sino de su propio discurso que se está agotando. Y estos medios de comunicación tradicionales están intentando defender anclados en la defensa de esos valores que están entrando en zozobra (Reyes, 2010: 20).

Los conflictos entre los medios de comunicación y los gobiernos latinoamericanos son cada vez más latentes y constantes en los últimos años, y por ende, gran parte de las publicaciones académicas, se han centrado en describir o contextualizar el conflicto mediático y caracterizar a los medios como industrias culturales con intereses privados,

de tal forma que autores como: R. Follari, U. Eco, I. Ramonet, J. Barbero y otros han reflexionado sobre la constitución empresarial de los medios. Un teórico al que también hay que tener en cuenta es Ernesto Laclau, postmarxista, que toca temas sobre ideología, populismo, medios de comunicación en América Latina. Parafraseando Laclau se puede reflexionar que los partidos políticos han perdido legitimidad y que son los medios los que asumen ese papel.

A partir de septiembre del 2009 cuando se cristaliza la necesidad de la regulación mediática a través de la Asamblea Nacional, los medios de comunicación privados, han utilizado el espacio mediático para confrontar en debates sus opiniones frente a Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador.

Han apresurado a instrumentar un conjunto de estrategias encaminadas a deslegitimar el proyecto de ley en su conjunto, en un claro intento de resistir toda posibilidad de regulación estatal sobre la actividad del sector. Paradójicamente –o no, según se mire–, estas acciones se han desplegado y diversificado con fuerza creciente en las páginas de los periódicos y en la programación informativa de radios y canales de televisión (Ramos, 2010: 18).

Es indiscutible que los medios de comunicación han insertado una campaña mediática – simbólica referente a la denuncia periodística sobre la pérdida de libertades y derechos constitucionales. Para ahondar esta reflexión se puede revisar el texto “Política y Comunicación: democracia y elecciones en América Latina” escrito por James Dettleff, Andrés Cañizales y Luis Oliveria (2011). En el contenido de este texto se puede encontrar el ensayo académico “El Club de la Pelea: Poder político versus mediático en el Ecuador” escrito por Gustavo Abad (2011), donde critica la visión de los medios de comunicación las limitaciones y beneficios de la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador.

Es importante aclarar que las investigaciones recientes apuntan a una crítica reflexiva sobre las formas en que se desarrolla la cobertura periodística en temas de gobierno y la imperante parcialidad de los medios de comunicación por sus intereses privados. Generando debates sobre su rol en los medios e identificándolos como vehículos democráticos.

“La comunicación social es fundamental como agente para la construcción de una nueva democracia deliberativa” (Reyes: 2009), argumenta Hernán Reyes, en una entrevista realizada por la OCLACC en el 2009. El autor explica que América Latina vive un profundo cambio en temas de Gobierno y comunicación y que es indispensable tomar como eje a los

medios ya que a través de ellos circula la información que problematiza la realidad latinoamericana y son un actor crucial para la construcción de una democracia deliberativa.

Marco Navas, argumenta que la apropiación de la institucionalidad de estos derechos ha generado un marco de flexibilidad ilimitada para los medios partiendo desde dos puntos de análisis: el primero hace referencia a la normativa mediática y su calidad informativa y el segundo reflexiona sobre los intercambios comunicativos con el público (Navas, 2010: 15).

Otro eje de reflexión valioso es la lectura crítica que se generan en torno a la lógica mediática. De tal forma que Paulina Moya (2003) en su tesis para optar por el título de Máster de la Universidad Andina Simón Bolívar analiza “El fenómeno televisivo en el Ecuador caso: Ecuavisa y TC Televisión” para dar cuenta de que el boom televisivo y las estructura mediática “utiliza la categoría de manto informativo para comprender el manejo sutil de la información y la forma en que ésta es utilizada en beneficio empresarial” (Moya, 2003: 13).

Reafirmando lo antes expuesto las investigaciones tratan de analizar la relación Gobierno – comunicación política – medios de comunicación. Si bien existe un análisis contextual sobre los medios privados se evidencia que de acuerdo a sus intereses y al manejo informativo no se ha encontrado una mayor precisión investigativa sobre el mapeo de los proyectos de Ley Orgánica de Comunicación en el país.

Después de realizada la investigación bibliográfica, incluyendo las revistas especializadas en comunicación: Diálogo Político, Nueva Sociedad, Íconos, Latina y Coyuntura; tesis de las universidades Andina Simón Bolívar, Católica del Ecuador y Flacso-Ecuador, se puede determinar que el tema es coyuntural. La publicación “Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina” escrita por Rocío Orlando (2012), trata el conflicto entre medios y Gobierno por la promulgación de leyes que imponen derechos y responsabilidades a la información emitida. Orlando en este estudio sostiene que “nunca antes la comunicación mediática había sido tan discutida” (Orlando, 2012: 35).

Existen algunos artículos académicos que inscriben la necesidad de instaurar una Ley Orgánica de Comunicación que permita reafirmar el rol de mediadores sociales y no la priorización de sus necesidades empresariales. En el último año vuelve a la palestra pública el proyecto de ley que ha generado mesas redondas, opiniones especializadas y recomendaciones para equilibrar el documento que contendrá dicho proyecto.

CAPÍTULO I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN – PRENSA LIBERAL- AGENDA SETTING

En esta investigación fundamentalmente se observa a los medios de comunicación (El Comercio y El Universo) desde la búsqueda profunda de sus diferencias específicas las que contribuirán a analizar sus múltiples dinámicas sistémicas y así poder determinar el rol social y su posicionamiento activo en el campo político, aunque estos lo nieguen a través del discursos de “mediadores sociales” o “actores imparciales” y “apolíticos”.

La investigación toma las líneas teóricas de Niklas Luhmann (1991) y sus reflexiones sobre sistemas y de Maxwell McCombs (2004) la relevancia de la *agenda setting* en los medios de comunicación. Estas vertientes teóricas permitirán comprender los flujos informativos, enfoques y agendas informativas que utilizaron los diarios El Comercio de Quito y El Universo de Guayaquil en el tratamiento de la Ley Orgánica de Comunicación propuesta en el 2011 y aprobada por la Asamblea Nacional en el 2013.

Es necesario realizar una breve contextualización de la Teoría de Sistemas para comprender sus aportes más relevantes ya que constituyen el punto de partida conceptual para la ejecución de la siguiente investigación.

Teoría de sistemas.

Se define a la Teoría de Sistemas como un elemental método de análisis de la realidad que está amparada en normas y reglas, la misma teoría engloba al comportamiento analítico y al conocimiento, como sistemas referenciales que actúan entre sí. Luhmann (1991) afirma que los sistemas existen, refiere que son métodos de análisis de contexto que tienen por objeto probar con responsabilidad las afirmaciones frente a la realidad. Sin embargo, este criterio no tiene el carácter de unívoco, por el contrario se amplía su concepto considerando que se abstraen hechos que son comparables entre sí:

Se puede hablar de sistema cuando se tiene ante los ojos características que, si se suprimieran, pondrían en cuestión el carácter de objeto de dicho sistema. A veces, también se llama sistema al conjunto de dichas características. En el mismo sentido entonces: La afirmación “hay sistemas” sólo quiere decir que hay objetos de investigación con tales características que justifican el empleo del concepto de sistema. Así por el contrario: el concepto de sistema nos sirve para abstraer hechos que son comprables entre sí, o hechos de carácter distinto al aspecto igual – desigual (Luhmann, 1998: 28).

El conocimiento clave ligado al sistema, es el concepto de “entorno”, al parecer al inicio, los conceptos de sistema y entorno aparecen como elementos dicotómicos pero que en la realidad están integrados a pesar de tener diferencias entre la una y la otra. Es decir, son dos partes de una forma, lo que los identifica en el sistema son sus procesos *autorreferentes y autopoieticos*.

Estos procesos no se deben entender como una relación simple de causa y efecto; sino como una relación de estímulos exteriores, los mismos que provocan que el sistema total, asuma su propia iniciativa de auto-organizarse, ya que los sistemas son cerrados y poseen fronteras.

Para Luhmann (1991), los sistemas son autorreferenciales y autopoieticos. La importancia de la teoría de autopoiesis es que los sistemas sociales se organizan a través de la comunicación y de las funciones que los procesos históricos les han asignado. Desde ese punto de vista se divide a los grandes sistemas en cuatro ramas del conocimiento: político, económico, educativo y medios de comunicación (Luhmann, 1991: 55).

En la distinción que hace Luhmann está la clave para sustentar el presente estudio, ya que la Teoría General de Sistemas intenta comprender a la sociedad contemporánea desde una visión comunicacional a partir del intercambio de códigos tomando como referencia la definición de sociedad: “Un sistema autorreferente y autopoietico que se compone de comunicaciones” (Luhmann, 1991: 25), desprendiéndose de forma explícita que el autor utiliza a la comunicación como fuente teórica:

La comunicación tiene todas las propiedades necesarias para la autopoiesis del sistema: es una operación genuinamente social (la única genuinamente tal). Es una operación social porque presupone el concurso de un gran número de sistemas de conciencia, pero precisamente por eso, como unidad, no puede ser imputada a ninguna conciencia sola. Es social porque ningún modo puede ser producida una conciencia común colectiva, es decir, no se puede llegar al consenso en el sentido de un acuerdo completo; y sin embargo, la comunicación funciona. Es autopoietica y es otra versión del mismo argumento, en la medida en que puede ser producida sólo en un contexto recursivo con otras comunicaciones y, por tanto, sólo en una trama a cuya reproducción concurre cada una de las comunicación (Luhmann, 1991: 45).

El sistema social es comunicación, ya que tiene la capacidad de auto-observarse a través de distintas representaciones y estructuras de selección que pertenecen a distintos procesos históricos de apropiación cultural o política.

En este marco referencial existen sistemas complejos que no deben ser entendidos como un obstáculo sino como la condición necesaria de un sistema, que se relaciona con su entorno y sus límites de sentido. Además, no puede ser entendida como una simple acumulación de complejidad, porque la esencia del sistema social son las formas funcionales y las relaciones que nacen de éstas.

Luhmann, además determina que todo lo que surge como elemento no puede ser independiente del sistema y lo incluye dentro de la “complejidad organizada” siendo, la relación selectiva en el sistema:

Un proceso de selecciones, y su análisis debe partir de la improbabilidad de la comunicación que debe sortear multitud de obstáculos antes de producirse con éxito. Con ello resalta el valor que tiene la selección en el modo de comportamiento propio de un sistema social y cómo la selección, si está adecuadamente estructurada, contribuye a reducir eficazmente la complejidad (Luhmann, 1991: 27).

La comunicación se convierte en un proceso fundamental en la relación sistema-entorno, ya que en “la sociedad se ha establecido un código de comunicación llamado poder” (Luhmann, 1991: 99), a través de éste se visibilizan las diferentes características del sistema, además de darles un esquema de clasificación y orden.

Los medios de comunicación responden a la formulación de códigos propios que aparentan transmitir información de distintos sectores de la sociedad pero que en realidad entretajan “estructuras sociales”, definiéndolos como:

Un sistema singular que se encarga de una función y que con ayuda del código información/ no información, logra descripciones del mundo (y de la sociedad) y que se encuentra acoplado de muy diversas maneras con otros sistemas / función (Luhmann, 2007: 304).

De tal forma que, “la función real de los medios de masas está en lanzar y procesar temas sobre los que se tome posición” (Luhmann, 2007: 305). Su distinción temática es generadora de realidades desde las múltiples representaciones que adoptan en determinados momentos coyunturales. Así, “(...) los medios de comunicación parece que determinan el modo como debe ser percibido el mundo y las percepciones morales que deben coordinarse para obtener dicha representación” (Luhmann, 2007: 114).

Las diferentes representaciones mediáticas de los actores individuales y colectivos responden a un contexto social estructurado, el mismo que se evidencia en el mensaje. Estas pueden generar acciones sociales desde la reproducción de estereotipos hasta crear prejuicios y responsabilidades a través de la dominación simbólica.

Más aún, “cuando un tema se moraliza da la impresión de que lo necesitaba: la realidad real es de otra manera” (Luhmann, 2007: 116), la implicación del discurso mediático tiene repercusiones sociales de largo alcance, ya que estos logran posicionar: actores, escenarios y perspectivas marcadas sobre los sistemas sociales.

Entonces, en la forma del decir y como decir se encuentra el poder que afianza las estructuras sociales, no sólo transmite complejidades reducidas sino que también ejerce presión a través de acciones directas que limitan las posibilidades. Por tanto, es una forma de influir en los individuos en la selección pre-determinada que va desde la limitación de las alternativas (deseadas y no deseadas).

La especificación, la diversidad, la complejidad social, y la influencia de acciones concretas, permiten comprender porque la injerencia en la “opinión pública” es fundamental, la misma que Luhmann la describe como una forma particular de interacción social donde converge el conflicto, la participación política y la formación de consensos en temas de interés común.

La opinión pública no se trata tan sólo de opiniones concordantes o mayoritarias, ya que también la opinión pública dividida es opinión pública - con la peculiaridad de que esta diferencia de opinión impulsa a la opinión pública a tratar de resolver las diferencias produciendo más comunicación (Luhmann: 2004: 290).

Por tanto, “la opinión pública no es el resultado de la discusión racional de temas de interés público; por el contrario, es una estructura que permite reducir la complejidad a través de la tematización y la selección arbitraria” (Bockelman, 1983: 74), según F. Bockelman.

El concepto de tematización hace referencia al “proceso de definición, establecimiento y debate público de los grandes temas políticos determinado por los medios de comunicación” (Santillán et. al., 2007), José Ramón Santillán realza la idea sosteniendo que: “en concreto, un tema político tiene una tematización periodística si se presenta como un conflicto social, origina una discusión pública y logra soluciones” (Santillán et. al., 2007).

Desde la óptica de Luhmann, los temas que presentan los medios de comunicación sirven:

Para efectuar el acoplamiento estructural de los medios de masas con otros campos de la sociedad. Los temas, por razón de su elasticidad y diversificación, pueden alcanzar a toda la sociedad a través de los

medios de masas, mientras que los sistemas, situados en el entorno interno de la sociedad (política, ciencia, derecho), tienen dificultad para presentar sus temas a los mass media y, así, alcanzar una recepción adecuada (Luhmann, 2007: 18).

La tematización es el proceso mediante el cual los medios de comunicación lanzan temas de debate a la esfera pública. Según F. Bockelmann (1983) los temas son:

Seleccionados según reglas, en las que tienen peso las normativas culturales y los síndromes sociales ideológicos, aunque sin llegar a determinarlas, puesto que admiten interpretaciones variables (Bockelmann, 1983: 61).

Utilizando a los medios de comunicación como vehículo, para facilitar una observación diferenciada catalogada como de segundo orden, tema que antes ya fue abordado me permite razonar que este tipo de observación implica una restricción porque “no observa cosas, observa observadores” (Luhmann: 2004: 292).

Es una mirada autorreferencial que simplifica la complejidad social “evidencia encubridora”, ya que debe mirar lo que otros hacen y, a la vez, mirar lo que él mismo hace para identificar las intenciones discursivas y encontrar sus elementos de distinción.

La intervención de los medios de comunicación consolida la opinión pública a través de esta observación de segundo orden, lo que abre el lumbral sobre el debate de la manipulación o la influencia que tienen en la sociedad.

Cabe destacar que:

Los medios de masas deben ser entendidos aquí como un sistema singular que se encarga de una función y que con ayuda del código información/no información, logra descripciones del mundo (y de la sociedad) y que se encuentra acoplado de muy diversas maneras con otros sistemas/función (Luhmann, 2004: 304).

De tal forma que, “la función real de los medios de masas está en lanzar y procesar temas sobre los que se tome posición” (Luhmann, 2004: 305). Su distinción temática es generadora de realidades desde las múltiples representaciones que adoptan en determinados momentos coyunturales. Así, “(...) los medios de comunicación parece que determinan el modo como debe ser percibido el mundo y las percepciones morales que deben coordinarse para obtener dicha representación” (Luhmann, 2000: 114).

Las diferentes representaciones mediáticas de los actores individuales y colectivos responden a un contexto social estructurado, para los que producen material simbólico el

mismo que se evidencia en el mensaje. Estas pueden generar acciones sociales desde la reproducción de estereotipos hasta crear prejuicios y responsabilidades.

Los medios de comunicación, generan representaciones unilaterales que se convierten en luchas discursivas constantes para determinar que es legítimo / ilegítimo, verdadero / falso, en el contexto social y político. En el código comunicacional el poder la palabra es el vehículo para que un discurso se lo asuma como único y verdadero. Precisamente basados en esta reflexión se enmarca el análisis de la campaña de propaganda que llevan a cabo los medios de comunicación en contra de una regulación que proviene del Gobierno Central.

Bajo las estructuras monopolíticas existentes, la comunicación se convierte en una transmisión de mensajes abstractos institucionalizados dirigidos a un público aislado solipsísticamente en subgrupos y atrapado, por necesidad del sistema, dentro de los esquemas tradicionales (Bockelmann, 1983: 63).

Por tanto, “la institucionalización de temas en la comunicación entre políticos, administración y público no es un proceso auto iniciado ni auto continuado, sino que es un proceso organizado por la comunicación social de masas” (Bockelmann, 1983: 56).

Las representaciones mediáticas acogen material simbólico, de tal forma que generan realidad a través de las múltiples representaciones que actualizan en momentos coyunturales determinados. “Los medios de comunicación parece que determinan el modo como debe ser percibido el mundo y las percepciones morales que deben coordinarse para obtener dicha representación” (Luhmann, 2000: 114).

Luhmann escribe sobre el proceso de selección del tema y la política:

La política se sirve de la mención que se hace de ella en los medios, además se ve irritada por ellos. Las noticias de los medios de información provocan, en la mayoría de los casos, una reacción al sistema político” (Luhmann, 2007: 99).

En síntesis y para culminar este punto debo parafrasear expresando que los medios de comunicación imponen su propia forma de mirar la realidad, a través de los procesos de: selección, jerarquización y tematización de los diferentes hechos sociales y políticos que consideran importantes para transmitirlos al colectivo social (Luhmann: 2004: 290).

Los procesos en mención, no son de libre e independiente elección de cada uno de los medios de comunicación sino responde a la organización de una agenda que

prioriza los intereses privados frente al derecho ciudadano de información como se puede evidenciar en la coyuntura política nacional.

De tal manera que es relevante para esta investigación ahondar sobre la formación de la *agenda setting* y sus niveles de influencia.

Agenda setting.

La teoría de la *agenda setting* toma fuerza a finales de los años 60s y principios de los 70s, los medios de comunicación se constituyen en organismos relevantes porque se convirtieron en portadores de información, la misma que es presentada como objetiva y veraz.

La teoría de la *agenda setting* propone un estudio riguroso de medios para determinar su influencia en la opinión pública y como funciona su producción informativa. McCombs y Donald Shaw (1972) construyen toda una teoría que permite cualificar, cuantificar y analizar la influencia de los medios de comunicación sobre temas que posteriormente tendrán relevancia en toda la opinión pública².

El estudio de Chapell Hill (1968) tenía como objetivo visibilizar la relación existente entre la información que emitían los medios de comunicación y el interés que generaban en los individuos y colectivos. La metodología fue generar encuestas y sondeos de opinión que tuvieron como resultado una elevada relación entre la agenda propuesta por los medios y la agenda pública:

El papel como fijadores de la agenda que tienen los medios informativos consiste en su influencia sobre la relevancia de un tema; es decir, sobre si un número importante de personas piensan que vale la pena tener una opinión del tema en cuestión (McCombs, 2004: 25).

Los medios de comunicación no pueden captar toda la realidad, por lo que están obligados a elegir qué sucesos son relevantes para la opinión pública.

El escenario mediático es un proveedor de conocimiento a través de la información y sus flujos noticiosos que son la ventana que impulsa el seudo-entorno de

² Desde la visión de Walter Lippman, la opinión pública es entendida como “Las imágenes mentales de estos seres humanos, las imágenes de ellos mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones, constituyen sus opiniones públicas. Aquellas imágenes, influidas por grupos de personas o por individuos que actúan en nombre de grupos, constituyen la Opinión Pública, con mayúscula” (Lippmann, 1922: 30).

la realidad, la formulación de contextos específicos, reafirman la base teórica de Bernard Cohen, “los medios a lo mejor no tienen éxito a la hora de decirle a la gente qué es lo que tiene que pensar, pero sí que lo tienen y mucho, a la hora de decirle a su audiencia sobre qué tiene que pensar” (Cohen, 1963: 13).

Por ello, la *agenda setting* “dirige su atención a las primeras etapas formativas de la opinión pública, cuando aparecen los temas y conectan por primera vez con la atención pública (...)” (McCombs, 2004: 53). Se devela las formas de selección que tienen los medios de comunicación para determinar como relevante un tema u otro.

Este proceso es significativo porque al jerarquizar la información, ordenarla y determinar su impacto ya se insertan en ella criterios de verdad que mayoritariamente son colocados en los noticieros, es por ello, que la responsabilidad periodística del cómo, qué y cuándo informar es decisivo para las sociedades democráticas.

Los índices de contenidos, la articulación de portadas, el número de noticias que aparecen, tiempo de publicación, ubicación y la cobertura permiten una lectura crítica sobre el tratamiento informativo.

Los medios de comunicación no son un observatorio de la realidad, por el contrario “(...) construyen y presentan al público un pseudo-entorno que moldea de forma significativa la manera en que éste ve el mundo” (McCombs, 2004: 58), para traspasarlos a una dinámica periodística que necesariamente debe seleccionar temas porque no puede capturar todos los acontecimientos de la sociedad.

En el texto de McCombs y Dixie Evatt “Los temas y aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*” determinan cuatro etapas que permite validar la lucha discursiva en la opinión pública (McCombs y Evatt, 2004: 25).

Los factores que intervienen en la formulación de la *agenda setting* son: tipos de agenda, niveles de intervención, modos de canalización, géneros periodísticos usados e influencia, cada uno de estos se detallarán más adelante cuanto se enfatice sobre el segundo nivel de intervención.

Las tres agendas: agenda de los medios, agenda pública y agenda política.

La matriz conceptual permite dividir a la agenda en tres aspectos: primero, la mediática que identifica los distintos contenidos que presentan los medios; segundo, una agenda pública que determina la relevancia de los temas en la audiencia y tercero, una política

que visibiliza temas puntuales de grupos sociales y de coyuntura política (McCombs y Dixie Evatt, 2004: 60).

Es importante mencionar que las tres agendas no funcionan de manera separada, sino que, engloban todo el proceso comunicativo desde una interacción permanente entre las tres y su publicación posterior.

Agenda de medios.

La agenda de medios permite mapear los contenidos que están apareciendo, analizar porqué ocupan espacios mediáticos, que relevancia tiene la información y que tiempo se mantiene la misma. Por ello, es vital la responsabilidad que tienen los periodistas a la hora de comunicar, ya que como fijadores de agenda tienen el compromiso y la responsabilidad que sobre pasa el relato y que tiene consecuencias importantes en la sociedad.

Un claro ejemplo es la investigación que plantea McCombs en 1972 a través de encuestas cuantitativas y cualitativas que llevarían a determinar los nexos entre los temas que piensa la ciudadanía y los temas que proponen los medios.

El análisis partió de un mapeo a cinco diarios, dos revistas y dos canales de televisión y las preguntas estaban relacionadas con la campaña electoral de 1968 en Carolina del Norte, los resultados mostraron que existe una relación estratégica entre medios – ciudadanía que busca obtener el apoyo de la opinión pública.

Los índices de contenidos, la articulación de portadas, el número de noticias que aparecen, el tiempo de publicación, la ubicación y la cobertura permiten un mapeo del enfoque e influencia que marcan los medios en las masas.

Esta batalla en la que se atrae el foco de la opinión pública permite concentrar la información en las noticias, entendiéndolas desde la definición de Miguel Alsina “la noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (Alsina, 1989: 187).

Además, “las noticias diarias nos avisan de los últimos acontecimientos y de los cambios en ese entorno que queda más allá de nuestra experiencia inmediata” (McCombs, 2004: 24). El quehacer periodístico es la voz que califica la realidad cotidiana y que a través de su trabajo contribuyen a que los individuos formen su impresión y opinión de los hechos que aparecen como relevantes en los medios.

Los editores y directores de los espacios informativos dirigen la atención de las masas a través del uso de géneros periodísticos que permiten resaltar la relevancia de unos temas y dejar que otros pasen desapercibidos. “La repetición de un tema un día y otro día es el más potente de todos los mensajes para que nos dejen clara su importancia” (McCombs, 2004: 25).

Existen multitud de ejemplos donde los medios de comunicación mantienen temas por largos períodos de tiempo, justificando que son investigaciones o especiales periodísticos que responden a intereses privados con la clara intención de posicionarlos en la agenda pública.

Agenda pública.

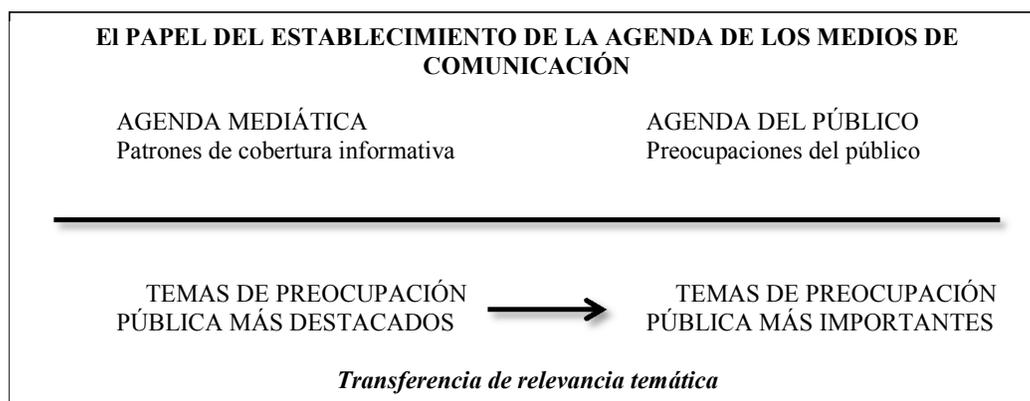
Se comprende a la agenda pública, como aquellos temas que logran insertarse en la opinión pública y que definen cuales son los niveles de importancia en un determinado tiempo. Por lo tanto, esta agenda tiene sus niveles de comprobación, de acuerdo a las encuestas que determinarán los temas más notables.

Para entenderlo cronológicamente la formación y validación de la agenda pública, McCombs parte de tres investigaciones que arrojaron 4 datos relevantes:

1. 1968 la investigación de Chapel Hill determinó a un electorado indeciso que tenía particular atención por la información que presentaban los medios. De esta forma, se llegó a determinar que los medios son los fijadores de la agenda.
2. Se origina la definición de “orientación de las audiencias” y como los medios son facilitadores de conocimiento, empieza un análisis comparativo del rol de la radio, televisión y prensa.
3. La investigación electoral determinó la necesidad de identificar la imagen de cada candidato y su interés político.
4. Posteriormente se generan las interrogantes de quién establece la agenda y bajo qué criterio la construye.

Todos estos puntos determinan la interrelación entre agenda de medios - agenda pública y cómo ésta puede influir a la hora de focalizar los temas. El autor lo plantea de la siguiente manera:

Gráfico 1. El papel del establecimiento de la agenda.



Fuente: Maxwell McCombs, 2004: 29.

La gráfica propuesta por McCombs devela que los temas que aparecen como preocupación de las audiencias responden mayoritariamente a la agenda propuesta por los medios.

La agenda setting sí que asigna un papel central a los medios informativos a la hora de dar inicio al repertorio de la agenda pública. Parafraseando a Lippmann, la información que suministran los medios informativos juega un papel central en la construcción de nuestras imágenes de la realidad (McCombs, 2004: 31).

Al determinar que la agenda pública y mediática tienen una interrelación en la esfera pública, cabe cuestionarse bajo qué criterio de selección son potenciados los temas y como se los difunde con una perspectiva única.

Agenda política.

Esta determina una visión más institucional sobre los acontecimientos que necesitan ser potenciados por gobiernos, instituciones públicas y colectivas sociales. No existe una investigación exhaustiva sobre los límites de esta agenda ya que su construcción es compleja y genera redes de relaciones, sin embargo, forma parte del corpus de estudio de agenda – *building*.

Todas las instituciones privadas y públicas necesitan someterse a formatos novedosos para que los medios presten atención y publiquen sus contenidos. Eso quiere decir que la cobertura periodística está limitada y que sí bien, todos tenemos derechos a informar y ser informados, esta norma se cumple en base a la lógica periodística.

Mucha información de relevancia pública se instaure desde las agendas de los gobiernos, por lo que los periodistas también dependen de ella para construir sus notas diarias. Un claro ejemplo de esta relación es la publicación constante de las actividades y propuestas que se ejecutan en la Asamblea Nacional, todos los medios tienen desplegados equipos que se encargan de informar cualquier propuesta de ley o cambio en la política pública.

Funcionamiento de la *Agenda Setting*.

Con los argumentos aportados ya se determina la relevancia de la *agenda setting* y por qué la jerarquización de sus contenidos es crucial para atraer la atención de las personas frente a los diferentes temas que se colocan en la opinión pública.

Después de 400 estudios empíricos se demuestra que la influencia que tiene la agenda rebasa la limitación demográfica, cultural y económica de los individuos. Los medios aparecen como portadores de la verdad y todo lo que en ellos se observa existe, de lo contrario los acontecimientos están condenados al anonimato.

Al traspasar los contenidos de la agenda de medios – a la agenda pública se ponen en juego varias dinámicas para construir notas periodísticas que sean llamativas para las audiencias y es ahí donde empieza la disputa por ocupar un lugar en la agenda temática.

“Los límites en el tamaño de la mayoría de las agendas mediáticas aún resultan más obvios, al darse una cantidad limitada de espacio en el periódico y una cantidad limitada de tiempo en las radiodifusiones informativas” (McCombs, 2004: 85). Esta condición constituye el poder que tienen los medios para decidir sobre el interés público.

McCombs (2004) cita la investigación de Samuel Popkin para determinar que el nivel educativo de los individuos tiene injerencia en la ampliación de temas de agenda, el autor plantea que:

La educación afecta a la política, no “haciendo más profundos” a los votantes, sino haciéndolos de más amplias miradas: aumenta el número de temas que los ciudadanos ven como políticamente relevantes, así como el número de conexiones que establecen entre sus propias vidas y los acontecimientos nacionales e internacionales (McCombs, 2004: 87).

El argumento de Popkin marca una distinción importante, la diversidad de temas en la agenda, rebaza los niveles educativos porque no se tiene conocimiento de todas las

temáticas, pero permite que los individuos asuman posturas desde sus propias experiencias.

La dinámica periodística de colocar distintos temas por día, genera que la agenda sea más volátil, que los temas asuman una postura de inmediatez y que el efecto sea que “los ciudadanos con más años de educación formal reflejaban de manera más fiel la agenda mediática” (McCombs, 2004: 88).

Frente a la carencia de conocimientos y al escaso entendimiento de los asuntos públicos, los medios llenan este vacío en los individuos con los temas que son planteados de acuerdo al fondo, forma y significado que el medio quiere darle a la información.

Posicionamiento de temas.

Al seleccionar temas de actualidad, se ven obligados a reducir temas de la agenda y a jerarquizar lo relevante de acuerdo a la visión de los medios, en consecuencia cabe la reflexión sobre si todos los temas responden a la inmediatez ¿Cómo los medios logran posicionar temas? La respuesta es sencilla, a través de la repetición continua de la información se mantienen los temas en el tiempo.

Según una investigación realizada a través de encuestas en las que preguntaban a la ciudadanía los temas de preocupación pública sobre los derechos civiles en EEUU, se pudo determinar que la repetición es clave para posicionar un tema en la opinión pública.

Los medios de comunicación son profesores cuya principal estrategia comunicativa es la redundancia. Una y otra vez, nuestros profesionales mediáticos repiten los asuntos, a veces poniendo gran énfasis, y a veces simplemente de pasada (McCombs, 2004: 98).

Esta perspectiva de posicionamiento se analiza en esta investigación partiendo desde la hipótesis de que dos periódicos de circulación nacional generaron toda una campaña de desprestigio frente a la Ley Orgánica de Comunicación, existió una sincronización de voceros, notas informativas, editoriales, entre otros productos que se detallarán más adelante.

Temporalidad de temas.

Parafraseando a Wolf (1991), la base temporal o *frame* es la extensión de tiempo en el cual podemos verificar la agenda y el proceso que necesita para ser público. Los diferentes temas pueden ser medidos en base a la rapidez de su aparición, la cobertura que tendrá y la pertinencia para sostenerlo por varios días o semanas.

Dos ejemplos que ayudan a comprender la temporalidad son: primero el manejo que tienen los medios frente a las crisis institucionales, para lo cual desplazan a todo su cuerpo técnico para validar el suceso y, segundo; la cobertura que generan para tratar los escándalos políticos.

Orientación.

Los contenidos dispuestos en la cobertura mediática, construyen una estructura particular de orientación comprendida como “(...) un concepto psicológico, lo cual significa que describe diferencias individuales en el deseo de pistas orientativas y de información contextual” (McCombs, 2004: 111).

El concepto de orientación parte de dos roles secuenciales: primero la relevancia, la misma que toma sentido al determinar el nivel de importancia que genera la orientación en los individuos y segundo la incertidumbre que se forma por el desconocimiento de un hecho.

En la investigación realizada para determinar los temas de interés público en Tejas (1992) se llegó a identificar que mientras mayor relevancia tiene un tema, mayor será su grado de incertidumbre y por ende la necesidad de orientación se focaliza en los medios.

El grado de orientación demuestra que “los efectos de establecimiento de agenda son más que el resultado de lo accesible o asequible que pueda resultar un tema para la mente del público (...)” (McCombs, 2004: 98). El contexto de lo que cada individuo asuma sobre los diferentes temas, marcará la potencial diferencia en la vida pública, es así que es necesario recordar a Elisabeth Noelle- Neumann (1995) con la teoría de la espiral del silencio, si bien, partía desde la hipótesis del temor de los individuos al aislamiento resultó ser un gran aporte para analizar la opinión pública.

Parafraseando a la autora, se considera que la opinión pública es el resultado de la relación individuo - entorno social vínculo que conlleva la sanción y el castigo público al pensar diferente que la mayoría, este efecto causa conflictos cuando se debe tomar partido y por temor al aislamiento se minimizan los criterios personales y se acepta la opinión dominante (Neumann, 1995).

Las encuestas y los sondeos de opinión electoral han demostrado que los medios tienen injerencia en la elección de candidatos y reducen el fenómeno de espiral del silencio, porque sus criterios son tomados como valederos, tan fuerte es el impacto que presentan en los informativos datos estadísticos de candidatos supuestamente

triunfadores, creando de esta manera olas de opiniones favorables añadiendo a este valor agregado la simpatía.

Al interrelacionar la necesidad de orientación con la teoría del espiral del silencio se demuestra objetivamente que la agenda sobrepasa la elección de un tema creando la figura de una potente arma para posicionar los temas que son de interés de los medios equilibrando su contenido para asumirlo como única verdad.

Segundo nivel de la agenda setting: atributos – contenido.

Una vez identificado el funcionamiento de la *agenda setting* a través de la relevancia de la transmisión del objeto, queda por profundizar la composición, caracterización y atributos de los objetos que se seleccionan.

Por tanto, es importante definir:

1. Al objeto como “(...) esa cosa hacia la que dirigimos nuestra atención o la cosa sobre la que tenemos una actitud o una opinión” (McCombs, 2004: 139).
2. Al atributo como un “término genérico que engloba toda la gama de propiedades y rasgos que caracterizan al objeto. (McCombs, 2004: 139).

Al momento de interrelacionar el objeto con la construcción de atributos se toma en cuenta el análisis del contenido, la producción periodística y como este enfoque puede generar influencias significativa que la jerarquización de temas.

El autor lo plantea de la siguiente forma:

Los medios de difusión no sólo nos dicen en qué tenemos que pensar, sino también cómo pensar sobre algunos objetos. ¿Podría tener esto como consecuencia que los medios de difusión, a veces nos dijeran qué es lo que debemos pensar? (McCombs, 2004: 141).

La ventana de análisis sobre los contenidos de los medios, abre la caja de pandora de las páginas de los diarios, en los informativos de televisión o en los noticieros radiales, los intereses económicos y políticos que estos persiguen. Para comprender este fenómeno McCombs (2004) parte desde un sondeo de opinión que contrasta la agenda de atributos con la agenda informativa, la que tenía por objetivo analizar la cercanía y la aceptación de algunos candidatos presidenciales, esta investigación arrojó como resultado que la audiencia asumía como verdadera la postura presentada por los medios.

La correspondencia de opiniones surge con la agenda de atributos:

La mayor parte de nuestro conocimiento sobre los atributos de los candidatos políticos – desde su ideología política hasta su personalidad,

nace de las noticias y el contenido publicitario de los medios de comunicación (McCombs, 2004: 151).

El conocimiento que es proyectado por los medios tiene como efecto que las audiencias asuman su postura como propia, mientras mayor es el desconocimiento del tema, las posibilidades de adoptar el criterio mediático es elevado.

“Establecer la agenda de atributos para un tema es la encarnación del poder político, controlar el punto de vista del debate político en cualquier tema es la influencia definitiva sobre la opinión pública” (McCombs, 2004: 159). Dar significado y sentido a la información, es el verdadero poder de los medios de comunicación, su postura frente a un tema puede marcar la diferencia y ocasionar una reacción social. En nuestro país existen algunos episodios políticos que clarifican este principio, así por ejemplo: la caída del gobierno de Lucio Gutiérrez, y los sucesos del 30 de septiembre de 2011, entre otros.

El sentido de la información es crucial para la comprensión de los temas y para su relevancia, por ello se marcan tres dimensiones:

La relevancia social (medida por escalas tales como irrelevante/ relevante e insignificante/importante); la relevancia personal (por ejemplo, me importa/ no me importa y me interesa/ no me interesa); y la emoción suscitada (por ejemplo, aburrido/interesante y emocionante/ insípido). Se trata de ricas pistas teóricas para abundar en la explicación del proceso del establecimiento de agenda (McCombs, 2004: 161).

Las dimensiones entrecruzan niveles educativos, temas de interés personal y público que confluyen con los dos niveles de agenda que determinan una red de relaciones e influencias que sobre pasa la visión periodística.

Encuadre.

Para comprender el encuadre es importante conjugar las teorías de la *agenda setting* y espiral del silencio; la primera conjuga la necesidad de jerarquización y relevancia de los contenidos y la segunda plantea como los individuos se comportan en el entorno y la importancia de ser aceptados socialmente.

El encuadre es:

Seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito (McCombs, 2004: 170).

El pseudo-entorno y la necesidad de información diaria, cambia la experiencia inmediata de los individuos, al potenciar un tema sobre otro, los directores de los medios orientan la atención a un determinado hecho que puede ser manipulado por otro tipo de interés particular.

La descripción, ubicación, accesibilidad de la información, tamaño, titular y otras herramientas que utilizan los medios, permite que los contenidos suban o bajen de la relevancia pública generando un entorno de opinión que influye en las decisiones políticas y sociales.

“Las estructuras sintácticas organizan las frases que disponen las noticias en términos de titulares, cabecera, eventos, información de segundo plano y clausura” (Van Dijk, 1988: 66). Las estructuras y los guiones que ordenan la información van creando narraciones en forma de historias que asumen un formato que es moldeable a las subjetividades del periodista.

Periodismo liberal y estructura mediática.

El quehacer periodístico en la mayoría de medios de comunicación del Ecuador responde al paradigma del periodismo liberal. Ana María Miralles expresa que “el periodismo exclusivamente informativo hizo del modelo filosófico liberal su centro de gravedad” (Miralles, 2001: 17). Y según la misma autora, los pilares fundamentales sobre el cual se sustenta esta perspectiva de reflexión y acción del periodismo liberal, son:

La premisa que de la información es vital para el funcionamiento de la democracia, la ausencia de un modelo político explícito, la falta de compromiso y demás rasgos de la fórmula liberal de la información que desde ya hace dos siglos han sido “principios sagrados” del periodismo (Miralles, 2001: 17).

Esta conjetura permite observar que los medios tratan de ocultar su rol político frente a la esfera pública, amparándose en principios que se gestaron en antaños momentos históricos y, según Miralles, no responden a la necesidad del ciudadano del tercer milenio. La autora para demostrar la lejanía entre el quehacer periodístico, la ciudadanía, y por ende la toma de decisiones que imperan dentro de los medios de comunicación, expresa que:

Los medios, en el supuesto de estar representando intereses de sus audiencias, no han hecho más que alejarse de ellos por la selección de asuntos que no los tocan en sus intereses cotidianos y porque no están enmarcado desde el punto de vista de las preocupaciones ciudadanas,

sino del ángulo de los expertos y de la otra agenda dominante, la de los políticos, que incluye de manera particular a los funcionarios públicos (Miralles, 2001: 12).

En nuestro país, el periodismo liberal se instaura desde inicios del siglo XX. Este modelo angloamericano ha homogenizado las formas de hacer periodismo informativo y narrativo, de tal manera que:

La Asociación Mundial de Prensa (AMP) refleja claramente la influencia de la idea liberal, en la libertad de prensa y de la profesionalidad, reafirmando en varios puntos lo siguiente: 1) el principio básico de la libertad de prensa; 2) la necesidad de la imparcialidad; 3) la separación de la información y el comentario,... hasta el punto 11 que reafirma la independencia de la prensa de cualquier presión externa que venga (Hallin y Mancini, 2008: 234).

La Asociación Mundial de Prensa enumera las categorías más sólidas que propone el periodismo liberal, parámetros que han sido asumidos a nivel mundial; y que legitiman la estructura de la actividad periodística, los mismos que han sido acogidos estructuralmente por los medios de comunicación latinoamericanos.

Los *mass media* del sector privado están cada vez más lejos de la práctica de su paradigma liberal de: objetividad, imparcialidad y servicio ciudadano; por el contrario cada día se articulan para defender sus intereses de mercado, el modelo neoliberal y el monopolio comunicacional.

Salir de ese paradigma y dotarle al quehacer periodístico de la dimensión política no resulta contradictorio.

Lo que verdaderamente resulta inquietante es que se haya sepultado esa dimensión política mientras de hecho se ha reforzado la partidización de los medios en el actual panorama político, que deriva en un empobrecimiento de la información misma y obviamente del debate público en general (Miralles, 2001: 11).

La autora señala que negar la relación que existe entre política y periodismo:

Ha contribuido a reforzar el objetivismo con todo su potencial ideológico y ha debilitado la reflexión sobre relaciones de fondo entre política y periodismo, que deberían ser más visibles y objeto de permanente discusión pública (Miralles, 2001: 11).

La relación que existe entre economía, política y comunicación en su orden respectivamente, es cada vez más evidente en la configuración de los medios de comunicación, aunque los medios traten de ocultar o negarlo. Este criterio es respaldado

en investigaciones realizadas por Patrick Champagne y Pierre Bourdieu (1997). Este último señala que:

El grado de autonomía de un medio de comunicación se mide, sin duda, por la parte de los ingresos que proviene de la publicidad o de la ayuda del Estado (en forma de publicidad o de subvenciones), así como por el grado de concentración de los anunciantes (Bourdieu, 1997: 103).

Las categorías más sólidas que propone el periodismo liberal son los criterios de: objetividad, igualdad y libertad, características que han sido acogidas a nivel mundial, y obviamente también por los medios ecuatorianos. La problemática se desarrolla desde estos parámetros que legitiman la estructura y la actividad periodística, desde los cuales miran su realidad y como tal la defienden.

El periodismo ha llegado a ser una comunidad ocupacional y una actividad social diferenciada con un sistema de valores y normas de prácticas propios, arraigada en una ideología de servicio público y con una importante autonomía (Hallin y Mancini, 2008: 199).

Estos paradigmas permitieron pensar en la separación de la información y la opinión. “Este control editorial nos hace pensar que la profesionalización que se desarrolló en las sociedades liberales en realidad tiene dos caras en lo que concierne a la autonomía de los periodistas” (Hallin y Mancini, 2008: 205). Si bien, este modelo fomenta las garantías legales para la libertad de prensa, su pretensión de tomar distancia de los hechos ha fomentado un tratamiento informativo binario con una contraparte construida de antemano.

“El periodismo liberal presenta una estructura en el manejo informativo” (Hallin y Mancini, 2008: 205), según Hallin y Mancini esta pertenece al libre manejo de fuentes dentro del Estado y de organizaciones sociales que responden a un interés de agenda mediática, dando como resultado todo un contexto interpretativo en la relación medios y agenda de Gobierno (Hallin y Mancini, 2008: 205).

“El periodismo no puede sólo informar de los hechos; tiene que dar significado a los acontecimientos, y esto no se puede hacer con la debida imparcialidad (...)” (Hallin y Mancini, 2008: 205). Eliminar la imparcialidad sería anular todo el contexto cultural y político que poseen los periodistas comprometidos con los medios a los que prestan sus servicios y desde esta visión se observa que no pueden llegar al paradigma de la objetividad.

Frente a toda esta temática, es emergente repensar en lo político y en la política desde una lógica mediática. Confrontar a los medios por su participación activa como actores políticos implica caracterizar a las empresas periodísticas y su manera de representar a los supuestos intereses de los públicos.

McQuail en su libro “La Acción de los Medios”, cita a Smith para determinar que “el interés público es un campo en el que las partes luchan por determinar políticas. Lleva a invocar fines sociales en todas las cuestiones en las que perdura un territorio de políticas colectivas debatibles en el seno de la sociedad” (Smith, s/r citado en McQuail: 1992: 48).

El interés público se lo define desde la teoría unitaria como “un esquema único y ordenado según el cual lo que es válido para uno es válido para todos” (McQuail: 1992: 52). Por lo tanto, los medios de comunicación tienen un rol social clave, ya que seleccionan y validan los procesos públicos y legitiman las políticas públicas de los estados. Según McQuail (1992), los medios de comunicación y por ende la prensa poseen valores fundamentales: libertad, igualdad - justicia, orden – solidaridad constituyéndose en el punto de partida del análisis de la acción de los medios.

La libertad, es el primer valor que ha alcanzado un gran debate público desde un escenario mediático, se lo utiliza como instrumento para proteger la libertad y luchar contra la tiranía del poder a través de denuncias, reclamos y críticas para quienes detentan el poder del Estado:

Los medios libres deberán estar dispuestos a ofender a los poderosos, expresar puntos de vista polémicos, contrariar las convenciones y el lugar común. La libertad de comunicación tiene un aspecto doble: ofrecer una amplia gama de voces y responder a la amplia gama de demandas (McQuail: 1992: 115).

La postura privilegiada de los medios ha permitido que se posicionen y legitimen su derecho a transmitir, comentar y generar información la misma que es presentada como verdadera y única, priorizando desde todo punto de vista su legítimo derecho a la libertad de expresión.

El derecho a la libertad de expresión se origina en las nociones occidentales básicas del papel individual en su calidad de miembro de la sociedad. De los principios que interesan al propósito del Estado de promover el bienestar individual y la equidad, se desprenden varios derechos específicos de comunicación: derecho de acceso al conocimiento; de sostener opiniones; de expresar necesidades, preferencias y juicios en público; de participar en la formulación de los grandes objetivos de la sociedad y de elegir los medios para alcanzarlos. Desde este punto de vista, la libertad de expresión es, al mismo tiempo,

un derecho individual crucial y un bien social indispensable (McQuail: 1992: 113).

Es lógico pensar que los medios respalden su accionar amparados en la libertad de expresión, en publicaciones de diversa índole, derechos humanos, prensa e información. Sin embargo, es importante ratificar que la libertad de prensa y expresión son vehículos que facilitan la comunicación pública, siempre y cuando se acoplen a los parámetros establecidos en la sociedad.

Los debates que se generan sobre la función y el rol de los medios de comunicación tienen dos posiciones fundamentales; la primera hace referencia a la comunicación como un bien público del Estado y, la segunda, a su figura legal y política como empresa privada.

Owen Fiss (1997) determina que la libertad de expresión debe proteger las injerencias del Estado, sin embargo, en las sociedades contemporáneas se invierte este proceso y los gobiernos son los que generan estrategias para tener un oportuno tratamiento mediático. La mercantilización de los medios impone una lógica que silencia las voces que están en desacuerdo con sus ideales políticos.

Toda la información que se produce en un Estado democrático necesita ser difundida para fomentar las opiniones individuales y colectivas. Sin embargo, al tener un interés privado las tendencias políticas se convierten en un argumento jurídico. “La libertad de expresión es una idea política” (Fiss, 1997: 14) que debe contribuir con el debate público.

La igualdad es el segundo valor que está íntimamente relacionado a la idea de justicia y derecho. La expresión de quejas y los procesos judiciales requieren canales de comunicación adecuados. En este valor está inmerso la relación poder político y comunicación.

En la relación con la comunicación y el poder político, es la igualdad la que requiere no conceder un favor especial a los que ejercen el poder y otorgar el acceso a los medios sobre una base justa, aunque no siempre igualitaria, a los que aspiran a cargos públicos, y, en general. A las posiciones, perspectivas o reivindicaciones (McQuail: 1992: 116).

El tema de las libertades mediáticas es una línea frágil que entrelaza estas categorías para posicionar su discurso de libertades discursivas absolutas. Frente al rol de los medios de comunicación como actores políticos es indiscutible, que su valor de igualdad queda por

fuera de su práctica cotidiana. Además, no existe un sistema igualitario de canales y condiciones equivalentes para satisfacer las necesidades ciudadanas.

Orden – solidaridad, es el tercer el valor, que refleja la necesidad de crear lazos comunicacionales que sirven para compartir puntos de vista y experiencias. Los distintos patrones, tipos de medios y el público al que se dirige la información son los elementos específicos que componen la estructura – sistema mediático.

Es evidente que estos tres valores implican un conflicto que se refleja en el debate público y en su falta de consenso. En la actividad periodística después de que se recopila la información, se redacta para luego ser autorizada, de esta forma las notas de prensa cumplen su ciclo productivo jerárquico que tiene impacto social relevante y que responden a una lógica liberal.

Los medios de comunicación como actores políticos.

Los medios de comunicación como actores políticos toman el quehacer periodístico como un aval que genera poder en lo informativo y en lo político, esta coyuntura fundamental realzó el periodismo liberal y la dimensión política de los medios para emprender su producción informativa, y su rol como actores políticos que construyen la “realidad”.

Para J. Habermas el periodismo liberal surgió en el momento histórico donde “el espacio público burgués los intereses del parlamentarismo y los de la naciente prensa privada en una sociedad toda emancipada del poder absolutista ” (Habermas, s/r citado en Miralles, 2007: 09). Es decir, en ese momento se defendía la libertad que era diferente a la de los poderes absolutos que poseía la monarquía. Bajo este mismo contexto se ha intentado extrapolar al conflicto entre medios y gobiernos; en la actualidad, se inclina la balanza sólo hacia la crítica del aparato estatal y a sus funcionarios. Partiendo de esta paradoja crítica al Estado, se pretende dar a entender que existe independencia en la labor de los medios de comunicación.

Uriarte (2000), define:

Los conceptos clásicos de independencia respecto al control del Gobierno o de monopolios ya no nos permite comprender la actuación de los medios de comunicación, que de ser víctimas de la ferocidad del poder político han pasado a ser un actor importante que más está en posición de conseguir que la víctima sea el poder político (Uriarte, 2000 citado en Miralles, 2007: 22).

Este referente destaca que los medios no se representan a si mismos como portavoces sociales o actores políticos; sino que se consideran proveedores de información objetiva e imparcial. Este posicionamiento social disfraza su función de instituciones políticas, culturales y comerciales.

Visualizando el panorama del proceso de mediatización, se observa claramente que es contrario a los intereses privados por cuanto necesitan ser coherentes con el mercado que por ende los convierte en mercancía, y obviamente no se desprenden de su objetivo de contribuir con el consumo, la construcción de identidades y la pérdida del interés ciudadano sobre el interés colectivo y el interés público.

En la acción política–mediática los medios asumen varias funciones que tradicionalmente pertenecieron a los partidos políticos. Entre ellas, el posicionamiento de líderes carismáticos, la construcción de escenarios políticos y la legitimidad de discursos, ejerciendo influencia en la elección ciudadana frente a lo político.

Con la constante deslegitimación de la política ecuatoriana los medios de comunicación son los orientadores de la opinión pública a través de su agenda temática, utilizando inadecuadamente los nichos políticos para pasar de la acción informativa a la acción política directa.

Los medios al convertirse en actores políticos dejan de lado su accionar informativo, empañando su función histórica para dar paso un nuevo escenario de representación política, manipulando el lenguaje periodístico, dando imagen a la visión moralista y binaria (bueno–malo) que polariza el debate político.

La construcción de relatos con hechos y escenarios cotidianos muestra y construye realidades estereotipadas con ideologías bien definidas sobre los diferentes temas que se maneja en el nicho mediático. Es necesario determinar que los relatos están contruidos desde el mito y la simbolización de la cotidianidad, el poder del “decir” y qué decir resulta sustancial para la mediación política.

Roberto Follari, quien a partir de los conflictos entre la prensa y los Gobiernos Progresistas de América Latina expresa, en el texto “Los grandes medios como oposición encubierta”, “negocio perfecto: aparecer humanistas, y defender a la vez el *stablishment* y los grandes capitales” (Follari, 2009:12). De la caracterización del periodismo liberal en Miralles y las ideas de Follari sobre la prensa, se puede describir que en el campo mediático, tomando en cuenta la perspectiva de Bourdieu, se vincula muy bien el criterio

de *illusio*, precepto que significa aceptar y compartir las reglas de juego de un campo específico. Evidenciándose que el discurso y el accionar encierran una clara postura política, a pesar de que los medios manifiestan ser apolíticos.

Para ampliar este fenómeno se puede recurrir a las reflexiones de R. Follari que dice: “Cuando un Gobierno no es ortodoxamente neoliberal y abiertamente pro-mercado, es considerado enemigo por esos sectores ideológicos” (Follari, 2009: 15). De esta manera queda verificado que confrontar eventos, es posicionar la rivalidad entre medios y políticos.

“Nada mejor para disponer de un poder, que disimularlo” (Follari, 2009: 15), dice Follari en alusión a los medios como actores políticos vergonzantes. Además el académico argentino sostiene que:

Los dueños de los medios, sus gerentes y periodistas mayoritariamente dispuestos, fingen de desentendimiento sobre el peso que tiene en las tomas de partido de la población. Se auto victimizan como buscadores de la verdad, apóstoles de la información, héroes de la objetividad para bien de la sociedad. Se dicen perseguidos por los gobiernos, y ocultan sistemáticamente su rol de actores políticos y productores de significación, planteado una supuesta transparencia informacional que es teóricamente insostenible, pero –de parte de la sociedad– mayoritariamente admitida (Follari , 2009: 17).

En razón de lo detallado anteriormente, se puede observar el rol preponderante que desempeñan los medios de comunicación en la esfera pública, su visión parcial del mundo es una toma de posición política, la cual reniegan y siguen amparándose en filosofías y prácticas periodísticas de otras épocas. Como analiza Miralles (2007), si los medios aceptaran esta realidad se abrirían a nuevos espacios de reflexión e investigación.

CAPÍTULO II ANTECEDENTE MEDIÁTICO – LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Retrospectiva.

El desarrollo de este capítulo versa sobre el proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador y las controversias surgidas entre los medios de comunicación y el poder político central. Acontecimiento que es muy notorio por el cambio de pensamiento político del colectivo social, el mismo que ha generado críticas radicales en contra de los medios de comunicación privados que son los principales oponentes de los gobiernos de tendencia progresista, por lo que las estrategias de éstos gobiernos fue frenar la avalancha de información de los medios privados con la producción, publicación e información difundida a través de cadenas nacionales, infocomerciales, estrategia de relaciones públicas, entre otras.

Este panorama ha aglutinado múltiples discursos de diversos sectores como medios de comunicación, Gobierno y opinión pública en general, pero el mayor protagonismo discursivo proviene del espacio político y mediático. Lo paradójico es que los dos contendores principales abanderan su lucha por “la defensa de la libertad de expresión que está siendo amenazada”

Los medios de comunicación expresan que las acciones emprendidas por los gobiernos son persecuciones políticas cuyo objetivo es silenciar las voces contrarias a los regímenes de turno. “Las expresiones de esta disputa también abarcan el espacio de la regulación y las medidas punitivas - para unos – y de sanciones justas para otros” (Reyes, 2010: 155). Es así que en países latinoamericanos se tomaron medidas que afectaron directamente a los medios de comunicación privados, así: en Argentina se incrementó el impuesto para la importación de papel, en Venezuela se cerró definitivamente RCTV. En el Ecuador se dictó sanciones temporales en contra de Teleamazonas, se impuso demandas legales a varios medios de comunicación y se dio lugar a la formulación emergente de un marco legal que permita el libre acceso de la información.

Estos hechos produjeron, movilizaciones ciudadanas particulares, campañas mediáticas abiertamente difundidas que causaron una “mediatización de las esferas políticas y culturales” (Reyes, 2010: 155), contrastado seriamente por la pérdida de espacio y credibilidad. Estos escenarios son recurrentes en Argentina, Venezuela y Ecuador, países donde se ha pretendido desmonopolizar a los medios de comunicación.

“Lo interesante es que en muy pocas ocasiones es posible advertirlo con tanta claridad como en los momentos que se viven en el Ecuador” (Ramos y Cerbino, 2001: 179).

En Argentina y Venezuela la legislación cuenta actualmente con leyes que controlan las industrias mediáticas y que apuntan a una distribución democrática del sistema radioeléctrico, por esa razón se han creado cláusulas en cuyos contenidos se manifiesta: evitar la monopolización de los medios, elevar el nivel y calidad de la programación y la legalización de medios públicos.

Sin embargo, esta guerra discursiva mediática configura una serie de reflexiones sobre el peso político de los medios de comunicación privados, los límites de las empresas mediáticas privadas, el modo de funcionamiento, su vinculación con grupos de poder, el tipo de publicación, la concesión de frecuencias, entre otros.

En el caso puntual de nuestro país, se analizó en forma general quienes son los propietarios de los medios de comunicación y el resultado arrojó que los medios son de propiedad de pocas familias ecuatorianas, lo que permitió cuestionar seriamente la noción de “objetividad, el ejercicio de libre expresión y responsabilidad mediática” que pregonan tener estos medios.

Se debe considerar que el Ecuador es uno de los países latinoamericanos con mayor concentración de propiedad privada de los medios de comunicación, reconociéndose a los cuatro grupos más representativos: Mantilla Ortega, Mantilla Anderson, Pérez Castro y Martínez Merchán, los mismos que poseen más del 70% de medios gráficos con cobertura nacional (Ramos Isabel: 2010: 18).

De tal forma que la iniciativa de regulación afecta drásticamente a los dueños de los medios ya que plantea una responsabilidad en sus emisiones diarias, un sistema equitativo de frecuencias y estabilidad laboral para los periodistas.

Del mismo análisis se desprende que el mapeo mediático publicado en el artículo el Club de la Pelea en el texto “Política y Comunicación: Democracia y Elecciones en América Latina”, que cita el investigador Guillermo Navarro en su libro “Los Poderes Fácticos”, la identificación estructurada de los propietarios de los principales medios de comunicación en el Ecuador y lo detalla de la siguiente manera:

Navarro registra varios grupos, cada uno con diversas empresas, ya sea de medios o de otra naturaleza:

Isaías (TV abierta, TV por cable, radios actualmente incautadas por el Estado), Eljuri (TV abierta, TV por cable) Vivanco (diario, radios), Egas (TV abierta, revistas empresa editorial, cines) Mantilla (diarios,

empresa editorial, radios, servicio de datos, seguros, automotores, inmobiliarias), Mantilla Anderson (TV abierta, diario, empresa editorial, radio, servicio de datos, automotores, Alvarado (TV abierta, revistas), Pérez (diario), Martínez (diarios, radio, industria gráfica) (Dettleff, s/r citado en Cañizález, 2011: 40).

Además:

El Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) registra 849 radios y 84 canales de televisión abierta. Se calcula que los medios impresos de carácter masivo bordean los cien en todo el país, entre diarios y revistas. La gran mayoría, alrededor del 90% es de propiedad privada. El resto se divide entre públicos y comunitarios". (Dettleff, s/r citado en Cañizález, 2011: 40).

Los medios privados no son el paraíso de libertad de expresión que dicen ser. La organización Fundamedios aplicó entre 2008 y 2009 una encuesta a 372 periodistas de cinco ciudades (Quito, Guayaquil, Machala, Manta y Nueva Loja), sobre el respeto a las libertades en su trabajo. A la pregunta "¿En alguna ocasión, alguna nota periodística de interés público no se publicó por presiones de alguna naturaleza?", 109 (29,2%) de los encuestados responden "Sí" y 42 (11,2%) responde "a veces", lo cual también es una respuesta afirmativa. Esto significa que 151 (40,4%) de los consultados considera que existe censura en la información. A la pregunta "¿De qué sectores suelen provenir más estas presiones o amenazas?", 107 (28,7%) responden "del Gobierno" 106 (28,4) y a los directivos del propio medio y 94 (25,2%) a las empresas privadas o anunciantes (Dettleff, s/r citado en Cañizález, 2011: 142).

Es así, como se observa la "ostensible defensa de los intereses corporativos disfrazándola como "libertad de expresión" ya sea presentada como noticia de actualidad, como información de interés general o como opinión de expertos" (Ramos y Cerbino, 2011: 179). De tal manera han conseguido articular su accionar a través de una agenda común, cuyos ejes son la defensa de la "libertad de expresión", la solidaridad a diario El Universo por el juicio emprendido por injurias, la resistencia al "autoritarismo" y "la dictadura" que según los medios promueve el Presidente de la República.

En síntesis se hace referencia a los argumentos de Ramos y Cerbino que expresan:

Luego de casi un año de campaña sostenida es posible afirmar que las empresas mediáticas ecuatorianas han logrado constituirse como nunca antes como actores colectivos de la contienda, en torno a las regularizaciones de las actividades de los medios de comunicación (Ramos y Cerbino, 2011: 179).

Son temas que en el pasado no se abordaban de forma notoria y en la actualidad salen a la palestra pública por cuanto el Gobierno no está vinculado a los sectores tradicionales de la política, particular que ha permitido abrir otros campos de reflexión ciudadana;

razón por la que se consideró emergente la necesidad de crear entes reguladores porque su participación como mediadores sociales se desdibuja por la falta de credibilidad de sus informaciones, la descontextualización, el uso de adjetivos calificativos, el no citar antecedentes, acciones propagandísticas y la injerencia corporativa en temas políticos puntuales.

Retrospectiva de la Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador.

Antes de profundizar el tema de la Ley Orgánica de Comunicación que está en discusión, me remontaré a la década de los años 70 época en la se formuló la primera Ley Orgánica de Comunicación, respondiendo obviamente a los intereses y necesidades de ese momento. La primera Ley fue expedida el 2 de abril de 1975 y publicada en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de 1975 en el Gobierno dictatorial del general Guillermo Rodríguez Lara, quien asumió el poder en febrero de 1972 tras el derrocamiento de José María Velasco Ibarra, por parte de las Fuerzas Armadas. En el período de su mandato se originó el “boom petrolero” pues dio inicio a la explotación de petróleo en la región amazónica de nuestro país. Construyó la refinería petrolera de Esmeraldas, además con los fondos provenientes de las regalías del petróleo realizó obras públicas, creó hospitales, centros de salud, escuelas, caminos, carreteras, etc. Rodríguez Lara proclamó a su movimiento como Nacionalista Revolucionario, que en lo esencial proponía la transformación social y económica del Ecuador, utilizando para ello los recursos económicos que generaba la exportación del llamado "oro negro".

Bajo esta premisa de modernización del Estado ecuatoriano, Rodríguez Lara expide la Ley de Radiodifusión y Televisión mediante el Decreto Supremo No. 256-A:

LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN

Decreto Supremo Nro. 256-A Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de 1975.

GENERAL GUILLERMO RODRIGUEZ LARA,

Presidente de la República,

Considerando:

Que el país requiere de un ordenamiento legal para la televisión y radiodifusión, para su superación técnica, económica y cultural, de conformidad con los imperativos del desarrollo nacional y la evolución tecnológica universal;

Que las características peculiares de la televisión y la radiodifusión y la función social que deben tener, demandan del Estado un conjunto de regulaciones especiales que, sin perjuicio de la libertad de información, armonice los intereses propios de aquella con los de la comunidad;

Que es necesario fomentar y garantizar el desarrollo de todas las actividades económicas, técnicas y culturales del país conexas con la televisión y la radiodifusión, para que constituyan una auténtica expresión del espíritu nacional; y,
Que se deben proteger los derechos de los trabajadores de todos los niveles profesionales de la televisión y de la radiodifusión, con el objeto de lograr la formación de un personal altamente calificado;
En uso de las atribuciones de que se halla investido,

EXPIDE:

LA SIGUIENTE LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN (...)
(Decreto Supremo Nro. 256-A, 1975).

Esta Ley estuvo en vigencia hasta 1995 y es en la presidencia del arquitecto Sixto Durán Ballén, (presidente del Ecuador entre el 10 de agosto de 1992 y el 9 de agosto de 1996) donde se realizaron reformas y de 74 artículos la redujeron a 33. Esta fue publicada en el Registro Oficial Nro. 691 de 9 de mayo de 1995.

En respuesta a demanda de inconstitucionalidad de la Ley publicada Alexis Mera, secretario jurídico de la Presidencia, refiere que:

La normativa de Radiodifusión y Televisión, expedida en la dictadura del general Guillermo Rodríguez Lara y refrendada en el régimen de Sixto Durán Ballén, contemplaba cierres de medios de comunicación. “En esos años, los que ahora se oponen a esta Ley, no se quejaban (...) quizás porque el partido al que estaba afiliado el accionante controlaba ilegítimamente todos los estratos del poder” (El Telégrafo, Política, julio 31 de 2013).

Posteriormente sumido en este proceso de reformas nace el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (Conartel), como la institución encargada de gestionar y otorgar las frecuencias de telecomunicaciones en el territorio nacional, potestad que pronto convirtió a esta institución en juez y parte en temas de comunicación. Se menciona el cambio de institucionalidad de Conartel por la polémica que surge entre el Gobierno actual y los opositores, precisamente por las funciones de control que ejercerá esta nueva organización, con la representación de diversos sectores y esencialmente la representación del Gobierno Nacional.

En entrevista realizada en Ciespal a Fernando Ortiz, miembro de la Comisión de Auditoría de Frecuencias, manifiesta las serias irregularidades con las que funcionaba Conartel:

La inconstitucionalidad salta a la vista desde el principio. Resulta increíble –pero real- que los concesionarios manejaban el ente regulador, contraviniendo disposiciones legales y constitucionales,

atentando contra la decencia, la moral y la ética. Pero además estaban allí para sacar ventaja, estaban al servicio de un pequeño grupo privilegiado, que manejó a su antojo esta entidad (Ortiz: 2009).

Ortiz no sólo cuestiona el procedimiento de Conartel, sino que responsabiliza a los gobiernos de turno y a otras instituciones del Estado, por el incumplimiento de la Ley, lo que hace presumir nexos con los poderes de turno. Al respecto el autor señala:

Pero no sólo es el Ejecutivo (en todos los gobiernos anteriores), también son responsables los entes de control que no actuaron oportunamente o les faltó entereza, me refiero a instancias como la Fiscalía y la Contraloría. Son responsables además los directivos de los núcleos provinciales de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) y de la Asociación Ecuatoriana de Canales de Televisión (AECTV), por quedarse callados y seguir permitiendo estos abusos. Los medios de comunicación en general, que estando tan cerca de todo este hecho de corrupción y que directa o indirectamente estaban involucrados, en su mayoría, prefirieron guardar silencio. Un silencio que huele a complicidad” (Ortiz: 2009).

Esta irregularidad mencionada por Ortiz, no permitió que los medios de comunicación sean juzgados, por lo que la entidad encargada de regular y sancionar estaba en las manos de los dueños o representantes de los medios de comunicación, así consolidaban espacios de poder donde se creían intocables; Ortiz añade:

El Ejecutivo coloca a su delegado, que finalmente resultaba siendo el Presidente del Directorio de Conartel. El Ministerio de Educación, el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, todos son responsables de ese silencio cómplice, de este perjuicio al Estado, de mirar y permitir con sus votos que se comercialice con un patrimonio de todos/as lo ecuatorianos: el espectro radioeléctrico (Ortiz: 2009).

Ortiz continúa su exposición manifestando:

No te olvides que nadie gana una presidencia de la República teniendo en contra a los medios de comunicación. Nadie se sostiene en el poder teniendo en contra a los medios de comunicación. Pero es que, además, el Conartel se ha considerado con capacidad de legislar. En ese marco de abuso de poder que ha sido la tónica de este organismo, se han considerado con “plenos poderes” inclusive para interpretar los pronunciamientos de la Procuraduría General del Estado (Ortiz: 2009).

Sin duda, el colectivo social creía que el Estado ecuatoriano era el que controlaba el tema de la radiodifusión y televisión, pero queda demostrado que no es así, más adelante se analizará como las reformas hechas en 1995 quedaron en palabras muertas y los beneficiarios que se apoderaron de ese espacio fueron los sectores políticos y medios de comunicación.

Intentos y propuestas de Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador.

El 9 de septiembre de 2009, mediante resolución Nro. AN-CAL-09-020, el Consejo de Administración Legislativa (CAL) resuelve proponer al Pleno de la Asamblea Nacional la creación de la Comisión Especializada Ocasional de Comunicación.

El Pleno de la Asamblea Nacional conforme los numerales 19 y 20 del artículo 9 de la Ley Orgánica de La Función Legislativa, resuelve crear la Comisión Especializada Ocasional de Comunicación y nombrar como sus integrantes a los asambleístas: Mauro Andino Reinoso, Humberto Alvarado Prado, María Augusta Calle Andrade, Betty Carrillo Gallegos, Fausto Cobo Montalvo, César Montúfar Mancheno, Rolando Panchana Farra, Milton Jimmy Pinoargote Parra, Lourdes Tibán Guala, Ángel Vilema Freire, Cynthia Viteri Jiménez. La presidencia recayó sobre Betty Carrillo.

Los miembros de la Comisión previamente recibieron propuesta de Ley Orgánica de Comunicación presentadas por los asambleístas César Montúfar, Lourdes Tibán, Cléver Jiménez y Rolando Panchana: la primera fue redactada por el asambleísta César Montúfar (Convergencia Democrática), la segunda por el Foro de Comunicación, que pretendía recopilar las necesidades ciudadanas y que recibió fuertes críticas del Centro de Investigaciones y Estudios para América Latina (Ciespal), la Coordinadora de Radios Populares (Corape), y la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), y la tercera es el proyecto de Ley, propuesto por la Comisión Especializada Ocasional de Comunicación, que recibió duras críticas y censura por parte de la prensa.

El 5 de enero de 2010 fue conocido finalmente por el Pleno de la Asamblea Nacional, el Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, que socializó y debatió todas las propuestas presentadas, hasta que finalmente elaboró el articulado y el informe respectivo.

El documento contiene 119 artículos, distribuidos en seis Títulos, y cada título posee capítulos y secciones, además contiene 24 Disposiciones Transitorias, 6 Disposiciones Reformatorias, 2 Disposiciones Derogatorias y 1 Disposición final. El contenido de los títulos es:

- TÍTULO I
Disposiciones preliminares y definiciones
- TÍTULO II
Principios y derechos
- TÍTULO III

Sistema de comunicación social

- TÍTULO IV

Regulación de contenidos

- TÍTULO V

Medios de comunicación social

- TÍTULO VI

Gestión del espectro radioeléctrico

Además en la propuesta están inmersas varias líneas argumentales, sintetizadas en el siguiente texto:

1. La Ley Orgánica de Comunicación garantiza los derechos ciudadanos a recibir información de calidad.
2. La Ley no es de medios sino de comunicación.
3. La Ley es importante para hacer cumplir los derechos de opinión y la libertad de expresión.
4. Los poderes fácticos no se impondrán frente a la voluntad ciudadana.
5. El objetivo de la Ley es: "desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente".
6. El nuevo ordenamiento jurídico garantiza la calidad y diversidad de la información que ofrecen los medios.
7. El proyecto se impulsó a través de personalidades democráticamente elegidas, el fin es la construcción de un marco legal que haga efectivo el derecho de los ecuatorianos a la libre expresión y a obtener información de calidad.
8. La Ley Orgánica de Comunicación es un mandato popular establecido constitucionalmente en el 2008 y ratificado en consulta popular en el 2011. (Constitución Política del Ecuador, 2008).

Por otro lado, el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación trajo consigo una serie de desacuerdos y discusiones por parte varios gremios periodísticos nacionales e internacionales recopilados en seis aspectos que fueron publicados y debatidos en diferentes medios de comunicación nacionales:

1. Responsabilidad ulterior: Limita al periodismo de investigación. Según la Unión Nacional de Periodistas (UNP).
2. Rectificación y réplica: En caso de equivocación toda persona tiene derecho a rectificar en el mismo espacio y hora en forma gratuita.
3. Información Pública: Se concederá al Estado ecuatoriano 20 minutos al mes y una hora diaria de programación que se consideré educativa.

4. Profesionalización: Es obligatorio el título universitario para poder ejercer la profesión y se da un plazo de 6 años para obtener el título de los periodistas. Al respecto los medios aseguran que es una forma de callar a algunos periodistas de vocación.
5. Registro de medios: Deberán registrar los datos y códigos de ética en el Consejo de Comunicación, quién tiene facultades para decidir, sancionar, velar y resolver.
6. Defensor del pueblo: Recibirá quejas de personas que se sientan afectadas por los medios.

Los mencionados puntos causaron discordia en los medios de comunicación privados, especialmente en El Comercio y El Universo, la misma que se refleja en las campañas mediáticas en las que confrontaron la regulación, manifestando que “la mejor ley es la que no existe” los medios afiliados a la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP) mantienen hace varios meses publicidad bajo el lema “Más respeto”, orientada a convencer a los lectores de las bondades del actual sistema de medios privados” Sostiene que “nunca antes había sido tan evidente la propaganda en lugar de la información” (Abad, 2011: 134).

Además,

El periódico capitalino El Comercio, un diario de corte liberal de larga tradición y buena reputación, publicó varias “Cartas al Presidente” en las cuales incluso llegó a plantear que sus problemas de gobernabilidad se debían en parte a no escuchar los “consejos” que contenían esas misivas públicas, sobre materias relacionadas con la dirección de la economía y el manejo de la política (Reyes, 2010: 158).

A más de los periódicos El Comercio y El Universo, se ubica en esta confrontación a los diarios La Hora y Hoy así como las cadenas que revelaron la poca tolerancia al gobernante expresadas a través de opiniones de rechazo de algunos ciudadanos, para algunos sectores críticos con el Gobierno significó claras evidencias de la violación del derecho a la libertad de expresión en el país (Reyes, 2010: 165).

Las acciones que tomaron los medios de comunicación privados para evitar la regulación, permitieron visibilizar frontalmente la conexión existente entre los medios que forman parte de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), ampliamente demostrada en el intercambio de notas periodísticas y su posicionamiento discursivo escrito en sus páginas informativas, comerciales y editoriales. No conformes

con su accionar, extendieron su inconformidad realizando movilizaciones colectivas denominadas “En defensa de la libertad” con periodistas de trayectoria como Carlos Vera y Diego Oquendo entre otros. Con la intervención de actores nacionales e internacionales pretendieron legitimar sus discursos en contraposición al proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.

Poder Público versus medios de comunicación privados.

La confrontación entre medios y poder público nace en el 2007 después de que el Presidente Rafael Correa enjuició a diario La Hora por la publicación de un editorial titulado “Vandalismo Oficial” “dice que Correa piensa gobernar el Ecuador con el tumulto, piedra y palos y describió la conducta del presidente como vergonzosa (...)” (Diario La Hora, Opinión, Marzo 09, 2007).

Esta continua confrontación toma relevancia social y política a nivel nacional, cuando se conforma la Asamblea Constituyente del 2008, en la que el cambio de paradigma político posee una tendencia progresista que trajo consigo transformaciones radicales de pensamiento en temas políticos y de acceso a la comunicación. Haciendo un análisis comparativo sobre el tema de la comunicación entre la Constitución de 1998 y la Constitución del 2008, se puede observar claramente los cambios, así:

Constitución Política del Ecuador, 2008:

Art. 81.- El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales.

Asimismo, garantizará la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de comunicación.

No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley.

Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación.

Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano (Constitución Política del Ecuador, 2008).

En la Sección Tercera de comunicación e información, artículos 16, 17, 18, 19 y 20 se mencionan los temas referentes a la comunicación, los mismos que desde ese entonces, causaron alarma a los medios privados, por lo que veo la necesidad de transcribirlos a continuación:

Sección Tercera.

Comunicación e Información.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la Ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La Ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios

de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación. (Constitución Política del Ecuador, 2008).

Sin duda alguna, en términos generales la comunicación avanza hacia la democratización cuyo fin es concretarlo en una Ley Orgánica de Comunicación que cumpla con el mandato constituyente y ratificado en la consulta popular, pero el propósito no se cumple aún debido a los permanentes ataques que sufren los funcionarios que llevan a cabo el debate de la Ley en la Asamblea Nacional. Al respecto Gustavo Abad dice, que en el Ecuador “existe una conciencia mayoritaria a favor de una ley que regule la actividad de los medios y de otros actores de la comunicación, en cambio, la mayoría de los medios privados está en contra” (Abad, 2011: 126). Abad sostiene que, “por primera vez en la historia de este país, los medios ocupan el banquillo de los acusados” (Abad, 2011: 126).

A la sazón, es en este contexto donde se aprecia el desgaste y el “tira y afloja” de ambos bandos, la prensa privada creyéndose dueña de la verdad y siempre vigilante de la actuación del Gobierno y de la misma forma este siempre atento al contenido de lo que se publica en los medios de comunicación. Pero como menciona Abad (2011), ambos bandos han propuesto un debate claro sobre el contenido de la Ley Orgánica de Comunicación, pero únicamente han generado una ambiente de tensión. “El discurso recurrente del Gobierno es que la Ley permitirá frenar los abusos de la prensa corrupta” (Abad, 2011: 126), mientras que por otro lado “los medios han puesto su esfuerzo en demostrar que se trata de una maniobra del “régimen dictatorial” del presidente Rafael Correa (...)” (Abad, 2011: 126).

La mejor estrategia para deslegitimar las acciones del gobierno de Correa por parte de los medios de comunicación privados ha sido y es en base a especulaciones, suposiciones y escándalos de los funcionarios del Gobierno y el mismo Presidente de la República. Dentro de este panorama se puede recordar la cobertura que los medios de comunicación dieron a los mencionados “Pativideos” y al juicio por el artículo de opinión de Emilio Palacios, en EL Universo “Camilo, el matón”, etc.

Esta constante batalla Gobierno y medios dejó en la población el sabor amargo de la duda, es lo que Abad, denomina como una deuda con el país, pues dentro de este espectáculo mediático “los dos pierden la credibilidad y le quedan debiendo al país su derecho a la información” (Abad, 2011: 130).

La postura de Abad es crítica para ambos sectores, sostiene que el debate de una posible Ley Orgánica de Comunicación “parece haber quedado secuestrado entre la figura dominante del presidente Correa y algunas figuras sobredimensionadas de los medios (...)” (Abad, 2011: 132), dejando de lado al público, que es el principal actor de los procesos de comunicación.

El Gobierno ni los medios de comunicación explican específicamente el contenido de la Ley Orgánica de Comunicación que se discute desde el 2009, ni cuál es la prioridad de los temas a debatirse. Abad considera a los siguientes ítems como temas principales para el debate, dentro del marco jurídico:

En este debate se juegan aspectos cruciales para el mejoramiento del periodismo en el Ecuador. Entre ello, las medidas antimonopolio; la prohibición de que los dueños de bancos sean también propietarios de medios; la figura de responsabilidad ulterior respecto a las consecuencias sociales de los mensajes mediáticos; la distribución equitativa de frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios; la cláusula de conciencia y las condiciones laborales de los trabajadores de prensa; el derecho a la réplica y la rectificación; el acceso a las nuevas tecnologías; los derechos de los niños; la producción nacional; el control de la publicidad estatal; los organismos reguladores; la Defensoría del Público; las veedurías ciudadanas, entre otros aspectos (Abad, 2011: 132-133).

Sin duda alguna, existen diversos e importantes temas que están dentro de la Ley, sin embargo, parece que el Gobierno y los medios centran más su atención en los lineamientos sancionadores de tal manera que al público, le han vendido sólo la parte del espectáculo y la polémica, y no la ley en su totalidad.

Otros procesos legales que generaron polémica nacional e internacional frente a la coartación de la libertad de expresión a periodistas y medios de comunicación fue el juicio al diario El Universo por el editorial denominado “No a las mentiras” publicado el 6 de febrero del 2011 cuyo autor es Emilio Palacios. También, el juicio seguido por difamación a Juan Carlos Calderón y Christian Zurita, autores del libro “El Gran Hermano”. Procesos judiciales que terminaron cuando el presidente Rafael Correa decidió darles “el perdón pero no el olvido”.

En este ambiente caldeado y hostil se pretende debatir y aprobar la Ley Orgánica de Comunicación en la Asamblea Nacional, donde sectores oficialistas y opositores cuentan y negocian los votos para aprobar la Ley en el caso del Gobierno o para archivar la Ley en forma definitiva en el caso de la prensa privada.

Consulta Popular: Un SI por el Consejo de Regulación.

Otro punto de quiebre del debate de la comunicación como agenda principal del Gobierno se da en la consulta popular llevada a cabo el 07 de mayo de 2011, en la que se incluyeron dos preguntas relacionadas al tema de la comunicación signadas con los números 3 y 9.

La pregunta 9 fue la más cuestionada, se la acusaba de coartar la libertad de expresión y de constituirse en estrategia para silenciar criterios en contra del régimen. El texto del contenido de la pregunta 9 expresa:

¿Está usted de acuerdo que la Asamblea Nacional, sin dilaciones, dentro del plazo establecido en la Ley Orgánica de la Función Legislativa expida una Ley Orgánica de Comunicación que cree un Consejo de Regulación que regule la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de comunicadores o los medios emisores? (CNE-Consulta Popular, 2011).

En razón de los datos publicados por el Consejo Nacional Electoral (CNE), en la pregunta sobre los medios de comunicación y su relación con la banca tuvo una votación en la opción (Sí) del 52,97% y la opción (No) con 47,02%. Y sobre la creación de un Consejo de Regulación para los medios, la opción (Sí) tuvo 51,67% y la opción (No) tuvo 48,32%, de esta manera en el plazo de un año se pondría en vigencia la nueva Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador.

Pese a que la consulta popular expresó la voluntad soberana del pueblo, la posición de políticos de la oposición fue contraria a los resultados; aludiendo siempre que el margen era muy pequeño entre una opción y otra. En cambio para el Gobierno esta votación es un mandato popular, por lo tanto se debía cumplir en los plazos previstos. Pero no fue así, no se pudo obtener mayoría en la Asamblea para aprobar la Ley Orgánica de Comunicación. De esta manera sin llegar a acuerdos ni definiciones, ninguno de los dos protagonistas da su brazo a torcer:

Mientras el Gobierno y las organizaciones sociales procuran reencausar el debate y mejorar el contenido de la Ley, los medios privados hacen

activismo en contra de la existencia misma de esta, bajo la premisa “la mejor ley es la que no existe (Abad, 2011: 134).

Referente de los organismos nacionales e internacionales oponentes a la Ley Orgánica de Comunicación.

Organismos nacionales.

En esta disyuntiva la polémica no está ausente de las críticas y opiniones de organismos nacionales e internacionales, pero cabe reiterar previamente que los medios de comunicación ecuatorianos casi en un 90% son de propiedad privada, particular que con el devenir del tiempo ha atravesado por múltiples procesos histórico – políticos en los que han buscado siempre alcanzar réditos económicos y políticos en beneficio de sus dueños. Estos grupos propietarios de los medios, cumpliendo con su rol, construyen los discursos en función de sus intereses y los intereses de los poderes fácticos, concluyendo esta relación en unos casos, en un espectro de apadrinamiento y encubrimiento y en otros, de confrontación al Gobierno como se observa actualmente.

Estos antecedentes promovieron con más fuerza el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, que elimina la vinculación económica de los medios, el auto regulación y la intromisión política en la producción periodística.

El 20 de noviembre del 2008 Rafael Correa, presidente de la República, ordenó mediante Decreto Ejecutivo Nro. 1445 la creación de una Comisión Auditora de frecuencias de radio y televisión integrada por cinco miembros nacionales y dos extranjeros, con sus respectivos suplentes. La Comisión inició sus trabajos el 15 de diciembre de 2008 y entregó el informe final en mayo del 2009. Entre los datos recabados más relevantes esta precisamente que cerca del 90% de medios de comunicación en el Ecuador son de propiedad privada, el 10% restante son públicos y/o comunitarios. La Comisión Auditora de Frecuencias señaló en su Informe, y en declaraciones posteriores de sus miembros, la necesidad y la conveniencia de producir cambios legislativos para evitar que esta graves irregularidades sigan produciéndose, así como instó a las autoridades competentes, incluyendo a la Fiscalía General del Estado, a que inicien las acciones legales que permitan recuperar en favor del Estado las frecuencias ilegalmente obtenidas y sancionar a quienes se beneficiaron ilegitimamente de ellas, de su comercialización o de su usufructo (Jurado, 2010: 3).

Es relevante conocer de a los organismos nacionales que se enmarcan en las descripciones anteriores:

- Unión Nacional de Periodistas (UNP), fundada en 1940.
- Federación Nacional de Periodistas (Fenape), creada en 1975.

- Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), creada en 1985.
- Asociación de Canales de Televisión del Ecuador (ACTVE), fundada en 1978.
- Asociación Ecuatoriana de Radiodifusores (AER), fundada en 1946.
- Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios Ecuador), creada en el 2006-2007.

La UNP es el organismo más antiguo, sus núcleos se encuentran en 16 provincias, con 3500 socios a nivel nacional, luego aparece la Fenape constituida por 17 colegios de periodistas en todo el país. Tomando en cuenta que determinados profesionales son socios tanto de la Fenape como de la UNP, se considera que el número de socios de estos organismos es indeterminado, lo que sí se sabe es que el mayor número de socios se concentran en Quito y Guayaquil.

El grupo de socios está conformado por periodistas activos en medios de comunicación privados, periodistas que laboran en el sector público, periodistas dedicados a comunicación organizacional o relaciones públicas y otros son periodistas que no ejercen la profesión.

Desde el 14 de mayo del 2008, estos organismos se ven amenazados con su extinción por cuanto funcionan con los aportes mensuales de sus miembros, esto debido a la derogatoria de la obligatoriedad de la colegiatura o agremiación para los periodistas y profesionales de otras ramas, después de la publicación en el Registro Oficial Nro. 336 de 14 de mayo de 2008 determinó la inconstitucionalidad de la Afiliación Obligatoria Cámaras Gremios Colegios.

AEDEP: entre sus socios más representativos están: El Comercio, Hoy, El Universo, Expreso, El Diario, El Mercurio, La Hora, Revista Vistazo, Asociación de Diarios Regionales.

ACTVE: es una organización gremial que agrupa a algunos de los principales canales de televisión del Ecuador: La Asociación fue fundada en 1978 y tiene domicilio en Quito y Guayaquil. A ella pertenecen RTS, TC Televisión, Gama TV, Canal Uno, Telerama, CN Plus y CD.1. Desde 2010 retomaron los miembros Ecuavisa y Teamazonas.

En Ecuador existe otra asociación de canales de televisión, llamada Canales Comunitario Regionales Ecuatorianos Asociados (CCREA) (antes Asociación de Canales Regionales y Locales de Televisión-ATV).

Fundamedios: A finales de 2006 la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, Fundamedios, nace como un grupo multidisciplinario (no solo integrado por periodistas, sino por arquitectos, antropólogos, economistas y gente de mercadeo, como Rómulo Moya Peralta, Luis Herrera, Fernando Vallejo y Santiago Izquierdo, entre otros) para establecer un diálogo claro y directo entre el periodismo y la ciudadanía, así como para abrir las discusiones y líneas de acción en un ámbito regional, no solo en Ecuador. En mayo de 2007 Fundamedios ya tenía vida legal e inició este recorrido que lleva ya más de 4 años enfocado en la defensa de la libertad de expresión, así como en la Observación e Investigación del Contenido de los Medios

AER: Como antecedentes para el surgimiento de la AER se cuenta la III Conferencia Interamericana de Radiocomunicaciones (en septiembre de 1945), cuya realización entusiasmó a los delegados ecuatorianos, quienes retornaron con el propósito de organizarse de mejor manera en el país.

De esta manera comenzó de inmediato la actividad organizadora de Washington Delgado Cepeda, Rigoberto Ortiz Bermeo y otros periodistas en Guayaquil, mientras Gonzalo Bueno Chiriboga trabajaba con igual fin en Quito.

Después de varias convocatorias y encuentros preliminares llegó la I Asamblea Nacional de Radiodifusoras, del 4 al 8 de febrero de 1946, con la asistencia de 22 representantes de emisoras privadas de Quito, Guayaquil, Portoviejo, Cuenca y Loja.

El 8 de febrero de 1946 nació oficialmente la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusores (AER) y se nombró como su primer presidente a Gonzalo Bueno Chiriboga; Francisco Cruz, vicepresidente, Rosendo Gavilanes, secretario. La sede de la AER se fijó en Quito.

Prontuario de la vinculación económica de los medios de comunicación en grupos de poder económicos y financieros antes de la Carta Magna de 2008.

Es evidente que los medios de comunicación en el país están en manos de grupos de poder económico y financiero como se demuestra en los referentes que posteriormente se describen, los mismos que a nombre de la democracia y de la libertad de expresión monopolizan la información mediática privada y pública a su manera.

Una vez en vigencia la Constitución aprobada en el 2008, desarticula a estos grupos de poder económico a través del Art. 312 que textualmente señala:

Las entidades o grupos financieros no podrán poseer participaciones permanentes, totales o parciales, en empresas ajenas a la actividad financiera.

Se prohíbe la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas (Constitución Política del Ecuador, 2008).

Identidad de grupos familiares vinculados a los medios de comunicación.

Grupo Egas: Tuvo a cargo la cadena de televisión Teleamazonas, Revista Mundo Diners, Agencia Delta Publicidad, las revistas Gestión, Soho, Fucsia, Cosas; además de Banco Pichincha, Banco de Loja, Rumiñahui, Diners Club; las empresas Multicines, la productora Publi Promueve y sería socio del Grupo Mantilla-Anderson de diario Hoy. Adicionalmente posee acciones en Autodelta, Centro Comercial El Condado y otros negocios como Megamaxi.

Grupo Alvarado Roca: Tiene a su cargo el canal Ecuavisa, las revistas Vistazo, Generación 21, Hogar, Estadio, un canal en UHF con señal abierta en Estados Unidos y España; empresas como Artesgráficas y tiene participación accionaria en las inmobiliarias Alcor y Roalpa, Cendetel y Agroespíritu.

Grupo Pérez: Propietario de los periódicos El Universo y Súper, y Radio City. Además es socio del Grupo Alvarado Roca en el sistema de televisión pagada Univisa. Pero los negocios de este grupo van más allá, pues ellos tendrían la Compañía Naviera de Turismo Galápagos, Canodros, Unipartes y también mantendrían acciones en el Banco de Guayaquil.

Según auditoría de medios de comunicación publicado por Mauro Andino en 2009, el Grupo Pérez tendría acciones en otros negocios como Uniprensa, Unidiario, Agrícola Guayaquil, Uniediciones e Industrializadora de Alimentos Santa Iné.

Grupo Eljuri: La familia Eljuri administra Telerama y sus 12 frecuencias, además de negocios automotrices y de perfumería.

Grupo Mantilla: Propietario del diario El Comercio, Últimas Noticias, Radio Quito, Radio Platinum, Ecuadoradio y la Empresa de Teatros y Cines de Quito, en asociación con el Grupo Mantilla-Anderson, de diario Hoy. Tiene también acciones en Megadatos, Access proveedora de Internet, negocios empresariales en Cofiec y sería

socio con el grupo Egas Grijalva en Metropolitana de Seguros y Consorcios del Pichincha, además de nexos con empresas automotrices. El Grupo Mantilla-Anderson, en cambio, tiene a su cargo diario Hoy, radio Hoy, TVHoy, varias revistas y la Empresa de Teatros y Cines de Quito

Grupo Vivanco: Propietario de diario La Hora con 14 ediciones regionales, también manejaría Radio Planeta, Revista Judicial, Satnet (Servicios Agregados y Telecomunicaciones) y Editorial Gran Tauro, que edita la revista Vanguardia en sociedad con el Grupo Martínez, propietario de los diarios Extra y Expreso. Además, este grupo empresarial tendría vínculos con el estudio jurídico Vivanco & Vivanco, Casa Vivanco y TV Cable. A éstos, se suman también los grupos financieros y organismos internacionales.

Grupos financieros.

Grupo Pichincha-Egas: Dueños del Banco Pichincha, la entidad financiera más grande del país y del Banco de Loja que también forma parte de este grupo.

Grupo Quirola Canessa: Banco de Machala y los medios de comunicación Caravana.

Grupo Paz Wright: Radio Visión y empresa financiera Produbanco.

Organismos internacionales.

Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), desde 1950 alterna sus sedes en países Iberoamericanos y Estados Unidos, está conformada por 1.300 publicaciones afiliadas, aval que le permite transformarse en actor político clave para la contraofensiva mediática de los medios de comunicación frente al Gobierno Nacional.

Con una actitud emblemática, la Sociedad Interamericana de Prensa cada vez que existen pronunciamientos del Gobierno en contra de los medios de comunicación interviene como defensor y protector de estos medios creyéndose un organismo superior comanda internacionalmente las ponencias de sus asociados, por lo que se toma la libertad de cuestionar y responder las decisiones del Gobierno ecuatoriano.

Por lo que reiteradamente se visualiza la publicación de artículos relacionados con la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Reporteros sin fronteras, Committee to Protect Journalists y la reproducción íntegra de notas publicadas en diarios como New York Times (EE.UU.), el Clarín (Argentina) y otros organismos internacionales dedicados a tratar temas sobre medios de comunicación.

Es así, que en un comunicado de prensa el Comité Internacional³ donde consta como participante la SIP cuestionan las decisiones tomadas por las instituciones judiciales del Ecuador, según ellos por violar la libertad de expresión y los Derechos Humanos.

En un acápite del documento menciona:

El Comité Coordinador Resuelve:

Condenar el cierre o caducidad de concesiones de radiodifusión sonora bajo la apariencia de legalidad, como es invocar el atraso en el pago de derechos o impuestos.

Denunciar que estos cierres vulneran el artículo 13 de la Convención Americana, toda vez que constituyen vías o medios indirectos para restringir la libre expresión mediante el abuso de controles oficiales y que ninguna imposición tributaria puede afectar la vigencia de los Derechos Fundamentales reconocidos por la Convención Americana de DDHH.

Dejar constancia que, las caducidades impuestas son ilegítimas si no se respetan las normas del debido proceso y no se adecuan a la Convención Americana de Derechos Humanos. Exhortar al Gobierno de Ecuador a evitar los ataques y amenazas en contra de medios de comunicación independientes y periodistas que no le sean afines y revertir las caducidades y clausuras de medios otorgando a los afectados la posibilidad de subsanar las faltas que se les imputa, en el caso de aquellos que aún no las hubieren corregido (SIP, Julio 2012).

También hay que mencionar que diarios privados de todo el mundo han asumido el espíritu de cuerpo, al ser solidarios y rechazar todo acto que tenga que ver con el cuestionamiento de la labor de la prensa en los países donde poseen gobiernos de tendencia progresistas o nacionalista. Así, cuando hay comunicados, reportajes o notas en el espacio de la prensa internacional los medios privados del Ecuador tienden a reproducirlos íntegramente y hacen eco como si fuera la última palabra a seguir.

Para demostrar este procedimiento he recogido las opiniones vertidas por el periódico New York Time de Estados Unidos, reproducidas por diario El Universo, sobre la democracia y el sistema judicial del Ecuador: "Los Estados Unidos y otras democracias necesitan protestar ruidosamente por el asalto del señor Correa a la prensa libre y su cínico secuestro del sistema judicial ecuatoriano" (El Universo, Junio 2011).

³Comité Conformado por:

Asociación Internacional de Radiodifusión, AIR;
Asociación Mundial de Periódicos y Editores, WAN/IFRA;
Asociación Mundial de Revistas, FIPP;
Comité Mundial de Libertad de Prensa, WPFC;
Comité para la Protección de los Periodistas, CPJ;
Instituto Internacional de la Prensa, IPI;
Sociedad Interamericana de Prensa, SIP.

De la misma forma, también el diario El Universo el 22 de febrero de 2012 reprodujo opiniones vertidas en diferentes partes del mundo sobre la decisión de juicio que tomó el Gobierno Nacional frente a este mismo periódico, sus editores y el articulista de opinión Emilio Palacios. Así, El Universo despliega una amplia cobertura sobre los discursos que ayuden en esta guerra mediática contra el Gobierno, el diario Le Soir de Bélgica menciona:

Las asociaciones internacionales de derechos humanos, las organizaciones de defensa de la libertad de expresión, como el Comité de Protección de Periodistas, Reporteros Sin Fronteras o la Asociación Mundial de Periódicos, describen un hombre político agresivo, vengativo, dispuesto a utilizar los procedimientos judiciales más rudos para amordazar a sus adversarios políticos y, al mismo tiempo, restringir las libertades (El Universo, Febrero 2012).

Defensa y ataque de los medios de comunicación.

En nuestro país, la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador (UNP) también mantiene una postura contraria al Gobierno, manifestada en un editorial publicado de su medio digital El Reportero:

Las interpretaciones de la Constitución, el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, los juicios a los medios y a los periodistas, el ataque a la CIDH, la amenaza a la OEA, las limitaciones a la información en la campaña electoral... todo demuestra que la revolución ciudadana no sabe qué hacer con la prensa y ha hecho un papelón ante el mundo” (UNP et. al., 2012: 2).

En este mismo artículo la UNP refiere:

La Unión Nacional de Periodistas sí sabe lo que quiere: continuar sin miedo con la ineludible defensa de la libertad de expresión, seguir con la valiente defensa del ejercicio periodístico y el orgullo de ser periodista, avanzar en la lucha por el respeto del trabajo periodístico de manera profesional, no desmayar en la firme defensa de los principios fundamentales del ser humano y sobre todo de los colegas periodistas, que a pesar de las adversidades siguen cumpliendo con su profesional tarea de informar, investigar, y servir a la comunidad y el país (UNP et. al., 2012: 2).

Sin duda alguna, los medios de comunicación juegan un papel prioritario en las sociedades contemporáneas, a través de sus múltiples representaciones sociales y su capacidad de “construir realidades” (Vasilachis, 1997: 50). Su producción mediatizada facilita a que su visión y producción simbólica se construya desde una visión acertada y objetiva.

Los periodistas suelen apelar a los consabidos principios positivistas del periodismo tales como “objetividad”, “neutralidad” e “imparcialidad” para plantearse un lugar “ubicuo” en la lucha, lugar que se pretende ideológica y políticamente aséptico y colocado siempre del lado del “bien” y de los “buenos (Reyes: 2007: 76).

A partir de los paradigmas propuestos por el periodismo liberal los medios justifican su participación política desde la necesidad social de construir antes que denunciar. Por esa razón, asumían el papel del contrapoder frente a los abusos que según ellos vienen del Estado, lamentablemente esta relación empezó a cambiar radicalmente, ya que es el Estado, quien tiene el poder sobre los medios de comunicación.

En el marco del proyecto de Ley, se han generado discursos especulativos sobre la posible pérdida de la libertad y la posible censura, identificándola como “ley mordaza”, colocando al gobierno de Rafael Correa como dictatorial, entre otros. “Han aceptado pelear en el terreno del adversario, es decir, en el campo de la política, en lugar de hacerlo en el campo del periodismo y la información” (Dettleff, s/r en Cañizález, 2011: 42).

La relación medios – Gobierno se vincula desde el juego amigo – enemigo que construye una relación conflictiva. Es evidente que los medios de comunicación privados han dejado en un segundo plano su rol de veracidad y objetividad para asumir un activismo político que busca a través de los espacios mediáticos afectar al Gobierno antes que cumplir con su deber de informar.

Gustavo Abad, en su libro “El Club de la Pelea” cita a Hernán Reyes para resumir las causas del cuestionamiento público a los medios “(...) cada vez es mayor la participación de los medios como actores políticos, es decir, como defensores del *statu quo* y de los valores del sistema dominante e injusto” (Abad, 2011).

Los medios tienen un papel protagónico ya que desde los escenarios mediáticos se hace política, se debaten las ideas y es el espacio de contacto Gobierno – ciudadanía. La aprobación y creación de la Ley Orgánica de Comunicación responde a los paradigmas que el Gobierno Nacional plantea desde su discurso político nacionalista, con la intervención y participación de las grandes mayorías.

En definitiva, al Gobierno Nacional, le urge la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación para regular las actividades de la prensa en todos los sectores y otorgar más equidad en el ámbito comunicacional. Obviamente se necesita una ley que responda a las necesidades actuales donde el público sea el primer beneficiado. Reitero, que, lo que

sí se ha evidenciado en esta pugna, es el poderío económico de los medios privados por sus nexos con grupos financieros.

Queda claro también que años atrás el poder de los medios estaba disfrazado, hoy se los aprecia como actores políticos con gran poder y que no rinden cuenta a nadie.

No es objetivo de este trabajo analizar punto por punto la propuesta de Ley Orgánica de Comunicación sino dejar claro y evidenciar cómo los medios de comunicación privados realizaron campañas abiertas en contra de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, tomaron la postura de actores políticos del Ecuador sin ningún tipo de legitimidad.

Ramos y Cerbino dicen “El Ecuador es uno de los países latinoamericanos con mayor concentración en la propiedad de los medios gráficos y audiovisuales (Ramos y Cerbino, 2011: 176). Asimismo, los investigadores y académicos citan datos recabados del 2006 en una investigación efectuada por el programa de comunicación que “cuatro grupos empresariales reúnen cerca del 50% de medios gráficos con cobertura nacional” (Ramos y Cerbino, 2011: 176). En este mismo texto se puede encontrar información sobre la Comisión para la Auditoría de las Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión que muestra que “por lo menos cuatro concesionarios controlan canales de VHF en prácticamente todo el país (entre 21 y 23 provincias)” (Ramos y Cerbino, 2011: 178).

Estos son algunos puntos que se debaten en la Ley Orgánica de Comunicación y que poco se conoce en el país. Indudablemente esta concentración ha permitido que los medios de comunicación estén directamente relacionados con los grupos económicos y financieros del país que ahora desesperadamente tratan de boicotear los planes del Gobierno Nacional, y contrariamente el Gobierno ha caído dentro de esta misma jugada no se da todo el valor al público que consume los medios aunque haya artículos donde están directamente afectados o vinculados. “Resulta evidente que esta concentración ha producido y perpetuado la existencia de asimetrías de todo tipo – geográficas, culturales, económicas y lingüísticas – en la producción informativa en el ámbito nacional” (Ramos y Cerbino, 2011: 176).

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN

La teoría de *agenda setting* logra imponerse como el nuevo paradigma para el análisis de medios de comunicación, presupone un cambio importante sobre los estudios de los efectos de los medios ya que logra medir su influencia a corto plazo a través de sistemas complejos que buscan cambiar la representación de la realidad sobre algunos temas determinados.

Esta investigación pretende ahondar en los dos niveles de *agenda setting* para evidenciar la campaña mediática, a través de los múltiples intentos de focalizar la información, de generar mayor credibilidad a determinados actores políticos y utilizar herramientas promocionales para posicionar en la opinión pública un enfoque negativo.

Para dicho objetivo se utilizará un análisis de contenido “que se aplica a todas las formas del uso del lenguaje y textuales, pero la idea esencial es que la comunicación ocurre mediante formas “textuales y orales”, adaptadas a localizaciones sociales, tópicos y participantes particulares” (McQuail: 2000: 496), para mostrar de una forma cuantitativa la estructura textual y lograr el propósito de la investigación que es poner en evidencia cómo la prensa escrita, muestra grandes divergencias en el tratamiento informativo y cómo los temas van logrando relevancia en la opinión pública.

Citando a Bernard Cohen “la prensa quizá en muchas ocasiones no consiga decirle a la gente qué pensar, pero es asombrosamente exitosa en decirle a sus lectores sobre qué pensar” (Cohen, 1963). De esta manera se prioriza al estudio metodológico de *agenda setting* para llegar a dilucidar como los temas se vuelven relevantes en la agenda mediática a través, de la construcción y el encuadre que define el tipo de actores que formaron parte del conflicto por la Ley Orgánica de Comunicación.

Análisis diarios El Comercio y El Universo.

El sistema de los medios de comunicación en el Ecuador se caracterizó por la centralización, la información era monopolizada por pocas empresas de comunicación, sin embargo, con la creación de medios públicos se abre la contienda en la opinión pública.

Esta investigación utiliza el sistema productivo de los medios para dar cuenta, la tematización que utilizó el diario El Comercio y El Universo, con la intención de ejecutar un análisis comparativo sobre su manejo de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2011.

Libertad de expresión.

A partir del debate de la Ley Orgánica de Comunicación se generaron grandes debates sobre la libertad de expresión y como es practicada en el Ecuador. Particularmente el 2011 fue un año polémico ya que se emprendieron varios juicios y el Gobierno Nacional presionó para que la ciudadanía pueda tener mecanismos de denuncia y rectificación por parte de los medios de comunicación.

Con este contexto podemos determinar que se generaron 143 notas periodísticas en diario El Comercio y 181 en El Universo durante todo el año. Gran parte de la información denunciaba la pérdida del derecho constitucional que tienen los ciudadanos y que el Estado tiene la obligación de garantizar.

Es importante recordar que en nuestro país los medios de comunicación nacen como un negocio familiar que monopolizó la industria, sin embargo, el enfoque informativo justifica a los medios de comunicación y asumen que la prensa comete errores irrelevantes.

El tema de la Ley Orgánica de Comunicación mantuvo actualidad durante todo el año y se logró determinar que los mayores picos informativos fueron en diario El Comercio entre abril y octubre con una publicación de 42 notas, mientras que en El Universo el flujo informativo entre julio y agosto fue con 120 notas publicadas.

La exposición del discurso político tuvo meses con mayor frecuencia informativa. En el caso de diario El Comercio subió los niveles informativos entre abril y octubre con 42 notas que colocándolas en contexto, esta temporalidad responde a los avances legislativos sobre el proyecto de Ley, a través del uso de vocerías internacionales como la: SIP, PSF, Fundamedios, entre otros que marcan una tendencia a la denuncia pública internacional.

En el caso de diario El Universo los meses de mayor flujo informativo están focalizados en los meses de julio y agosto con un total de 120 notas que contextualizan la problemática del juicio emprendido por el presidente Correa al articulista Emilio Palacio y a los dueños de diario El Universo.

Los temas referentes a la libertad de expresión y la Ley Orgánica de Comunicación fueron publicados en diario El Comercio en la sección de política con 83 notas y 52 en las páginas de opinión, a diferencia de diario El Universo que publica 137 notas informativas y 5 de opinión. La mayor parte de las publicaciones toman fragmentos de la historia y la relevancia de Eugenio Espejo y Juan Montalvo denotando la importancia de la escritura y la lucha para garantizar las libertades fundamentales a través de la confrontación del poder desde la difusión del pensamiento.

El segundo eje de reflexión plantea una base legal partiendo desde la Constitución de la República en su artículo 66, numeral 6, “el derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones” (Constitución Política del Ecuador, 2008). De tal manera que plantea la pérdida de este derecho fundamental y la publicación de informes del Sistema Interamericano de Derechos Humanos donde se cuestiona a todos los gobiernos latinoamericanos, tildándolos de abusivos por sus diversas luchas contra la prensa.

Al determinar que el mayor flujo informativo está en las secciones de política y actualidad permite identificar los géneros periodísticos utilizados y como el género informativo es un puntal para legitimar el discurso sobre la libertad de expresión.

La confrontación diaria para ganar legitimidad dentro de la opinión pública crea sin número de estrategias para que la información publicada pueda ser asumida como verídica.

El uso de los géneros periodísticos es una de las herramientas más efectivas para tematizar y limitar el debate sobre la Ley Orgánica de Comunicación, la interrelación de libertad de expresión y derecho a la información lo plantearon como dos principios homogéneos.

Los espacios informativos son utilizados en un 68% en diario El Comercio y 75% en el diario El Universo demostrando que los espacios que se presentan como neutrales y veraces se construyen con voceros seleccionados estratégicamente y plantean marcos de reflexión que sobrepasan el debate público y que buscan manipular a las audiencias sobre qué pensar y cómo pensar sobre el debate de la Ley Orgánica de Comunicación.

El manejo de las fuentes es crucial para comprender los mecanismos discursivos ya que el sustento se lo ejecutó a través de organismos nacionales e internacionales. Entre las fuentes utilizadas en los dos medios encontramos a periodistas, assembleístas

nacionales, uso de personajes históricos, entre otros. Como se detalla en la gráfica podemos determinar que la mayor parte de los voceros utilizados son personajes públicos que están en total oposición al régimen, permitiendo evidenciar el enfoque que tendrá la información.

Tabla 1. Voceros – Libertad de expresión.

Presidentes de la región	Organismos nacionales e internacionales	Asambleístas	Periodistas	Figuras públicas	Personajes históricos
Dilma Rousseff Evo Morales Hugo Chávez Cristina Fernández	Eric Samson (Periodismo sin Fronteras) César Ricaurte (Fundamedios SIP) Mónica Chuji (UNP) Catalina Botero (CIDH) José Miguel Vivanco (AIDEP)	César Montufar Fausto Cobo Mauro Andino Betty Carrillo Cynthia Viteri Rolando Panchana Fernando Cordero Mauro Andino	Vicente Ordoñez Emilio Palacio Rubén Darío Buitrón Thalía Flores y Flores Diego Cornejo Orlando Pérez Diego Oquendo Miguel Rivadeneira Lourdes Tibán Martín Pallares Francisco Febres Cordero Jorge Ortiz Janeth Hinostroza	J. Carlos Solines Ricardo Mancianti Oswaldo Hurtado Jaime Nebot Lenin Moreno Vinicio Alvarado Alberto Acosta	Eugenio Espejo Tránsito Amaguaña Martín Luther King Gandhi Monseñor Leonidas Proaño Nelson Mandela

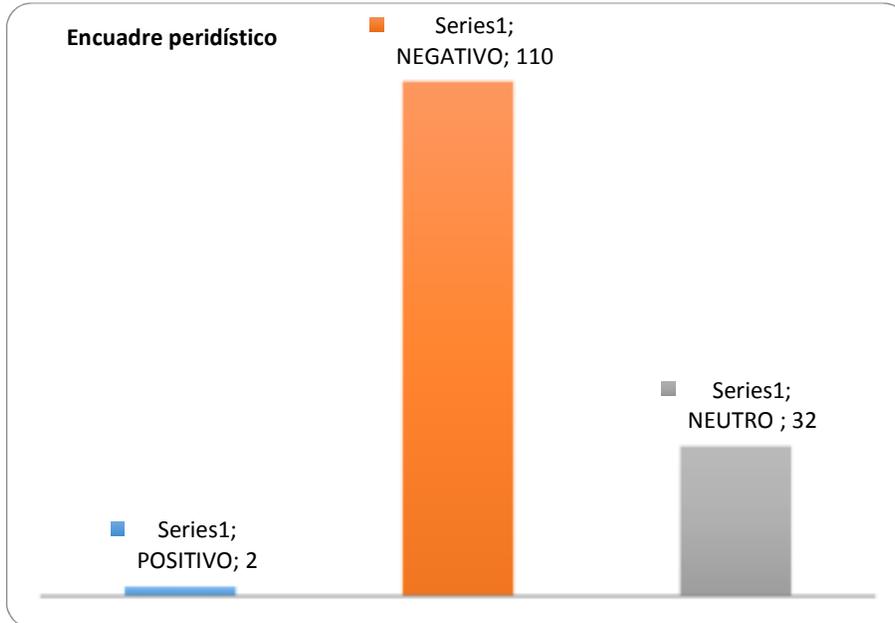
Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

La vocería y el uso de la imagen pública de periodistas de trayectoria como Diego Oquendo, Jorge Ortiz, Janeth Hinostroza y en menor medida la de periodistas de medios públicos marca la intencionalidad en las diferentes publicaciones.

Esta orientación determinó 143 notas periodísticas publicadas en diario El Comercio y 181 notas en El Universo. Esta base analítica demuestra que existió un encuadre negativo en el manejo de la libertad de expresión, las brechas entre las notas positivas y negativas es abrumadora, la imparcialidad es una categoría moral que utilizan los medios para legitimar sus contenidos, de tal forma que podemos codificar 31 portadas de diario El Comercio y 44 de El Universo.

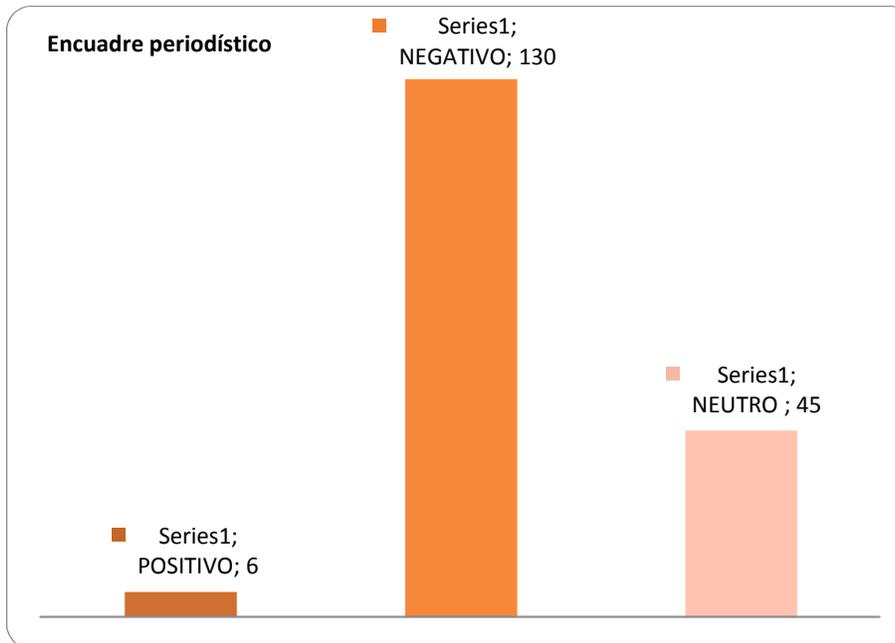
Finalmente todos los referentes identificados nos lleva a analizar el enfoque de publicación de las notas periodísticas, este tono valorativo permite identificar que la cobertura periodística focaliza su contenido para determinar que no existe libertad de expresión en el Ecuador.

Gráfico 2. Encuadre periodístico. Tono valorativo Diario El Comercio.



Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

Gráfico 3. Encuadre periodístico. Tono valorativo Diario El Universo.



Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

Ley Orgánica de Comunicación.

El proyecto de Ley Orgánica de Comunicación tuvo algunas trabas antes de su aprobación en el 2013. Particularmente el 2011 fue el año donde los asambleístas no lograron consensos para la aprobación de la Ley.

Entre junio y julio se abre la disputa legislativa sin llegar a ningún acuerdo para la aprobación de la Ley. Se empezaba a cuestionar los organismos que regularían al sector. De tal forma que podemos observar que el tema escala significativamente.

Diario El Comercio publica 40 notas en los meses más elevados que fueron junio y noviembre y El Universo publica 69 en los mismos meses, encontrado una primera similitud de contenidos, no sólo por las semejanzas de publicación sino porque se utilizó el aniversario del liberalismo en el Ecuador, para triangularlo y hablar sobre la propuesta de Ley.

La información mayoritariamente estuvo publicada en sus páginas de política, de tal forma, diario El Comercio publica 62 y El Universo 150 en su sección de actualidad que son espacios destinados al manejo de coyuntura política.

En la codificación individual podemos evidenciar que la información no sé pública en espacios de opinión y por el contrario son usados los espacios informativos con 53 notas, 9 entrevistas en diario El Comercio y a diferencia de El Universo que publicó 119 notas, 15 entrevistas y 20 artículos de opinión.

Después de verificar el manejo informativo podemos determinar que los actores políticos y sociales son en gran medida los que hablan sobre la Ley Orgánica de Comunicación. Hemos encontrado la similitud de voceros utilizados como fuentes partiendo con organizaciones internacionales que son críticas al Gobierno central, asambleístas en oposición de la Ley y miembros de la bancada de AP que participaron en las mesas de construcción del proyecto.

En cuanto a la intervención de periodistas en su mayoría pertenecen a medios de comunicación privados, sin embargo, existen notas periodísticas en los dos diarios que mencionan a periodistas de medios públicos o figuras públicas que están de acuerdo con la regulación.

Tabla 2. Voceros - Ley Orgánica de Comunicación.

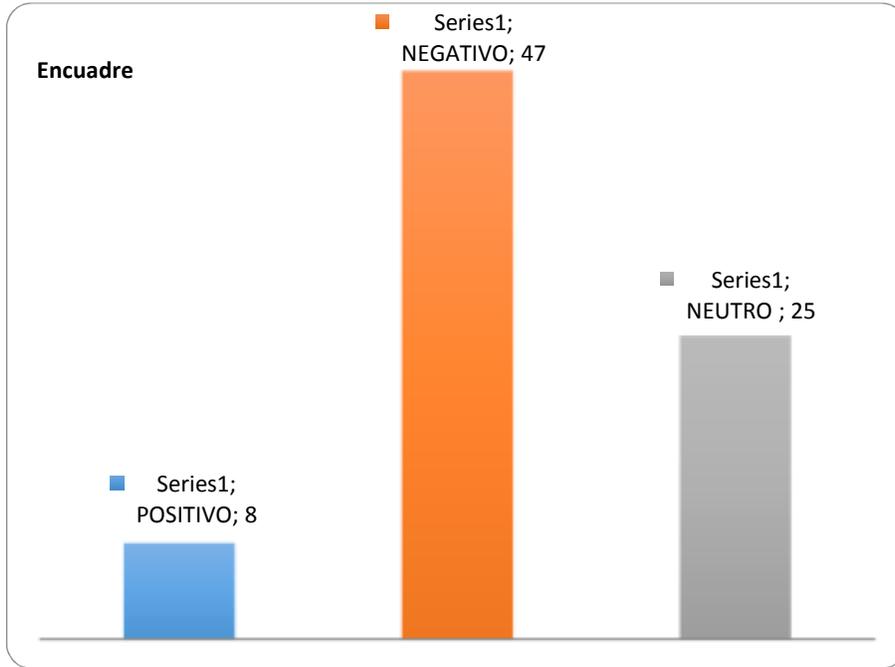
Organizaciones Nacionales internacionales	Asambleístas	Periodistas	Figuras públicas
Otto Sonnenholzne HWR Catalina Botero CIDH	Fernando Cordero Paola Pabón Virgilio Hernández César Montúfar Rolando Panchana Lourdes Tibán Betty Carrillo Mauro Andino Rolando Panchana Ma. Augusta Calle Cynthia Viteri Jorge Escala Paco Moncayo Francisco Velasco Andrés Páez Christian Zurita Emilio Palacio Diego Cornejo Carlos Pérez Eric Samson Dalo Bucaram Jimmy Pinargote	Vicente Ordoñez Fernando Cordero Fabricio Correa Janeth Hinostroza Rubén Dario Buitrón Miguel Rivadeneira Estefani Espín Diego Oquendo Gonzalo Rosero Marcelo Dotti Ambar Pérez Marco Bravo Giovanna Tassi Orlando Pérez Wilson Moposita Carmen Andrade	Juan Carlos Solines Fernando Alvarado César Ricaurte Rafael Correa Ricardo Patiño Diego García Humberto Cholango ACADÉMICOS Y TÉCNICOS Felipe Burbano Javier Ponce Marco Proaño Maya Xavier Zabala Albert Vera Romel Jurado León Roldós Paúl Mena Rodrigo Bonilla

Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

El escenario político y el uso reiterado de fuentes genera como resultado 47 notas negativas frente 8 positivas y 25 neutras en diario El Comercio y El Universo 4 notas positivas, 96 negativas y 69 neutras.

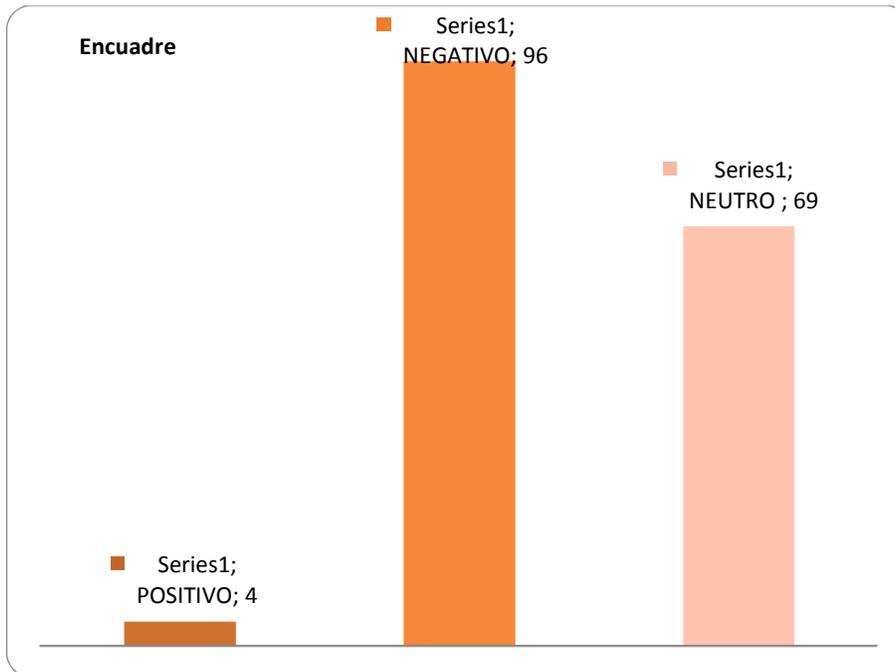
Si bien, diario El Universo tuvo un mayor flujo informativo frente al diario El Comercio, los encuadres informativos, el uso de las fuentes y el enfoque con que se desarrollo el tema, visualiza una semejanza de enfoques.

Gráfico 4. Encuadre, Diario El Comercio.



Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

Gráfico 5. Encuadre, Diario El Universo.



Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

Juicio diario El Universo.

El juicio por injurias calumniosas desplegó estrategias mediáticas que permitieron visualizar a los medios como actores políticos abiertamente representados. El manejo que tuvo la información sobrepasó la base informativa sobre el juicio, se asumió un rol social y se interrelaciono los temas de: Ley Orgánica de Comunicación, libertad de expresión y el proceso del juicio.

Diario El Comercio generó 66 notas que apoyaban radicalmente al diario frente a la demanda por injurias calumniosas, de tal forma, que El Universo publicó 121 notas. Julio es un mes coyunturalmente fuerte porque se dicta la sentencia y la pérdida del diario.

Las secciones utilizadas no solo se encasillan en lo político, sino que el contenido es pluralizado en todas las secciones. El Comercio equilibra su contenido y tiene 25 notas en política y 20 notas en opinión.

En El Universo, 70 notas se publicaron en actualidad y 21 en opinión. El uso de géneros periodísticos no marca una limitación, si no, construye la información utilizando todas las herramientas de redacción necesarias, de tal forma, que el contenido de la Ley Orgánica de Comunicación empieza desde su marco legal y termina en la publicación de un sinnfín de caricaturas.

Ahora bien, los actores que encontramos a continuación en su mayoría estaban en contraposición a la regulación y en sus diferentes espacios públicos trataron de posicionar la idea que la regulación no era necesaria para el país.

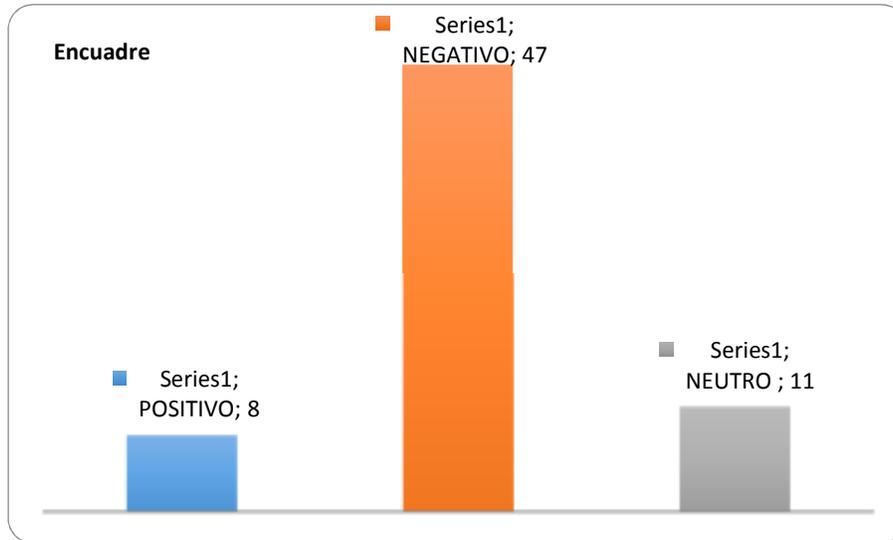
Tabla 3. Voceros – Juicio Diario El Universo.

Organizaciones Nacionales e Internacionales	Asambleístas	Periodistas	Figuras públicas	Académicos Técnicos
César Ricaurte (Fundamedios)	Fernando Cordero Mauro Andino Paco Moncayo	Vicente Ordoñez Diego Oquendo Janeth Hinostroza	Fernando Alvarado Oswaldo Hurtado	Fernando Checa Alfredo Vera Romel Jurado
Claudio Paolillo (Reporteros sin Fronteras)	Cynthia Viteri Lenin Plaza Betty Carrillo Ángel Vilema	Eric Samson Viviana Cordero Emilio Palacio José Miguel	Rafael Correa Albert Vera León Roldós Carlos Pérez	Christoph Riess Paúl Mena
Carlos Lauría (HRW)	César Ricaurte Francisco Velasco Vicente Ordoñez Betty Amores Grabiél Rivera Rolando Panchana Fernando Cordero	Vivanco Diego Cornejo Jorge Ortiz Carlos Jijón Juan Carlos Calderón Abdala Bucaram	César Pérez Nicolás Pérez Abelardo Panchano Enrique Ayala Mora Alberto Acosta	

	Ma. Augusta Calle Marco Murillo César Montúfar Lourdes Tibán Andrés Paez Gerardo Morán	Francisco Febres Cordero Pilar Nuñez Orlando Pérez Gonzalo Rosero		
--	---	---	--	--

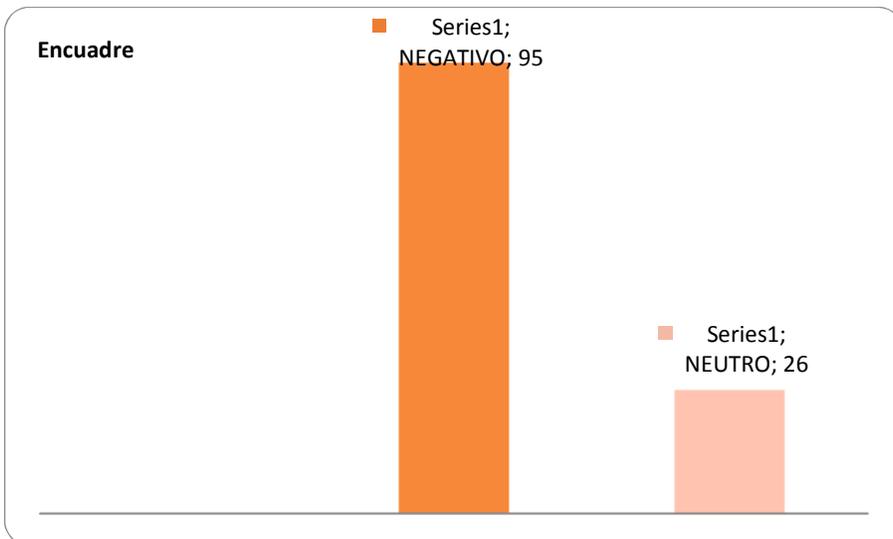
Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

Gráfico 6. Encuadre, Diario El Comercio.



Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

Gráfico 7. Encuadre, Diario El Universo.



Fuente: Investigación de la autora, PCSD.

Es importante evidenciar que El Universo es más drástico en sus publicaciones y el uso del periódico para su defensa pública sobre el juicio en su contra, de tal forma, que se publican 121 notas de prensa y El Comercio 66 que demuestran el papel de actores políticos.

Descripción de páginas y portadas relevantes.

Para la siguiente investigación es de total relevancia mostrar algunas piezas comunicacionales en fechas claves donde se demuestra su accionar político y su defensa a sus intereses de empresa a través del embanderamiento de los principios de la prensa liberal “libertad de expresión” y “derechos a la información”

Los resultados obtenidos sugieren que particularmente el 3 de mayo (Día de Libertad de Prensa) y los meses de julio y agosto (sentencia del juicio y debate legislativo sobre la Ley) los medios de comunicación analizados equilibran una campaña promocional e informativa para cuestionar el proyecto de Ley.

Mayo. Insertos y anuncios.

Este mes marca la antesala para la coyuntura intensa en julio y agosto. El día con mayor fuerza informativa fue el 3 de mayo a través de la conmemoración del Día de la Libertad de Expresión se generaron productos insertos que forman parte de la campaña de desprestigio “Y si nunca hubiesen oído sus palabras” que llevaba como portada: “3 de mayo Día Mundial de la Libertad de Expresión”

Este producto comunicacional enmarca su discurso en la crítica y los riesgos del poder versus a las diferentes figuras históricas que tuvieron relevancia en la construcción del país y del mundo como: Eugenio Espejo, Dolores Cacuango, Martín Luther King, Mandela, Juan Montalvo, entre otros.

Cada página tiene un contexto que enrola pequeños análisis sobre la libertad de expresión en el país y en la región, generando marcos de reflexión que se encamina a determinar que los gobiernos progresistas de la región, tienen conflictos con la prensa.

Figura 1. Ejemplo de páginas internas - Libertad de expresión.

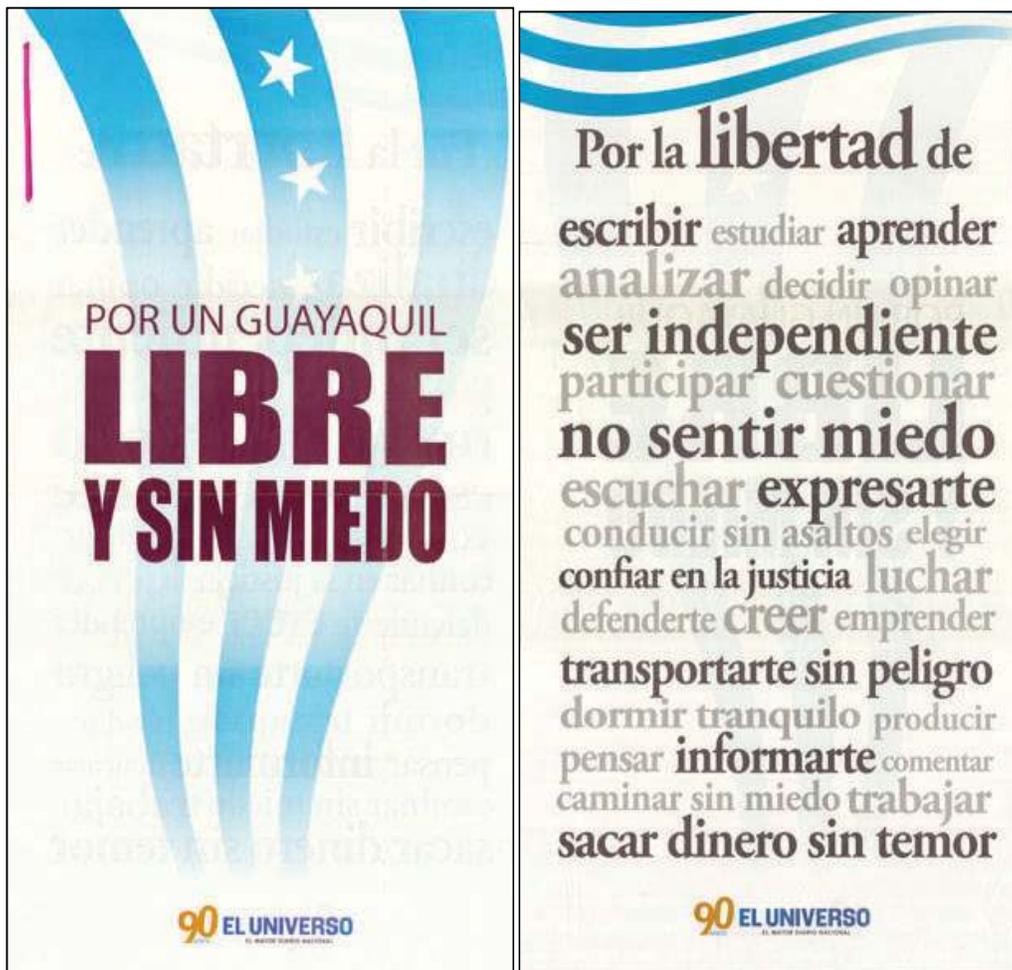


Fuente: Diario El Comercio, 03 de mayo de 2011.

El domingo 24 de Julio, diario El Universo promociona la emisión de afiche que incita a la ciudadanía guayaquileña a defender sus derechos y fue publicado el 25 de julio (fecha que celebra la fundación de Guayaquil).

Sin embargo, el discurso sobre los derechos de libertad de expresión están entre cruzados con otros derechos a educación, seguridad y garantías estatales, presumiendo que están en riesgo los derechos básicos de la ciudadanía.

Figura 2. Insertos del Diario El Universo.



Fuente: Diario El Universo, 24-25 de Julio del 2011.

Diario El Comercio publica el 24 de Julio en su primera y última página del cuadernillo 1, se grafica un anuncio del AIDEP (Asociación de Editores de Periódicos) exhortando al respeto al derecho a opinar.

Es importante destacar que en la firma aparecen 24 medios, sin embargo, algunos de ellos pertenecen al mismo grupo editorial como es el caso de diario El Comercio con sus productos internos: Familia, Líderes y Últimas Noticias.

Figura 3. Publicaciones en editoriales.



Fuente: Diario El Comercio, 24 de Julio 2011.

En cuanto al cierre del cuadernillo 1 aparece el anuncio de “las Cámaras de la Producción” que afirma que existe una limitación frente a la censura previa. Es importante destacar que dicha campaña mediática empezó mucho antes de la resolución del juicio del diario El Universo.

Figura 4. Cuadrilla del Diario El Universo.



Fuente: Diario El Universo, 25 de Julio 2011.

Espacios de opinión.

Para el 21 de julio entre las múltiples acciones que ejecutó el diario por la sentencia en su contra, fue la publicación de páginas consecutivas con artículos de opinión que exhortaban al derecho a expresarse, la lucha por la autocensura, los riesgos que podrían presentar los abusos del Gobierno central y sobre todo en victimizar y posicionar a Emilio Palacio como héroe y perseguido político.

Dichas opiniones aparecen como cartas al lector y se conjuga cartas de apoyo al diario y artículos que critican al Gobierno desde diferentes carteras de Estado.

Figura 5. Páginas de opinión.

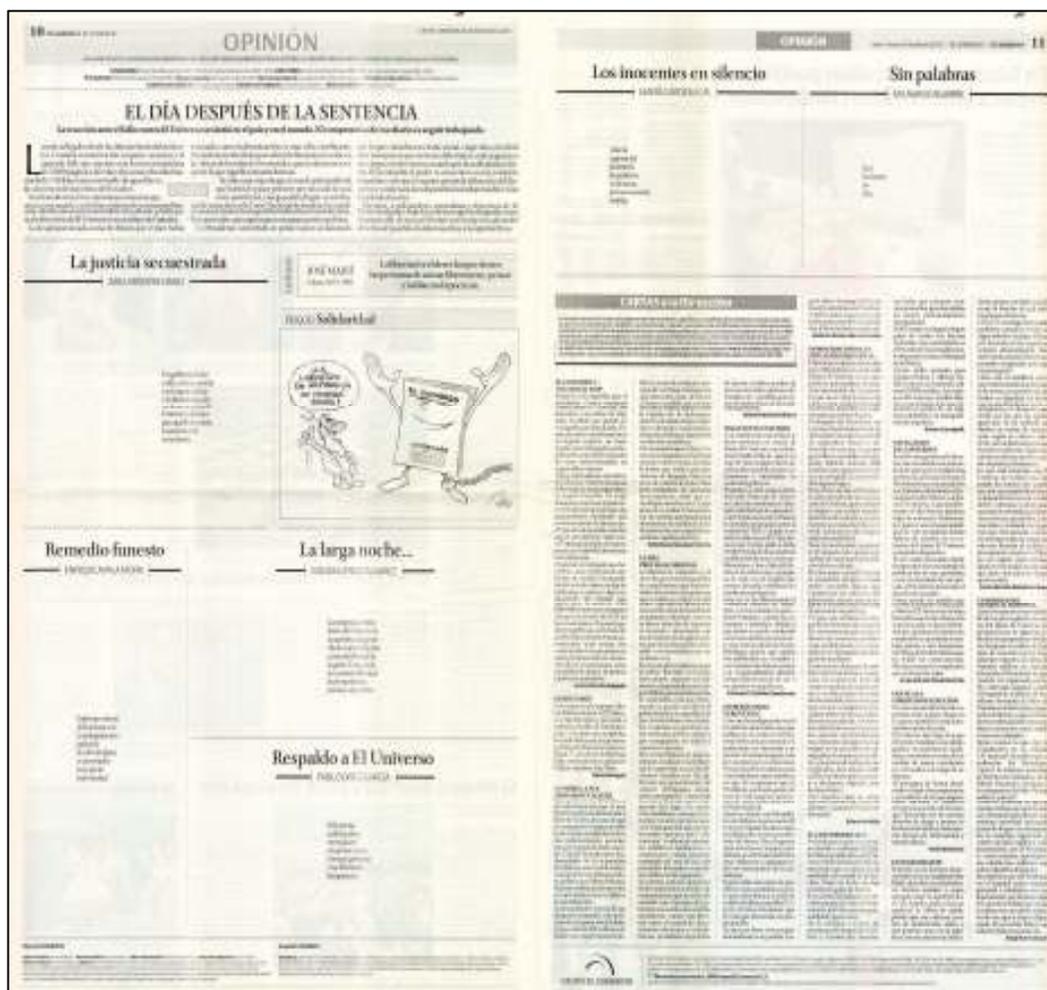


Fuente: Diario el Universo, 21 de Julio 2011.

El viernes 22 de julio el consejo editorial del diario El Comercio y algunos de sus articulistas deciden no publicar sus artículos y dejar frases celebres que concentran la información hacia la pérdida de derechos y fuertes críticas al Gobierno.

Además, el segmento de “Cartas al Lector” presenta 10 opiniones ciudadanas censurando la decisión del juez en caso El Universo y alertando sobre la pérdida de la libertad de expresión en el país.

Figura 6. Cartas al Lector.



Fuente: Diario El Comercio, 22 de Julio 2011.

La coyuntura política de julio 2011 fue crucial para identificar como los medios de comunicación privados orquestaron una campaña mediática y que toma fuerza y genera una interrelación temática con la decisión del juicio del diario El Universo, Ley Orgánica de Comunicación y libertad de expresión.

Portadas.

Frente a la propuesta de Ley Orgánica de Comunicación y la sentencia del diario El Universo, los medios de comunicación impresos del país decidieron unificar sus contenidos para generar una apreciación negativa sobre la regulación y la decisión del

caso, de tal forma, que compartieron portadas, articulistas y utilizaron las mismas fuentes para la construcción de la defensa de los derechos a la libre expresión.

Es importante destacar que las portadas se unificaron el 10 de agosto del 2011 fecha histórica donde el Presidente de la República entrega su informe de gestión a la Nación.

Figura 7. Portadas unificadas.



Fuente: Diarios El Comercio, El Universo, Expreso y Hoy el 10 de agosto del 2011.

Por otro lado, diario El Universo publica el 21 de julio como protesta a la resolución del juicio su portada vacía salvo con una cita al pie, que hace referencia a la necesidad de la democracia y la verdad.

CAPÍTULO IV REFLEXIONES FINALES

Una de las mayores preocupaciones académicas en el campo de la comunicación está íntimamente relacionada a la influencia que pueden captar en la opinión pública y a su estrecha relación con el poder político. La investigación en comunicación propone generar metodologías que permitan una base teórica fundamentada para visualizar dicha influencia pública y lograr afirmar su injerencia política en los gobiernos democráticos.

De tal forma, la siguiente investigación adopta la tematización como base teórica para determinar que los medios de comunicación tratan de controlar la agenda política a través de la cobertura periodística e influenciar a la opinión pública. El encuadre informativo permite evidenciar la jerarquización de la información y una explicación lógica al proceder de los medios de comunicación.

Las condiciones del encuadre informativo permite manejar datos, utiliza conceptos de gran utilidad como frecuencia, relevancia, que permiten una adaptación empírica para procesar el objeto de estudio que está basado en las siguientes preguntas: ¿Cómo se desarrolló la cobertura de los periódicos El Comercio y El universo frente al proyecto de Ley Orgánica de Comunicación en el 2011? ¿Qué tipo de actores contribuyen con el debate público? y desarrollar la hipótesis de que los dos periódicos generaron una campaña mediática de desprestigio para la aprobación de dicha Ley.

Entre los primeros esfuerzos de esta investigación fue generar un marco teórico basado en la tematización de Niklas Luhmann partiendo desde el análisis profundo del sistema productivo de los medios y como construyen sus interrelaciones de poder al jerarquizar los temas que componen su agenda mediática.

La elección teórica de *agenda setting* y sus diversas formulaciones permite evidenciar a través de un análisis cuantitativo del flujo informativo. Desde una fase previa se definió al 2011 como el año de estudio por la coyuntura política, fue el año que se generó la consulta popular, juicio al diario El Universo, conflictos en la Asamblea Nacional para la creación de la Ley entre otros.

Por tal motivo, la verificación del encuadre se la comprende como “la selección de algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una

interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (McCombs, 2004: 170).

Para la investigación es de vital importancia asumir la metodología de encuadre para el desarrollo de las hipótesis previstas ya que permitió generar matices analíticas para diferenciar categorías que podían ser analizadas cuantitativamente permitiendo evidenciar los discursos de actores políticos y encontrar las diferencias y semejanzas en la publicación de los dos diarios.

La siguiente investigación tenía como principal preocupación la jerarquización de la agenda temática de los diarios El Comercio y El Universo sobre su contraposición a la Ley Orgánica de Comunicación a través de su noción de libertad de expresión durante el 2011.

Esta investigación ha procurado perfilar las condiciones políticas, sociales y económicas de diario El Comercio y El Universo para dar cuenta sobre su encuadre informativo sobre la Ley Orgánica de Comunicación y cómo se construyó un fuerte discurso de oposición desde varios frentes discursivos, la cobertura periodística y la formación de voceros.

El uso igualitario de fuentes, el intercambio de notas informativas entre los medios, la organización de marchas ciudadanas, la publicación de portadas homogéneas, la publicación de comunicados de prensa en rechazo a la Ley fue un fenómeno nunca antes visto ya que siempre existió una libre competencia entre medios privados y son la prueba contundente que demuestran su papel político.

En la relación con la información periodística se ha reconocido la presencia simultánea de dos funciones: un exterior, superficial, como lo es la de informar, y otra estratégica que es la de persuadir a través de la argumentación y de alguna forma de construcción de la realidad (Vasilachis 1997:223).

El análisis realizado determina que el encuadre estuvo caracterizado en tres principios básicos: el primero la contraposición frente al proyecto de Ley, la denuncia pública sobre el riesgo de pérdida de la libertad de expresión y el juicio al diario El Universo por injurias calumniosas, elementos que constituyeron los discursos emitidos por los actores políticos.

Bajo lo expuesto en el capítulo analítico, se puede afirmar que las publicaciones de los diarios El Comercio y El Universo en el 2011 derivó en un discurso en oposición a la regulación y abrió todo un abanico de encuadres periodísticos para cumplir su objetivo.

Como lo mostramos con anterioridad se consolidaron encuadres conjuntos en el uso de voceros similares, ideas promocionales homologadas y uso de personajes históricos devela el comportamiento de los medios como actores políticos organizados que agudizan su estrategia en momentos cronológicos determinados como: El día de la Libertad de Prensa, fechas de debates públicos en la Asamblea Nacional, El Informe a la Nación, entre otros.

El análisis de la frecuencia informativa permite definir que existieron lagunas cronológicas en el primer semestre del año, donde el tema fue tratado a breves rasgos y períodos de tiempo prolongados y un mayor flujo informativo en el segundo semestre.

En este segundo semestre se puede evidenciar como el discurso político de sus voceros periodísticos, políticos y organizaciones nacionales e internacionales unificaban el discurso para mostrar varias aristas de legitimidad pública, el resultado fue 366 notas periodísticas publicadas en los dos diarios, de las cuales, el 90% tuvieron un enfoque negativo sobre la Ley Orgánica de Comunicación, además, de visualizar sus relaciones hegemónicas y de poder.

Bajo las estructuras monopolíticas existentes, la comunicación se convierte en una transmisión de mensajes abstractos institucionalizados dirigidos a un público aislado solipsísticamente en subgrupos y atrapado, por necesidad del sistema, dentro de los esquemas tradicionales (Bockelmann: 1983: 63).

La institucionalidad de la información evidencia la intención política desde el argumento legal que cuestiona la composición de la Ley, afirma ser “una Ley Mordaza” y centra su crítica en la censura previa y utiliza el miedo como factor emocional para catalogar al Gobierno como tirano, más evita profundizar en artículos relacionados con distribución igualitaria de frecuencias, sanciones morales y económicas por información no verificada de los medios, entre otros criterios que contempla la Ley.

Los dos medios impresos utilizaron reiteradamente los discursos de actores políticos en oposición a la regulación y giraron su palestra para catapultar discursos periodísticos basados desde principios morales y más no técnicos que pudieron tener un debate público.

Si bien, existe una diferencia temporal en las publicaciones de los dos diarios plantearon el proyecto de Ley innecesario y colocaban la sanción moral como la forma

más adecuada para sancionar a los medios que tuvieran algún tipo de infracción o irresponsabilidad frente a sus publicaciones.

Por tanto, “la institucionalización de temas en la comunicación entre políticos, administración y público no es un proceso autoiniciado ni autocontinuado, sino que es un proceso organizado por la comunicación social de masas” (Bockelmann: 1983: 56). La jerarquización de la agenda mediática es un sistema excluyente que determina qué puede o no ser visualizado en la opinión pública.

“La relación existente entre la opinión pública y el dominio político no es una relación de causa y efecto, es una relación que estructura un proceso” (Bockelmann: 1983: 56). De tal forma, lo político, económico y social necesitan ingresar a una lógica mediática para lograr un nicho de reconocimiento que atraviesa por fases de interpretación y representación que en muchas ocasiones difiere en su visión narrativa con la fuente.

La afirmación sobre el riesgo a “la libertad de expresión y un potencial peligro para la democracia y el miedo individual” (El Comercio, Octubre 10, 2011) fueron los titulares que posteriormente se sustentaron en informes nacionales como los de Fundamedios que concluían con la denuncia al Gobierno Nacional por la censura y la pérdida de la libertad de expresión, lo que catapultó a las declaraciones frecuentes de organismos internacionales como la SIP y reporteros sin fronteras, HRW, CIDH para presionar las diferentes acciones que ejecutaba el Ejecutivo y el Presidente Correa a título personal.

Es crucial comprender el papel de las organizaciones internacionales ya que la presión que se ejerció a través de ellas, no sólo fueron sus declaraciones oficiales sino también eran incluidos en notas periodísticas que subrayaban la presencia de dichos informes por ejemplo:

El Gobierno debiera sopesar el efecto de los juicios en la opinión internacional que, incluso antes de la sentencia contra El Universo, sigue con preocupación la relación entre el Gobierno y los medios, así como la situación de la libertad de expresión en el país (Diario El Comercio, Octubre 10, 2011).

Otro eje discursivo de relevancia es la victimización de periodistas que ya no pertenecen a medios de comunicación privados y que atribuyen su salida del periodismo al régimen.

Este es un argumento emocional fuerte porque plantea a los periodistas como salvadores y veedores de la democracia, afirmaciones como:

Por liberar a los medios en que trabajaban y a ellos mismos y sus familias de las prácticas malvadas del fascista, callaron sus voces y guardaron sus plumas reconocidos periodistas como Carlos Vera, Jorge Ortiz, Andrés Carrión y Emilio Palacio. No lo hicieron por cobardía sino por lealtad y por instinto de conservación, pues los periodistas son seres humanos que también sienten miedo y cuidan a sus familias” (Diario El Universo, Julio 21, 2011).

Todos los argumentos utilizados para victimizar a los periodistas pasa por un criterio moral más no profesional, el caso más relevante es el de Emilio Palacio, que denunció al Presidente Correa sin fundamento alguno de lesa humanidad, entonces, cabe el cuestionamiento hasta qué punto los periodistas desde su ideología de veracidad e imparcialidad pueden afectar la vida de los ciudadanos, sin prueba alguna.

Sin ningún reparo estos medios impresos aprovecharon el disenso entre los asambleístas para adjetivar a los asambleístas de país como borregos, se denunció sin fuentes de verificación que el documento tiene influencia del Ejecutivo y que tuvo cambios repentinos antes de su votación.

La noción de libertad de expresión fue descrita a partir de subjetividades del derecho del decir, como principio natural de los ciudadanos y es uno de los recursos más utilizados en defensa de sus intereses. Su puntal discursivo denunciaba la pérdida de derechos individuales, los riesgos para la prensa y buscaban demostrar que muchos periodistas son perseguidos políticos por los abusos del gobierno central.

Son ataques políticos que vienen del Gobierno, so pretexto de que en cumplimiento de su normativa interna tiene que contrarrestar las publicaciones de la prensa. Pero observemos el otro lado de la moneda, del lado que Ecuador es parte de tratados internacionales de derechos humanos y a pesar de eso viola la libertad de expresión, además del debido proceso, toda vez que jueces y tribunales ecuatorianos no son independientes ni imparciales y son susceptibles de injerencia del Ejecutivo. Una muestra es esta sentencia condenatoria contra la familia Pérez con una gran sanción económica tendiente a desarticular el periódico (Diario El Universo, Agosto 15, 2011).

Sin embargo, la definición de libertad de expresión no puede ser vista desde una sola concepción, este término no sólo vincula a un derecho unitario, sino, que también necesita ser pensado desde la democracia como el derecho a la participación.

El juicio del diario El Universo construyó todo un escenario para validar el discurso de la libertad de expresión, representar a las propuestas del Gobierno como mordazas y riesgosas para la ciudadanía. Bajo el seguimiento del juicio y el rechazo a la sentencia estos medios denunciaron la intención de cerrar y censurar a los medios de comunicación.

En los meses de junio, julio y agosto se intensificó la crítica y la denuncia contra el Gobierno, todas sus secciones fueron utilizadas para generar información sobre el juicio y relacionarlo con el proyecto de Ley. En cuanto a diario El Comercio, su flujo informativo fue menor en generación de contenidos dentro del diario, planteó varios especiales que venían insertos en fechas importantes como: 03 de mayo, 10 de agosto y 21 de julio del 2011 cuando fue la resolución del caso El Universo.

Al triangular la información sobre el juicio de diario El Universo, la noción de Libertad de Expresión y la coyuntura política del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación se puede determinar que existió un encuadre periodístico a través de la tendencia de voceros y discursos colocados en la opinión pública. Si bien, se puede comprender la similitud de sus contenidos por la coyuntura política, es cuestionable el uso unificado de portadas, el uso de voceros, la maximización informativa sobre los informes internacionales y la producción gráfica de afiches e insertos especiales.

Dicho fenómeno no podría ser considerado como una coincidencia y más bien, visualiza un trasfondo de intereses que se ve reflejado en el desequilibrio de los voceros propuestos para el manejo del tema. El juicio contra el diario El Universo es el puntal que muestra el encuadre periodístico y como a través del proceso judicial se indexó intereses políticos contra la regulación.

La ubicación de los voceros utilizados muestran los encuadres en la repetición sistémica de “la pérdida de derechos, la persecución a los periodistas y el abuso del poder” (cita), eran argumentos repetitivos en la mayor parte de entrevistas y artículos de opinión. Todos los actores políticos identificados determinaban que no era necesaria la creación de una Ley, porque ya tenían sus derechos éticos y morales.

En la cobertura periodística tomó relevancia los análisis internacionales desfavorables utilizando los casos de Argentina y Venezuela como objetos de estudio, determinando que los gobiernos progresistas de izquierda buscan limitar los derechos

constitucionales. Además, es relevante mencionar que no hubo información sobre la estructura de la Ley, pero sí existió la crítica constante a artículos puntuales.

Podemos observar que la política informativa de los dos periódicos utiliza un discurso político que asumió la postura de los actores de oposición, la designaron como única verdad, el silencio de otro tipo de actores y la imposibilidad de manejar la información de una manera más equilibrada, construyen los argumentos que determinan la intencionalidad política de los medios.

Por tanto los datos analizados determinan que los medios de comunicación El Comercio y El Universo generaron un discurso unificado para el tratamiento de la Ley, no permitieron una crítica constructiva al documento que contenía la Ley y por el contrario en sus publicaciones se subrayó el conflicto medios- Gobierno.

Además, en el disenso político para la aprobación de dicha Ley los datos sugieren que su tendencia fue polarizada ya que la mayor parte de sus voceros son de oposición y reproducen secuencialmente sus argumentos de manera casi exclusiva.

Con estas reflexiones damos por terminada la investigación, brindando un aporte sobre la situación de la comunicación en el Ecuador y el verdadero rol social que tienen los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, Miguel (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Abad, Gustavo (2011). *El Club de la pelea: Gobierno y medios, un entramado de fuerzas y debilidades*. Quito: CIESPAL.
- Bockelmann, F. (1983). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la Televisión*. España: Anagrama.
- Bolaño, Cesar, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra (2005). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujia-Junta de Andalucía.
- Carbonell, Miguel (2004) *Problemas contemporáneos en la libertad de expresión*. México: Editorial Porrúa.
- Cohen, Bernard (1963). *The press and foreign policy*. Estados Unidos: Princeton University Press.
- Dettleff James, Andrés Cañizales y Luis Oliveria (2011). *Política y Comunicación: democracia y elecciones en América Latina*. Perú: ALAIC.
- Follari, Roberto (2009). *Los grandes medios como oposición encubierta*. Argentina.
- Fiss, Owen (1997). *Libertad de expresión y estructura social*. México : Biblioteca de ética, filosofía del derecho y política.
- García Rosa, Rivera Diana (2013). “Agenda Setting: parámetros de actuación a nivel educativo”. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* edición 124.
- Hallin y Mancini (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer
- Jurado, Romel (2010). “Un Nuevo paradigma latinoamericano en la regulación de la comunicación”. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, edición 112. P. 86-90
- Lippmann, Walter (1922). *La opinión pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril Edición, 1964.
- Luhmann, Niklas (2007). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos Editorial,
- Luhmann, Niklas (1991). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Alianza/Universidad Iberoamericana.
- Lozano, José Carlos (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra Mexicana.
- Mata, María Cristina (1993). *Lo que dicen las radios, una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: ALER.
- McCombs, Maxwell (2004). *Estableciendo la agenda, el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España: Editorial Paidós.
- Maxwell McCombs y Dixie Evatt (1995). “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting”. *Comunicación y Sociedad*. Vol. 8, Nº. 1: págs.7-32.
- McQuail, Denise (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés públicos*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Miralles, Ana María (2001). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Editorial Norma.
- Moya Paulina (2003). *El fenómeno televisivo en el Ecuador caso: Ecuavisa y TC Televisión*. Ecuador: UASB, Sede Ecuador.

- Navarro Jiménez, Guillermo (2006). *Poder económico, poder político y poder fáctico*. Quito: Zitra.
- Neumann Elisabeth (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona : Paidós Ibérica.
- Orlando, Rocío y Verónica (2012). *Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina*. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- Ramos, Isabel (2010). “Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana en el debate de la nueva Ley Orgánica de Comunicación”. *Revista Iconos* y 37: 25-31.
- Ramón, Santillán José (s/f). “Modelo para el análisis periodístico de los temas políticos. México”. *Razón y Palabra*.
- Sábada, Teresa (2007). *Framing, El encuadre de las noticias*. Buenos Aires: La Crujía ediciones.
- Vasilachis, Irene (1997). *La construcción de representaciones sociales. Discurso político y prensa escrita. Un análisis sociológico, jurídico y lingüístico*. Barcelona: Gedisa.
- Wolf, Mauro. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós.
- Zunino Esteban y Natalia Aruguete (2007). “La cobertura Mediática del Conflicto Campo-Gobierno. Un estudio de caso”. *Global Media Journal México* volumen 7
- Zunino Esteban y Natalia Aruguete (2013). “Diario Clarín y sus fuentes de información. Un estudio de caso”. *Iconos Revista de Ciencias Sociales* y número: número de página.

SITIOS WEB

- Aruguete Natalia y Esteban Zunino (2012). “La cobertura mediática del conflicto Campogobierno. Un estudio de caso”. *Global Media Journal México*, Volumen 7, Número 14. Disponible en la página electrónica: http://www.gmjei.com/index.php/GMJ_EI/article/view/7/8 , visitada en octubre 15 de 2014.
- Deustche Well (2012). ” Nueva ley de medios argentina: ¿está en juego la libre prensa?”. Disponible en la página electrónica: <http://www.dw.de/nueva-ley-de-medios-argentina-est%C3%A1-en-juego-la-libre-prensa/a-16432269>, visitada en diciembre 8 de 2014).
- Ortiz, Fernando. Ciespal, Disponible en la página electrónica: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/entrevistas/93-conartel-intereses-creados.html>, vistada en octubre 10 de 2014.
- Reyes, Hernán (2009). “La comunicación debe promover una nueva democracia”. Disponible en Dirección electrónica <http://signisalc.org/book/export/html/2467>, visitado en agosto 7 de 2014.
- Santillán, José Ramón (2007) Razón y Palabra Nro. 59. Disponible en la dirección electrónica, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n59/varia/rsantillan.html>, visitada en noviembre 15 de 2014.

DOCUMENTOS

Constitución de la República del Ecuador. 2008.

Ley de Radiodifusión y Televisión de 2 de abril de 1975, publicada en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de 1975.

Decreto Supremo No. 256-A Registro Oficial No. 785 de 18 de abril de 1975, suscrito por el General Guillermo Rodríguez Lara,
Consulta Popular, Consejo Nacional Electoral. 2011.