

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE ECUADOR**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS POLÍTICOS  
CONVOCATORIA 2009-2011**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA  
EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**MEDIOS Y GOBIERNO:  
AJUSTANDO EL SISTEMA DE REPRESENTACIÓN  
POLÍTICA EN EL ECUADOR**

**GABRIELA IVANNA BÁEZ AVILÉS**

**AGOSTO 2012**

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE ECUADOR**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS POLÍTICOS  
CONVOCATORIA 2009-2011**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA  
EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**MEDIOS Y GOBIERNO:  
AJUSTANDO EL SISTEMA DE REPRESENTACIÓN  
POLÍTICA EN EL ECUADOR**

**ASESOR DE TESIS: Ph.D. CARLOS DE LA TORRE**

**LECTORES:  
Ph.D. HUGO BURGOS Y M.Sc. PATRICIO MONCAYO**

**AGOSTO 2012**

## **DEDICATORIA**

*A mi familia por el apoyo incondicional, sobre todo a mis padres por avivar en mí siempre el deseo de superación y esfuerzo.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Al terminar esta etapa de mi vida quiero expresar un profundo agradecimiento a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a alcanzar esta meta.

A mis padres, por ser mi ejemplo y respaldo en todo momento. Por sus consejos.

A mis hermanos gracias por la confianza depositada en mí y por el apoyo recibido.

Mi sincera gratitud a mi tutor por haber acogido mis dudas siempre con buen humor y haberme guiado con paciencia en el camino recorrido.

Y finalmente, pero no menos importante, a mis lectores que con sus comentarios y sugerencias hicieron de este trabajo un mejor producto. Pero ante todo gracias por el cariño y apoyo moral.

Gracias a todos ustedes por ser parte de este logro que hoy me lleva en busca de otras metas.

## ÍNDICE

### Contenido

RESUMEN .....	7
CAPÍTULO I.....	8
REPRESENTACIÓN POLÍTICA.....	8
Introducción.....	8
Sistema de Partidos.....	12
Crisis de Gobernabilidad .....	16
Antecedentes en el modelo de representación política en el Ecuador.....	18
José María Velasco Ibarra (Primer periodo 1934-1935) .....	19
Galo Plaza Lasso (1948 – 1952) .....	21
Tercer periodo Velasquista (1952-1956) .....	23
Cuarto y quinto periodo Velasquista (1960-1970) .....	24
La dictadura ecuatoriana (1970 – 1976) .....	25
Osvaldo Hurtado Larrea (1981-1984) .....	26
León Febres Cordero (1984 -1988) .....	27
Sixto Durán Ballén Cordovez (1992-1996) .....	28
Abdalá Bucaram Ortiz (1996-1997).....	29
Jamil Mahuad (1998 - 2000) .....	31
Gustavo Noboa Bejarano (2000 - 2003) .....	31
Lucio Gutiérrez Borbúa (2003 -2005) .....	32
Rafael Correa (2007 – 2013) .....	34
CAPÍTULO II.....	36
MEDIOS COMO ACTORES POLÍTICOS .....	36
Medios de comunicación como actores dentro del campo político.....	36
Ley De Comunicación Vs Ley Mordaza .....	37
Fase inicial.....	38
Primer debate.....	41
En espera del Segundo debate .....	43
Estado actual de la Ley .....	45
Gobierno Vs. Medios De Comunicación.....	47

Relación del Gobierno de Rafael Correa con la Prensa.....	48
Antes del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación .....	48
Durante el 2008 .....	52
Durante el 2009 .....	53
Durante el 2010 .....	57
CAPÍTULO III .....	62
ESTUDIO DE CAMPAÑAS Y REPERCUSIONES EN LA ESFERA PÚBLICA .....	62
Campaña televisiva del Gobierno.....	63
Spot publicitario contra los medios radiales.....	63
Spot publicitario en contra de los medios televisivos.....	67
Spot publicitario contra la prensa escrita.....	68
Spot mundialista .....	70
Spot en respuesta a demanda legal .....	72
Campaña de los medios de comunicación.....	75
Spot publicitario televisivo en defensa de los derechos .....	76
Spot publicitario televisivo en defensa de la libertad de expresión.....	78
Análisis discursivo de editoriales .....	80
Líderes de opinión y esfera pública.....	86
Jorge Ortiz.....	88
Carlos Vera.....	90
CAPÍTULO IV .....	96
CONCLUSIONES Y REPERCUSIONES EN LA DEMOCRACIA.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	105

## **RESUMEN**

La falta de credibilidad y bajo rendimiento de las instituciones partidistas han hecho que el sistema de representación abra espacio a nuevos actores políticos. La presente tesis considera que existe un vacío de representación política que hoy es el escenario de una lucha de fuerzas por la hegemonía. Los actores que intervienen: los medios de comunicación y el Gobierno del Presidente Rafael Correa. Esto en el marco de una constatación de disputa por ejercer el poder sobre la esfera pública. El debate sobre el Proyecto de Ley de Comunicación nos permitirá discernir las estrategias tomadas por cada uno de los actores y sus herramientas para deslegitimar a su adversario en una lucha que podría ser más que discursiva.

# CAPÍTULO I

## REPRESENTACIÓN POLÍTICA

### Introducción

En el escenario actual, a nivel global, podemos observar como los debates en torno a la democracia giran sobre dos perspectivas: calidad y forma. El presente trabajo busca analizar una de sus formas en el ámbito de la democracia representativa. Entiéndase ésta como el poder que obtienen los delegados por el pueblo a través de una lucha por el voto para tomar decisiones políticas (Shumpeter: 1984). Pero aún más, la autoridad que estos asumen para hacernos cumplir sus mandatos (Przeworski, 1999:248).<sup>1</sup>

El objetivo es mostrar cómo la decadencia del sistema ha desembocado en diferentes escenarios de representación a los cuales se los ha cuestionado por su carácter influyente en la esfera pública y sus repercusiones en la democracia.<sup>2</sup>

Conforme ha pasado el tiempo, la democracia ha presentado cambios. En los inicios de la democracia representativa en Atenas, la principal preocupación era la manera en que se designarían a los miembros que representarían a la comunidad, mas no el número de ellos. Lo esencial era, que quienes sean electos pasaran por el consentimiento del pueblo (Manin, 1998: 58). Hoy en día, es el número de representes lo que ha tomado fuerza como un signo de democracia. Si llegasen a ser muchos, varios académicos llegarían a decir que existe una verdadera democracia, si fuese solo uno, seguro lo calificarían de dictadura. Lo cierto es que el panorama de la modernidad ecuatoriana vislumbra en sus comicios la presencia de más partidos y movimientos políticos pero esta no mantiene relación directa con el grado de popularidad de los mismos. Al contrario, los esfuerzos de tantos actores políticos electos en su tiempo han dejado una estela de intranquilidad y desconfianza.

Con estos antecedentes, la hipótesis que se pretende demostrar en las próximas hojas es cómo el vacío de representación política mantenido a lo largo de los años por

---

<sup>1</sup> “Lo peculiar de la relación mandante-agente que implica la relación de la representación política es que nuestros agentes son nuestros gobernantes: los nombramos como agentes para que nos digan qué hacer y hasta les damos autoridad para obligarnos a hacerlo” (Przeworski, Adam, 1999:248).

<sup>2</sup> En la presente tesis se concibe a la democracia desde los valores de libertad, igualdad, pluralismo, y participación. Además se la considera como un proceso de toma de decisiones que apuntan a resolver los conflictos que provoquen el enfrentamiento entre grupos sociales.

los partidos y movimientos políticos hoy toma un giro en la búsqueda de otros actores que se suman a un escenario donde gobernar la esfera pública es la meta. Un vacío que se acentúan en los problemas de ingobernabilidad y crisis de partidos. Todo ello inmerso en un campo de interacción de fuerzas en la lucha por la hegemonía.

El clima mediático desde el 2006 es testigo de los actores políticos que han salido a la luz. Pues, si bien en periodos anteriores estos eran parte del panorama, hoy son el centro de atención de los ciudadanos. Es así, que el líder carismático y los medios de comunicación se revelan a sí mismos como los únicos representantes leales a los intereses del pueblo.

Para contribuir a este planteamiento inicial pongo a disposición del lector las siguientes páginas.

Paradójicamente en la lucha por el poder de representación entre los medios de comunicación y el Gobierno; la herramienta movilizadora de este proceso radica en la esfera pública representada por los espacios informativos de radio, prensa escrita y televisión. Es por ello que mi tesis se centra en un estudio de caso<sup>3</sup> típico como es el debate en torno al Proyecto de Ley de Comunicación que inicia en el último trimestre del 2009 y se extiende hasta la presente fecha, pues aún no se ha logrado aprobar un marco jurídico que norme el funcionamiento de los medios de comunicación. He elegido este caso ya que las estrategias y decisiones tomadas por los Medios y el Gobierno a lo largo de este tiempo marcan indicios claves en el desarrollo de mi hipótesis. Y a pesar de que los artículos que incluye el proyecto de Ley son el detonante de esta disputa, no me adentraré en este debate.

La metodología a emplear será Narrativas Analíticas, por sus características al momento de explorar a profundidad un estudio de caso partiendo de la teoría y el análisis racional de las preferencias de los actores mencionados, mismos que me orientarán sobre los costos y beneficios de las acciones tomadas. Sin contar con las ventajas complementarias de trabajar sobre la parte cualitativa y la cuantitativa.

El lector debe tener claro que tanto los medios de comunicación como el Ejecutivo son considerados en esta tesis como actores políticos dentro de lo que

---

<sup>3</sup>La elección del siguiente estudio de caso se enmarca en las siguientes características: es descriptivo, profundo, tiene comparabilidad interna, usa mecanismos causales, es determinista, es exploratoria (genera teoría), y la utilidad de la varianza funciona dentro de una sola unidad (Gerring, 2004).

Bourdieu denomina como ‘campo político’. Un espacio donde sus actores mantienen una disputa por la representación a través de la acumulación de capital simbólico y político. Es fundamental que se considere como los medios de comunicación han evolucionado dentro del campo de lo político. Pero una característica que no debería ser perdida de vista es su capacidad de ser mediadores entre el gobierno y el pueblo, esa capacidad de canalizar las demandas y reflejar los deseos de los ciudadanos en materia social, política y económica. Para Gabriela Córdova, ante la amenaza creciente de irrupción en espacios representativos del poder, la prensa asumió el papel de interlocutor privilegiado entre Estado y ciudadanía a través de una participación política (Córdova, 2003:103).<sup>4</sup>

En este marco, el primer capítulo contiene en sus páginas una reseña histórica referente a la representación política en el Ecuador con la definición de los conceptos primordiales manejados a lo largo del trabajo. Se considerarán los periodos de gobierno a partir de la primera presidencia de Velasco Ibarra para marcar los antecedentes de esta constante disputa entre el gobierno y la prensa y sus variantes a través de los años.

En el segundo capítulo se desarrollará el caso de estudio en torno al debate del proyecto de Ley de Comunicación y las estrategias empleadas. Pues es a través de un análisis racional de las percepciones y expectativas de los actores, lo que nos permitirá reconstruir los sucesos y determinar cual ha sido el campo de acción y las consecuencias de los mismos. Hechos como: implementar un segmento destinado a descalificar a los medios en los enlaces sabatinos o el lanzar una campaña publicitaria millonaria por televisión durante programación selecta con mayor rating en contra de los medios; nos dan pautas de cuales son las preferencias del Gobierno y cuales son las reglas del juego. De igual forma, la campaña “Mas respeto” emitida por los diarios independientes del país o los spots transmitidos en televisión por AER, además del tratamiento que se le daba a las noticias referentes al debate del nuevo marco jurídico por parte de los medios privados; nos llevan a establecer mayores inferencias descriptivas sobre esta interacción de fuerzas. Pero sobre todo, nos ayudan a fortalecer una de las hipótesis iniciales que plantea a los medios de comunicación como actores

---

<sup>4</sup> En este contexto los medios se han tomado la atribución de hacer llamados de atención a las autoridades y vincularse directamente con las demandas y exigencias en el ámbito político. “El establecimiento reclama de los media contribuir a la llamada gobernabilidad y, al hacerlo, eleva el papel de los comunicadores como pilares del statu quo” (Córdova, 2003:105).

políticos dentro del campo de poder (Bourdieu). Para ello, la recolección de datos estará sujeta a la teoría y pasará por un proceso de selección de información relevante para el tema (Gary King, Robert Keohane y Sydney Verba, 2000).

El tercer capítulo estará orientado a un estudio analítico de los spots publicitarios, que se perfilan como estrategias deslegitimadoras. Estas maniobras merman la credibilidad de los actores minando la posibilidad de atraer simpatizantes que les impidan posicionar sus ideas en la esfera pública. En consecuencia, trataremos de forma específica a cada anuncio emitido (principalmente televisivo), bajo los preceptos de Bourdieu por el efecto movilizador que tienen las imágenes (Bourdieu, 1998: 8).

Pero no debemos generalizar, ni subestimar al receptor del mensaje; ya que el tipo de influencia que pueda existir dependerá de la forma de emisión, la producción, el tiempo de duración, el contenido y la frecuencia de difusión (Schudson y Waisbord, 2005:351). Esos aspectos serán considerados al examinar los spots publicitarios a los que estuvieron expuestos los ecuatorianos durante la fase de debate del Proyecto de Ley de Comunicación.

Después de ello, estudiar los efectos en la opinión pública es imprescindible. Las teorías de expertos como Stuart Hall (2001), Michael Novak, Harold Lasswell (1920), Viveros (1993), Luís Aníbal Gómez (1982), Lazarsfeld, Paul F. & Merton, Robert K. (1992) y Jean Piaget (1993); serán puestos en discusión para observar el impacto de las imágenes publicitarias en opinión y acción. Además de sus implicaciones políticas y sociales. También seguiremos de cerca a los pasos de Carlos Vera y Jorge Ortiz; que por su trayectoria y reconocimiento en el ejercicio periodístico fueron considerados como “líderes de opinión”. La importancia de estos en la esfera pública radica en la conducción de espacios de opinión y de entrevistas que eran usados para formular una reacción opositora a las acciones y decisiones Presidenciales. Pero aún más, puesto que su presencia dentro del campo ayudó a polemizar el proyecto de ley.

¿Todo programa transmitido en las televisoras puede transformar la opinión pública? ¿Cómo los medios de comunicación contribuyen en la configuración de marcos de interpretación o escenarios de interpretación? Son preguntas que se derivan de una política mediática que pierde su carácter legítimo de representación por su

maleabilidad en las encuestas de opinión pública, las técnicas de marketing y las nuevas formas de comunicación de masas.

El manejo de la información contra el régimen y los calificativos del Presidente Rafael Correa a la prensa como “corrupta y mediocre”; marcan el paso de una constante rivalidad, adaptable a los intereses de estos sectores y poniendo al descubierto al insulto como herramienta de deslegitimación dentro del campo político.

¿Pero de qué forma esta pugna entre el gobierno y los medios puede significar una representación racional para fines democráticos?, si tomamos las palabras de Georges Balandier, las figuras del poder deben generar confianza en la ciudadanía, para que este sea el soporte de las expectativas y representaciones colectivas (Balandier, 1994:117).

En esa dirección tenemos el cuarto capítulo que trata las repercusiones de las decisiones tomadas por los actores políticos. Se estudiará si estas aportan o no democráticamente al nuevo sistema de representación. Para ello se parte de la idea del poder como una herramienta comunicacional con implicaciones sociales. Esto bajo los lineamientos de Niklas Luhmann, quien emplea la teoría de los medios de comunicación como base para la teoría del poder.<sup>5</sup> Este es un tema fundamental al momento de entender como el poder obtenido por el Gobierno y los medios de comunicación puede incurrir en la creación de un sistema de referencia que permita la organización social.

### **Sistema de partidos y crisis de gobernabilidad**

Para entender como la poca capacidad decisional del Estado y la fragmentación partidista han afectado el sistema, es importante iniciar por comprender la democracia representativa o democracia indirecta. Pero aún más el entender que no es el pueblo el gobernante sino sus representantes (Sartori, Giovanni, 1988:150). Una característica fundamental que señala el grado de responsabilidad y compromiso de quienes van a tomar directamente las decisiones políticas como un agregado subjetivo. Bernard Manin acota que el mandato imperativo y la revocabilidad de los representantes; son dos prácticas que impiden una independencia total de los mismos (Manin, 1998:201).

---

<sup>5</sup> Par Luhmann “la influencia presume una orientación significativa compartida” (Luhmann, Niklas; 1995:105)

Personalmente no concuerdo con ello, pues considero que son una utopía en los gobiernos actuales y con una incidencia poco aplicable. Si bien el pueblo puede presentar programas o rutas a seguir, al final son los representantes quienes resuelven cumplir con las “sugerencias”. Y aunque consideráramos la alternancia en el poder como una premisa democrática, hoy la permanencia de políticos en sus cargos y la reincidencia de sus nombres en las listas electorales para diferentes dignidades nos permite entender que esta no es garantía de un amplio acceso a los escaños de representación política, pues aunque abre la posibilidad, no la garantiza.

Pero coincido con Manin en la necesidad de un sistema de representación como un ente de unidad, que requiere ser escuchado. Para ello debe recordar que su principio fundamental no es ‘la toma de decisiones’ sino ‘el consentimiento’ obtenido por el pueblo en un acto de delegación de poder (Manin, 1998:214 y 232).

Sartori acota que su decadencia radica en el desconocimiento de los alcances de la representación política y las complicaciones adquiridas con el tiempo: mayor número de personas para representar, y como tal, mayor número de demandas (Sartori, 1999:4-5)<sup>6</sup>. Concuerta Simón Pachano, al explicar que existe una errada percepción de lo que implica este concepto y la llamada ‘crisis’. Dice, que se ha recurrido a un criterio reducido (insatisfacción política ante las demandas del pueblo) que no diferencia entre la de carácter político y la de carácter social.

Al atribuirles condiciones propias de la representación social, a los partidos se les exige representar directamente segmentos aislados de la sociedad, lo que constituye la negación de su condición de organizaciones [...] todo ello contribuye a su desgaste, ya que se crean expectativas de satisfacción inmediata de demandas concretas que, por la coexistencia de múltiples intereses y por las condiciones en que opera la representación política, no pueden ser respondidas positivamente (Pachano, 2004:20).

Otros académicos como Mainwaring y Scully (1997:4), Julio Echeverría (2006), Catherine Conaghan (1995:450), y Andrés Mejía (2003); destacan características

---

<sup>6</sup> “la representación política implica inevitablemente una relación de muchos con uno, en la cual los muchos suelen ser decenas de miles de personas, de modo que la propia noción de dominus queda diluía por la magnitud de las cifras” (Sartori, Giovanni, “En defensa de la representación política”, 1999:3).

institucionales del sistema de partidos como las causas de esta crisis de representación política en los países andinos. Entre ellas mencionan:

- a) El alto grado de personalismo de los líderes políticos.
- b) Debilidad de las Instituciones democráticas.<sup>7</sup>
- c) Baja organización e ideología de los partidarios. Esto ha provocado fracturas al interior de los mismos, propiciando el nacimiento de nuevos partidos o movimientos políticos.<sup>8</sup>
- d) Ausencia de lealtades a los partidos – ‘políticos flotantes y electores flotantes’.<sup>9</sup>
- e) Estrecha relación entre las elites y los partidarios.
- f) La ausencia de un proyecto unificado de país.
- g) La profunda desigualdad económico- social.

Estos puntos nos llevan a pensar en una estrecha relación entre el bajo grado de institucionalización política y la fragmentación del sistema de partidos con grandes incidencias en materia electoral. Por ejemplo, hoy el votante se percibe como un individuo políticamente disperso, que contribuye al creciente multipartidismo en el Ecuador (Mejía, 2003:308).

Al plantear esto, nos topamos con los lineamientos de Mainwaring y Scully quienes consideran que un buen sistema de partidos institucionalizado se basa en el tiempo de existencia de los mismos. Si es alto, implicaría que han gozado de gran aceptación ciudadana. Si retrocedemos en el tiempo a la década de los 50, en el Ecuador cuatro partidos pasaron la prueba: Conservador, Liberal, Socialista y Concentración de Fuerzas Populares. Entre los más contemporáneos se puede citar al partido Social Cristiano, Roldosista y Unidad Republicana con una longevidad de 19 años (Mainwaring y Scully, 1995:13 -15).<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup>Dado que los partidos políticos del Ecuador no provienen en cuanto a su formación o constitución de una extensión de los movimientos sociales como en otros países, el Ecuador afronta partidos políticos que han sido incapaces de atraer u organizar a los diferentes sectores sociales (Mainwaring y Scully, 1997).

<sup>8</sup>Un caso particular en el escenario ecuatoriano es el nacimiento del Movimiento Madera de Guerrero proveniente del partido Social Cristiano que ha tenido varios años de existencia política en el país.

<sup>9</sup>Denominados así por Catherine Conaghan quien sugiere que la falta de lealtades políticas es la razón por la cual en la actualidad existen mayor cantidad de candidatos independientes que prefieren alejarse del sesgo político que encarna cada partido (Conaghan, 1994).

<sup>10</sup>“Ciertamente la participación de caudillos populistas (Velasco Ibarra, Guevara Moreno, Assad Bucaram) restó votos de los partidos más orgánicos” (Mejía, 2003: 299).

Otra realidad se hace evidente al ver el indicador de fragmentación del sistema de partidos Rae. Ahí observamos al Ecuador como uno de los países con mayor dispersión. Su 0.853 lo sitúa con el valor más alto entre 19 países de América Latina y el Caribe (McDonald, Ronald y Mark Ruhl, 1989:10).<sup>11</sup> Para Mejía esta situación ha trascendido sobre la conducta de la clase política y sobre los votantes. Asegura que al interior de los partidos, la poca organización ha repercutido en una indisciplina de sus miembros y la poca colaboración y participación para llegar a consensos en torno a qué políticas respaldar en el Congreso o en la toma de decisiones como instituciones establecidas (Mejía, 2003:288).<sup>12</sup>

Estas circunstancias han incidido en la poca credibilidad que tienen los principales representantes de las funciones del Estado. Esto se debe a la inexistente formación institucionalizada de los partidos políticos, desembocando en una escasa acogida de adeptos o seguidores. Pachano ata este fenómeno al tema territorial, marcado por una exagerada desproporcionalidad en la distribución de votos por región, incluso por provincia. Costa y Sierra tienen bien acentuadas sus tendencias pero existe un dato determinante y es que el Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE) es el que mayor sesgo presenta, puesto que su acogida en la región costa equivale a las tres cuartas partes del total de sus votos (Pachano, 2004:83).

En otra dirección, el multipartidismo puede ser evaluado a través del número de candidatos a la Presidencia de la República. En las elecciones de 1984 fueron 9 los candidatos que se presentaron, en 1988 fueron 10, en 1992 se suscribieron 12, en 1996 participaron 13 y en el 2009 fueron 8. Estos números reflejan la gran presencia y participación política de los ciudadanos, de tal forma que en los comicios las papeletas

---

<sup>11</sup> El índice de Rae es calculado considerando el número de partidos y varía de 0 – 1 siendo el primero la representación de máxima concentración y el segundo de máxima dispersión de partidos.

<sup>12</sup> El multipartidismo polarizado se hace evidente en las elecciones del 2002 donde según Flavia Freidenberg, la cantidad de partidos existentes dificultaba la construcción de consensos elevando así los niveles de polarización ideológica. Ya en las elecciones del 2006, el fraccionamiento en el sistema de partidos se refleja en la poca participación del electorado para los cuatro partidos tradicionales del Ecuador (ID, DP, PRE, PSC) con mayores votos para los partidos más contemporáneos (PRIAN, PSP) (Burbano, 2007:13).

se han vuelto sábanas donde votar por el rostro más simpático o tal vez el más conocido es la opción de muchos electores.<sup>13</sup>

### **Crisis de Gobernabilidad**

Pero todos los puntos señalados no solo responden a los problemas del sistema de partidos sino a algo más grande: una crisis de gobernabilidad<sup>14</sup> que procede de un débil poder de representación y la poca capacidad decisional del Estado. Para Julio Echeverría el quiebre inicial se produce en los años 80 derivando una profunda crisis de legitimidad de los partidos políticos y los sujetos de representación política que bloquean toda institucionalidad al responder más a los intereses corporativos y oligarcas, que a las demandas sociales. Situación que no ha podido ser revertida y ha propiciado conforme pasan las décadas una tendencia de des-institucionalización (Echeverría, 2006:11).<sup>15</sup>

Pachano evalúa la situación ecuatoriana y determina que el principal problema que ha impedido avanzar al país, radica en la ausencia de ‘un pacto fundacional’ del ordenamiento democrático que impidió establecer valores regidores de esta categoría (Pachano, 2003:118 -120). En consecuencia, se han desarrollado conductas poco tendientes al consenso que reflejan la falta de objetivos en común. Córdova destaca que la escasez de contenido ético y democrático en el discurso y acciones de las élites y la clase política, no les permite asumir sus responsabilidades sociales en la construcción de la gobernabilidad (Córdova, 2003:11). Y son estas, las razones por las que se buscan resultados inmediatistas con acciones poco meditadas que han determinado lo que Fernando Bustamante califica como una generalizada insatisfacción de la representación democrática (Bustamante, 2003). Un giro en estas tendencias solo podría estar enmarcado en la eficacia de los representantes electos y su capacidad para tomar

---

<sup>13</sup>El deterioro de las democracias en los países andinos se ve reflejado en los golpes o intentos de golpe de Estado en los últimos años.

<sup>14</sup>La gobernabilidad “tiene que ver con el conjunto de procedimientos institucionales o regulados que organizan la distribución del poder decisonal en la sociedad” (Echeverría, Julio, 2006:18).

<sup>15</sup> Para Echeverría, este proceso de des-institucionalización alienta en la sociedad la formación de posturas antipolíticas que se autolegitiman en gobiernos de democracia directa. “la antipolítica en el caso ecuatoriano, se sustenta por la debilidad y escasa importancia que tiene el espacio de la deliberación política en los procesos decisonales” (Echeverría, Julio, 2006:12, 84).

buenas decisiones.<sup>16</sup>

El disenso político forma a su paso un modelo presidencialista que busca la manera de anular la autonomía institucional, comprometiendo así al concepto de gobernabilidad. Y es precisamente la inexistente transformación de estas demandas sociales en decisiones políticas lo que pone en evidencia un acelerado proceso de desinstitucionalización del Estado<sup>17</sup> que desemboca en una crisis de gobernabilidad.

Recordemos que para que exista democracia “se requieren instituciones que respalden el conflicto y el desacuerdo, así como otras que mantengan la legitimidad y el consenso”. Para Lipset una democracia se basa en las instituciones y los valores, sin ellas el campo institucional<sup>18</sup> se ve en crisis. A esto hay que sumarle las constantes mutaciones de estructura social (Lipset, 1999:207).

Lamentablemente, las organizaciones políticas formales a decir de Amparo Menéndez Carrión pierden fuerza con el surgimiento de canales institucionales informales paralelos (movimientos sociales) que tienden a desplazar el procesamiento de las demandas que fortalecen las prácticas inmediatistas (Menéndez, 2004: 78). En este panorama, las normas constitucionales han sido violentadas con la finalidad de ampliar el espectro clientelar.<sup>19</sup> De esta forma, el sistema de representación política se ha visto minado por la presencia de los llamados gobiernos populistas,<sup>20</sup> que arremeten

---

<sup>16</sup>“el papel ideal de los partidos es tomar las opiniones e intereses particulares y darles una forma y contenidos universalistas” (Bustamante, Fernando, 2003: 362).

<sup>17</sup> “En nuestras democracias percibimos un caro deterioro de la institucionalidad gubernamental debido a la pérdida de capacidad normativa del Estado, un acelerado fraccionamiento del sistema político, una seria segmentación de la sociedad, una relativización de su cultura política y la radical privatización de sus vías de acción” Córdova, Holger, 2003 : 93)

<sup>18</sup> “Institucionalización, entendida como la instauración de un orden vinculante para el conjunto de la sociedad y la adecuación del régimen político y del sistema político a las condiciones de la sociedad” (Pachano, Simón, 1997 :53 citado en Córdova, Holger, 2003 : 82)

<sup>19</sup> “En el Ecuador, el uso discrecional de la constitución y de sus preceptos normativos ha permitido violentar sistemáticamente el moderno principio de la división de poderes; una tendencia recurrente en la política ecuatoriana que ha sido acentuada por la volatilidad de las mayorías partidarias y que se han traducido en una alta reversibilidad jurídico normativa [...] reducen o recortan la democracia a una dimensión instrumental de carácter electoralista o plebiscitario” (Echeverría, Julio, 2008, pp.15-16).

<sup>20</sup> Kenneth define al populismo como una característica recurrente de la política latinoamericana, ocasionada por la debilidad crónica que presentan las instituciones políticas. Fenómeno que surge con más fuerza en contextos de crisis o profunda transformación social, momentos en los cuales los sectores populares tienden a depositar su confianza en “poderosos hombres de acción” y afirma que en el núcleo del concepto de populismo podemos encontrar 5 rasgos característicos: 1. Un líder carismático, personalista y paternalista; 2. Una coalición policlasista; 3. Un proceso de movilización de arriba hacia abajo; 4. Un ideología amorfa y ecléctica; y 5. Un proyecto económico redistributivo y clientelar (Roberts, Kenneth, 1998: 381).

contra la llamada ‘partidocracia’ y deslegitiman a cualquier posible contrincante con la finalidad de construir una imagen única de representación. Para John French estos gobiernos populistas van en contra de la democracia representativa y sus valores, dado que responden a las élites y no al pueblo (French, 2009:357). Y aunque para estos gobiernos llamados de izquierda, la expresión de la voluntad popular en actos de masas (marchas, mítines e insurrecciones) y plebiscitos es vivir en democracia, esta no es suficiente. El después de estos actos es lo que marca la diferencia. El que las propuestas sean tomadas en cuenta, los consensos y demás, es lo que refuerza los canales de representación.

### **Antecedentes en el modelo de representación política en el Ecuador**

Desde 1979, año en que se dio el retorno a la democracia, el Ecuador ha pasado por momentos de escasa estabilidad institucional hasta el gobierno de Sixto Durán Ballén en 1996, atravesando por una crisis de gobernabilidad que se destaca por un desequilibrio político ocasionado por las decisiones del Parlamento Nacional con la aprobación del Ejecutivo hasta el periodo actual.

En los años 90 los gobiernos se caracterizan por el intento de revertir las condiciones de la crisis política a través de la reforma institucional, una línea que se impulsa en el contexto de la sistemática confrontación entre los sistemas de representación y de gobierno (Echeverría, 2006, pp.10).

En este afán de cambios, el debate se orienta sólo a soluciones de corto plazo donde los partidos, movimientos políticos y el ejecutivo solo trazan medidas defensivas y de sobrevivencia momentáneas. Con el colapso del modelo desarrollista, el país dio un giro hacia los programas de reforma estructural o neoliberales con la finalidad de reforzar las instituciones democráticas, pero esto no sucedió. De hecho, la reforma neoliberal coexistió con el liderazgo populista (Roberts, 1998).

Este último ha estado presente en varios Gobiernos del Ecuador, que se han visto marcados en escenarios de crisis institucional y del ejercicio de enmiendas socioeconómicas y políticas excluyentes, que permitirán el resurgimiento de líderes populistas que pretenden movilizar a los grupos sociales con un discurso *antiestablishment* (Roberts, 1998). De esta forma, esta categoría de gobierno se convirtió en la solución a la crisis de representación política y al descontento popular.

Años atrás, las cabezas visibles de los partidos constituían una fuente verídica en la interpretación de lo político. Hoy, su falta de credibilidad cambia el escenario. Y en la disputa por el poder de representación se van haciendo evidentes los medios de comunicación, como contrincantes políticos para los Gobiernos populistas de la región Andina.

Ciertamente, el manejo discursivo es un factor importante en la relación de los dominantes y los dominados para la construcción del populismo. Pero ¿en qué medida este puede influenciar en la opinión pública? Su respuesta la encontramos al valorar el accionar de la prensa en el ámbito político.<sup>21</sup> Para ello es necesario analizar como ha sido y es la relación entre los Gobiernos y los medios de comunicación en el Ecuador. En este recorrido se destacarán los casos de persecución política, agresión y censura tanto a directivos de los medios y sus periodistas. Y en algunos periodos se describirán los mecanismos populistas para develar el uso de la prensa como herramienta política y en otros como actor político.

### **José María Velasco Ibarra (Primer y segundo periodo)**

Considerado uno de los líderes populistas de la historia ecuatoriana, Velasco destacó por su oratoria. Para Carlos de la Torre, el Velasquismo introduce un nuevo estilo político con un discurso maniqueo y moralista que reunía las demandas del pueblo excluido. El reconocimiento en la figura del líder y un endeble sistema institucional llevaron a Velasco a su reelección en varias ocasiones (De la Torre, 6).

Tras cinco periodos presidenciales, su destreza para movilizar a las masas y dominar la política ecuatoriana era evidente. De ahí su frase más conocida "...dadme un balcón... y seré Presidente". Pero su simpatía con el pueblo no era la misma con la prensa, sobre todo cuando señalaba: "este pueblo sufre las calumnias y las infamias miserables de cierta prensa", refiriéndose a diario "El Comercio" que incluso fue clausurado según lo relataron en radio Democracia, los caricaturista Roque y Asdrúbal. Y aunque no sufrió un cierre definitivo, otros medios no corrieron con la misma suerte.

---

<sup>21</sup> "el periodismo ecuatoriano ha incursionado en espacios que se suponían privativos del sistema de partidos políticos. Desde la censura al entonces vicepresidente Alberto Dahik, en 1995, hasta la legitimación del gobierno de Gustavo Noboa, pasando por la abierta oposición frente a Jamil Mahuad, la gran prensa ecuatoriana ha ingresado en el campo de la política como actor de pleno derecho" (Córdova, 2003:12).

Entonces, como ahora, la queja era la tergiversación y manipulación de la información periodística. Velasco se refería a ella como “prensa venal y corrompida”. Tiempos en los que hubo persecución a periodistas, secuestros y asesinatos. Pero este primer mandato presidencial duró poco. La falta de garantías para los legisladores provocó el abandono del presidente del Congreso Carlos Alberto Arroyo del Río y varios congresistas. Los intensos cambios en el gobierno y sus políticas públicas marcaron un clima de inestabilidad que terminó con el apresamiento de Velasco y su exilio a Colombia. La Junta Militar ocupó el cargo, primero con Antonio Pons y después con Benigno Andrade Flores en apenas un día. Pero quien realmente asumió el puesto fue Federico Páez Chiriboga hasta octubre de 1937. Su administración se caracterizó por una serie de irregularidades en la senda burocrática. Varios militares fueron ascendidos y los abusos no se hicieron esperar.

La prensa Velasquista y conservadora fue silenciada, perseguidos varios periodistas, encarcelados y desterrados; reorganizados los institutos de educación para limpiarlos del Velasquismo, reorganizados los consejos provinciales y concejos municipales (Muñoz Borrero 1981:435).

El descontento ocasionó el levantamiento militar de algunos oficiales el 28 de noviembre de 1936. Pero la insurrección fue reprimida en solo cuatro horas dando paso a la dictadura en el Ecuador.

“La represión fue vengativa y torpe. Todo hombre de letras, todo ciudadano honesto sobre el cual cayese alguna sospecha o la denuncia del soplón, fue perseguido y confinado a las islas Galápagos, bien a la cárcel, o bien al destierro. Nada importaba que un escritor, por ejemplo, hubiese permanecido alejado de las luchas políticas; era escritor y esto bastaba para tornarlo peligroso. Luego, a la cárcel o Galápagos o, si podía pagarse su pasaje, al exterior. Federico Páez llegó a sentir un miedo morboso a la inteligencia”. (Pareja Diezcanseco 2009:81).

A pesar de que la libertad de expresión se vio amenazada, a Páez se le reconoce el haber impulsado varias leyes de beneficio social como el salario mínimo o el seguro para enfermedades, etc. Y fue a mediados de 1937 que Páez convocó a una Asamblea Constituyente y presentó su renuncia con la finalidad de ser electo por cuatro años constitucionales. Pero su ahijado el General Alberto Enríquez Gallo viendo sus intenciones disuelve la Asamblea Constituyente con el respaldo del ejército y se declara dictador.

La situación política en el país pondrá en el cargo a seis presidentes más en solo dos años. Llegando así a los comicios de 1940 como las más cuestionadas. Carlos Arroyo del Río asume el poder ejecutivo en medio de unas elecciones fraudulentas y se hace cargo de la invasión peruana en 1941. La crisis económica del país causada por el despilfarro en las dictaduras evitó que el Ecuador pueda hacer frente a esta Guerra. Sin embargo, Arroyo durante su periodo legó el desarrollo de la educación pública. Más tarde, las próximas elecciones se vieron truncadas por la rebelión del 28 de mayo de 1944 o mejor conocida como ‘La Gloriosa’. Un levantamiento popular que se volcó a las calles para pedir la salida de Arroyo quien en sus últimos días había beneficiado a la oligarquía costeña y había descuidado al pueblo que para entonces ya lo consideraban como ‘el traidor de la Patria’. Esta insurrección permitió el ascenso de Velasco Ibarra por segunda vez con la condición de que respetara la constitución. Pero una vez en el poder olvida su promesa y se declara dictador (1944-1947). Este segundo periodo denominado también como ‘la venganza’ estuvo lleno de actos en contra de los miembros del antiguo régimen. A muchos les quitó sus derechos de ciudadanía, degradó de cargo a varios coroneles y a Arroyo lo condenó a 16 años de prisión y le confiscó sus bienes. Demás atropellos se dieron en este tiempo dejando al descubierto malas negociaciones, actos de corrupción y malversación de fondos públicos. El país estaba sumergido en caos por lo que su propio Ministro de Defensa, el Coronel Mancheno obliga a Velasco a renunciar mediante un golpe de estado.

Carlos Julio Arosemena Tola sería llamado a gobernar el país para concluir el periodo de mandato constitucional hasta 1948. En su corto mandato no hubieron transformaciones profundas pero se recuerda su periodo como “un tiempo de paz y de reencuentro nacional” (Muñoz Borrero 1981: 517 y 520).

### **Galo Plaza Lasso (1948 – 1952)**

Las nuevas elecciones dieron a Plaza el triunfo. Pocas veces la prensa ha sido partidaria de un Gobierno en su totalidad. En su periodo, las agresiones verbales provenían de la revista ‘Comentarios del Momento’, que se vendía con el lema “la verdad sirviendo al país” y que tenía como editor responsable a Carlos Guevara Moreno. Esta revista incitaba al Gobierno de turno con injurias e insultos con el fin de ser reprimidos y así acusar a Plaza de coartar la libertad de expresión. Pero esto nunca sucedió. En varias

publicaciones podemos encontrar citas como: “Galo Plaza desarrolló un programa de crear ilusiones en el pueblo. Dijo que era muy amigo de los EEUU, en donde había sido vendedor de manzanas” (Revista Comentarios del Momento, 1949:3), “su prestigio de dueño de abundantes majadas y extensos potreros, su debilidad por el inglés y las fotografías, su atuendo beisbolero americano, risueño y pueril, no han aportado a la nación nada más que abandono, anarquía, miseria y desesperanza” (Revista Comentarios del Momento, 1950:3). Además de críticas como:

Galo Plaza empieza a sentir los efectos de la irresponsabilidad e ineptitud gubernamental. Los hombres prácticos, es decir, los inductos, los atécnicos, los empíricos, en una palabra, el equipo lego que hacía motivo de publicidad de su impreparación, ha fracasado rotundamente (Revista Comentarios del Momento 1949:10).

Claramente para el partido contrario, las obras y las decisiones de Plaza solo eran una “payasada”. Pero palabras como esas quedaban opacas ante editoriales de otros medios que enaltecían la labor del entonces Presidente y lo que su administración representaba. Sin embargo, más allá del apoyo o no de la Prensa, lo que llama la atención en la época acerca de la relación Medios-Gobierno, es como la misma Prensa pedía dureza y mayor reacción ante los excesos, pues además de atribuirle a este periodo el calificativo de democracia, también se le suma la extrema tolerancia. Esto se percibe en el editorial de diario ‘El Día’ que sostiene:

Lo que deseamos es que la política oficial se defina, se acerque a los partidos, se una a las proposiciones ideológicas, por más que su esencial imperativa sea el de no ofender ni herir con parcialidad o independencia [...] Lo que nos importa es que haya en el gobierno calor de ideas y principios (El Día, 1951).

Para Plaza estas críticas tanto favorables como no, pertenecían a las garantías de libertad que ofrecía su gobierno. El no reaccionar con medidas represivas ante los diversos periodista y medios de comunicación aseguraban ante sus ojos la libertad de expresión. Consideraba que cualquier reforma legal que pudiera frenar estos abusos comprometía la libertad de imprenta. Por esta actitud, la Asociación Interamericana de Prensa le entregó una placa en la cual se lo describía como defensor de la libertad de expresión. A nivel internacional los comentarios fueron positivos. El New York Times sacó titulares como: “demócrata de la libertad de expresión” “demócrata genuino que ha logrado convertir al Ecuador en una verdadera democracia” (Albornoz, 1988:197).

Al final, Plaza reconoció que su objetivo era que los medios “aprendieran a reconocer cuáles son las responsabilidades y limitaciones que esa misma libertad impone”<sup>22</sup>. Incluso dos de los calificativos de la oposición resultaron ser satisfactorios hasta el punto de enorgullecerlo. “Se dijo por entonces que el mío era el gobierno de los técnicos y los prácticos. Y se dijo también que el Ecuador había vivido cuatro años de vacaciones” (Revista Diners, 1984:14). Esta ‘crítica’ terminó ratificando las palabras de su discurso inaugural del periodo, donde se proponían cuatro años de democracia y libertad. Cuatro años que hoy por hoy son recordados como estables. Cuatro años en los que el país ganó respeto internacional por su dedicación a la paz y el apego a los derechos y las leyes. Sin atropellos ni abusos.

### **Tercer periodo Velasquista (1952-1956)**

Concluido este periodo de tranquilidad política y económica el pueblo ecuatoriano volvió a confiar multitudinariamente en Velasco Ibarra. Esta vez, su tercera presidencia denotaba experiencia y aprendizaje tras su último periodo. Pero aunque muchas cosas cambiaron su relación con la prensa seguía siendo la misma. La violencia verbal y física contra sus adversarios, y la falta de libertad de prensa se hicieron presentes.

Impetuoso, exigente, atrabiliario casi siempre, a nadie guardó consideraciones. Cuando menos se pensaba, cualquier cristiano se veía en el aire con la cancelación de su cargo o destitución. El quería a todo trance impulsar la República sobre ruedas, y la maquinaria se derrumbaba en el rato menos pensado. Es decir, por un lado el celo por el cumplimiento del deber y por otro el imperio de la violencia y la precipitación (Orellana, 1948 :123).

El clima político de la época lo llevaron a tomar varias acciones en contra de la prensa nacional. Una de ellas fue el apresar al representante de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en el Ecuador, Jorge Mantilla, por haber iniciado un paro nacional de los medios de información. Otro, el clausurar a inicios de 1953 el diario ‘La Nación’ de Guayaquil. Para entonces el periódico ‘El Comercio’ considerado como el periódico más importante del Ecuador también le hacía frente a Velasco. En consecuencia, el movimiento Acción Revolucionaria Nacionalista Ecuatoriana (ARNE) presentó en el

---

<sup>22</sup> Fragmento de una carta que escribe Galo Plaza en 1950 al Dr. Alberto Lleras Camargo, quien fue Presidente de Colombia y que para ese año ejercía como Secretario General de la OEA.

Congreso un proyecto de ley de prensa, que establezca medidas de censura a los medios impresos por conspirar a favor del escándalo y el crimen (Hernán Ibarra).

Otra acción tomada fue la persecución a periodistas críticos como Alejandro Carrión, conocido como “Juan sin Cielo”. Cronista nacional con influencia en la esfera pública, Carrión hizo frente al gobierno de Velasco y Camilo Ponce con fuertes comentarios. En respuesta a ello un subsecretario del ministerio de Gobierno y un comandante general ordenaron matarlo. Estos ataques hicieron de él un modelo ‘antiderechista’ y el portavoz oficial del Frente Democrático. Para desarticular el discurso de esta oposición, Velasco llegó a hacer una gira por el país para desacreditar su plan de gobierno. Incluso llegó a decir “el Frente me tritura a mí o yo trituró al Frente”.

Las nuevas elecciones dieron el triunfo a Camilo Ponce Enríquez quien gobernó de 1956 a 1960. Durante este tiempo Carrión bajo la guardia, algunos dicen que estableció una alianza con el gobierno, frustrando a otros periodistas de la oposición que se estaban organizando.

Y Ponce inició su gobierno con estas palabras: "Mi triunfo electoral es el resultado del voto de las mayorías populares. Sin prensa y teniendo en contra a la prensa; sin mayores recursos económicos; combatido por la injuria calumniosa".

Más tarde los comicios de 1960 pondrían a Galo Plaza y Velasco Ibarra en competencia. Dos perfiles diferentes. Mientras Plaza llevaba el mensaje de un gobierno sensato, honrado, equilibrado con cambios en la reforma agraria. Velasco hacía sus discursos basado en los valores y en la diferenciación del bien y el mal. Y aunque Plaza contaba con el apoyo de periódicos como ‘El Comercio’, ‘El Universo’ y ‘El Telégrafo’, el discurso anti-oligárquico y populista de Velasco reclutó más votos.

#### **Cuarto y quinto periodo Velasquista (1960-1970)**

Para entonces la situación del país era crítica. Los opositores más cercanos de Velasco fueron su Vicepresidente y el titular del Congreso que amenazaron con destituirlo. Pero fuera de ello estaban las manifestaciones populares en diferentes ciudades del país exigiendo su renuncia. El ejército reprimió violentamente a los participantes y quiso declararse dictador, pero las Fuerzas Armadas decidieron retirarle su apoyo y dejaron el cargo al entonces vicepresidente Carlos Julio Arosemena Monroy. En tan solo 15 meses

terminó el cuarto Velasquismo dando paso a 6 gobiernos hasta 1968 cuando inicia el quinto Velasquismo o lo que los periodistas quiteños llamaron “el quinto sismo”. No alejado de la realidad, el país cruzaba por tiempos difíciles tanto en lo político como en lo económico y social, causando descontento en la esfera popular y en las líneas militares. Durante esa época, la prensa vio coartada su libertad de expresión al punto, que en 1971 varios periodistas que eran perseguidos políticos fueron arrestados. Diego Oquendo, cuenta el caso de Ethelberg Macías Briones, que escribía para un diario de Manabí y que fue apresado bajo el cargo de haber irrespetado al jefe del Estado. Lo mismo sucedió con la detención del Julio Prado Vallejo, columnista de 'El Tiempo' (Oquendo, Diego, 2008: 93).

### **La dictadura ecuatoriana (1970 – 1976)**

Inicialmente su mandato habría sido hasta 1972, pero dos años antes decide Velasco dar un golpe dictatorial y destituir a su vicepresidente. En esos ánimos de revuelta, las Fuerzas Armadas encontraron un pretexto para destituirlo. Y así el 15 de febrero de 1972 se convirtió en lo que llamamos “El Carnavalazo”.

Tras ello, la suerte del país cambió con la bonanza petrolera. La riqueza del crudo encontrado benefició al país. Y al mando quedó el General Guillermo Rodríguez Lara (1972-1976) que declaró el inicio de su dictadura. Y aunque reconoció a la SENDIP la atribución de velar por la libertad de expresión, esto solo se quedó en discurso puesto que los abusos y excesos no cesaron. Incluso hubo instrucciones muy precisas para controlar la acción de la prensa. El disenso no era admitido. Así en 1974 se ordenó la clausura de Canal 2 de Guayaquil por haber difundido una noticia sobre la posible salida del jefe de Estado por razones de salud. Una tergiversación de la información les costó el cierre temporal del medio. Pero Oquendo en su libro “Una piedra en el zapato” denuncia un sinnúmero de atentados y agresiones a periodistas de la época por comentarios publicados y crónicas que a decir del gobierno ‘atentaban contra la seguridad nacional’.

Entre los periodistas perseguidos y agredidos físicamente destacan: José Laborde Ramírez, director del diario ‘Ecos’ de Quevedo; el periodista César Dávalos Herrera, columnista “EDARGO” de ‘El Telégrafo’ de Guayaquil; el presidente del círculo de periodistas de Manabí, Rafael Arboleda Fernández, y Carlos Cortez quien

llegó a solicitar amparo en la embajada de Colombia. Otros comunicadores sufrieron atentados en sus domicilios y aposentos, entre ellos: el comentarista de televisión Jorge Donoso Rumazo, el editor del teleperiódico “El Observador” de Canal 10, Antonio Hanna Musse y el gerente de radio Cristal, Armando Romero Rodas. Pero a la lista se suman aquellos que fueron detenidos: César Dávalos, director de Radio Visión; Humberto Arroyo, de La Voz del Volante; Julio Prado Vallejo, columnista de ‘El Tiempo’ y la subdirectora de diario ‘Expreso’.

Sin duda la dictadura dio varios golpes a la prensa pero el último fue la censura generalizada a los medios de comunicación el 1ro de septiembre de 1975 por “atentar contra la seguridad nacional”, dado que esa fecha representó el intento de golpe de Estado y era prohibido cualquier información que se emita sobre los hechos. Cuatro meses después de ello y bajo un acuerdo con la cúpula militar en 1976 el triunvirato militar encabezado por el vicealmirante Alfredo Poveda Burbano se hizo al mando. Gracias a la presión internacional el Ecuador pudo retomar el sistema constitucional con las elecciones de 1978 que dio el triunfo a Jaime Roldós Aguilera. Año en el que diario El Universo fue alertado de una bomba en sus instalaciones.

#### **Oswaldo Hurtado Larrea (1981-1984)**

La presidencia de Hurtado se caracterizó por ser un gobierno cercano a la prensa nacional incluso con preferencias para varios editorialistas. Sin embargo, esto no eximió los reclamos a los medios de comunicación. Incluso en la historia del Ecuador muchos comparan este periodo con el de Galo Plaza por su respeto a la libertad de expresión.

Pocos han sido los gobiernos ecuatorianos que han dado una muestra más acendrada de libertad de expresión que el actual régimen. Quizá, haciendo memoria, el gobierno del período de 1948 a 1952, del presidente Galo Plaza, es otro ejemplo de una cabal libertad de expresión (El Telégrafo, 1983).

Vale destacar que existieron agresiones a camarógrafos y periodistas por insatisfacción o por apoyo partidista al régimen por parte de algunos ciudadanos, pero estos no son reflejo de la relación que mantuvo el gobierno con la prensa. Ejemplo de ello es la expedición de un reglamento secreto bajo el pretexto de la declaratoria del “estado de emergencia”, la cual manifestaba: “los medios de comunicación social serán administrados por sus propietarios, bajo control del Estado, pudiendo ser requisados”

(Art. 10, decreto ejecutivo N°. 62, registro oficial reservado N°. 977-R, agosto 19 de 1982, “reglamento de requisición”, citado en Oquendo, 2008: 139).

### **León Febres Cordero (1984 -1988)**

A finales de 1984 la lucha contra el terrorismo se volvió parte de las políticas primordiales para el Gobierno. Esto después de que surgiera el grupo armado ‘Alfaro Vive ¡Carajo!’. En esta atmósfera subversiva se tomaron acciones que violaron los derechos civiles llegando a sumar la lista de desaparecidos. Entre ellos el conocido caso de los hermanos Restrepo. Pero acogiéndonos al ámbito periodístico hubo persecución política a varios comunicadores y directivos de medios como Vicente Adum Antón, gerente del vespertino ‘Segundo Meridiano’ que fue brutalmente agredido. Eduardo Castillo Barredo periodista guayaquileño, crítico del régimen fue ‘inhabilitado’ durante 12 horas (El Telégrafo, 1985).

En la provincia de los Ríos, el diario ‘Tribuna’ de Quevedo sufrió ataques a sus instalaciones. Mientras tanto las radios del país eran suspendidas una a una: Atalaya, Huancavilca, Democracia, Victoria, Dinámica, Tarqui, Cristal, Bolívar, El Sol, Éxito, Sideral, Tropicana y CRE. Estas dos últimas también sufrieron atentados en sus instalaciones, al igual que varias redes de televisión.

Canal 5 propiedad de ORTEL que obtuvo la concesión de frecuencia por el Presidente Hurtado al finalizar su periodo, fue clausurado por el Gobernador del Guayas, Jaime Nebot Saadi. Tras una conversación mantenida por Nebot y un funcionario en Quito, se cita en el libro ‘Informe de una clausura’: “por seguridad del Estado, El Estado pasa a reservarse la frecuencia. Por ley de defensa... nacional...”. Entre las observaciones que se realizaron para el cese de este medio fue el supuesto incumplimiento de contrato. Además se atribuía que la expedición de la licencia de funcionamiento habría sido de carácter político (Carrión, Andrés, 1987:17-41). Curiosamente a partir del 10 de agosto de 1984, varios programas de opinión bajo la conducción de periodistas de aceptación popular desaparecieron.

**Tabla 1. Programas de opinión**

<b>PROGRAMA</b>	<b>CONDUCCIÓN</b>	<b>TELEVISORA</b>
‘Ante la opinión’	Diego Oquendo	Canal 2 - Gamavisión
‘Una hora’	Patricio Quevedo	Canal 4 - Teleamazonas
‘Frente a Frente’	Gonzalo Rosero Gloria de Carbo	Canal 8 – Televisora Nacional
‘Debate’	Carlos Vera	Canal 10 - Telecentro
‘Los periodistas y el personaje de la semana’	Iván Oña	Canal 13

**Fuente:** Andrés Carrión – ‘Informe de una clausura’  
Cuadro elaborado por el autor

De acuerdo a Carrión, el objetivo era disminuir la discusión política en la esfera pública para así dar paso al modelo dictatorial. De esta forma la lista de periodistas perseguidos se hizo evidente y las retaliaciones no se hicieron esperar. Varios comunicadores (Hernán Juvé, Alfonso Alava, Ramiro Carrillo, Gonzalo Ruiz, Gonzalo Rosero, Salomón Osorio, Oscar Jara, Héctor Villacís, Lía Vinueza, Lilia Lemos, Carlos Vera, Alvaro Samaniego, entre otros) fueron despedidos sin explicación de sus puestos de trabajo debido a la influencia Presidencial de la época sobre los dueños de los diversos medios de comunicación (Carrión, 1987:36). Muchos recuerdan este periodo como el más atentatorio contra la prensa nacional no solo por la censura sino también por la dificultad para cubrir sus fuentes. Un ejemplo que se repitió aunque con una intensidad mucho menor en el Gobierno de Rodrigo Borja Cevallos (1988-1992) cuando se clausuró Radio Sucre por un año al haber insinuado los negocios del hermano del Primer Mandatario.

#### **Sixto Durán Ballén Cordovez (1992-1996)**

Las mismas prácticas se repitieron durante el Gobierno de Sixto Durán Ballén quien clausuró radio Latacunga y las escuelas radiofónicas de carácter popular, así como las radios comunitarias que habían sido fundadas por Monseñor Leónidas Proaño.

A pesar de que su relación con los medios de comunicación no fue la esperada, el ex gobernante recuerda su ciclo con agrado pues asegura haber respetado la libertad de expresión de los ciudadanos y de los periodistas. Incluso cuando un par de veces la prensa había publicado su muerte.

Mientras fui presidente, en dos ocasiones ciertos medios informaron que había fallecido. La segunda vez me apuré a llamar a mi esposa Finita (Josefina Villalobos) que estaba en una cita de primeras damas en Mar del Plata (Argentina) para decirle que si leía la noticia no era cierta, que seguía aquí (ríe)... Tuve desacuerdos con la prensa, mas respeté la libertad de expresión (El Universo, 2011).

Pero su contestación no era la misma en las ruedas de prensa, sobre todo cuando las preguntas cuestionaban las medidas oficiales o provenían de jóvenes periodistas. Incluso llegó a decir que la prensa tenía como fin dividir a la opinión pública "...porque a la prensa nacional le gusta echar leña al fuego". En protesta a una suma de críticas del régimen el 8 de noviembre de 1994 los cronistas acreditados ante el Palacio de Carondelet se amordazaron la boca en rechazo a "la mala política de comunicación del Gobierno, que provoca un alto nivel de desinformación" (Oquendo, 2008:219).

### **Abdalá Bucaram Ortiz (1996-1997)**

Cosas como estas se verán disminuidas en el escenario político con 'el loco que ama' que estuvo al frente del país durante 186 días.<sup>23</sup> Su relación con la prensa cobra relevancia en la campaña electoral no precisamente por el apoyo mediático sino por su innovación en hacer de la prensa un recurso político.

Después de tres intentos electorales por llegar al poder ejecutivo, Bucaram asume el cargo sin un plan de Gobierno definido. Sin embargo, no se podría decir lo contrario de su campaña. El primer tramo de la misma se caracterizó por el empleo de estrategias usadas en los populismos clásicos<sup>24</sup> donde el contacto personal de puerta a puerta con los ciudadanos era un pilar fundamental para asegurar un gran aporte en los comicios. A esto se suman mítines y caravanas alrededor del país que de acuerdo a

---

<sup>23</sup> Esta categorización nació como un slogan del partido roldosista en respuesta a las acusaciones de la prensa y ciertos sectores sobre la poca cordura de Bucaram para gobernar el país (esto debido a su comportamiento en público, mismo que era poco aceptable para un Presidente).

<sup>24</sup> Para conocer más sobre las características del populismo clásico remitirse a textos de Carlos de La Torre.

Flavia Freidenberg fueron la clave del éxito roldosista dado que permitieron a los electores reconocerse en la figura del líder.

En el segundo tramo se hicieron evidentes el empleo de los medios televisivos para difundir el discurso roldosista. “Bucaram pautó 155 comerciales que implicaba en ese momento el 24,5% del total de todos los candidatos en los mismos medios de televisión” (Freidenberg, 2003: 368 -381). Desde entonces la televisión poco a poco surge como una herramienta electoral y política para los candidatos.

Basado en un discurso asistencialista y demagógico, de corte populista, Freidenberg plantea que el tipo de representación que Bucaram encarna no solo se basó en reconocerse como igual ante ciertos grupos sociales, sino que también lo hizo de una forma política y para demostrarlo destaca un titular de diario ‘El País’ en el cual menciona “yo soy el candidato de los que rayan con una chapa de cerveza los Mercedes Benz” (Freidenberg, 2003:388). Frases como esta iban acompañadas de un sinnúmero de acciones que a decir de la prensa y ciertos sectores no eran bien vistas para un Presidente.

La prensa nacional reaccionó con un fuerte rechazo al ser testigos de los grandes conciertos que realizó en el Palacio de Carondelet, los festejos que realizaban sus hermanos en las instalaciones el Congreso Nacional y la aparición de su hijo Jacobo celebrando su primer millón de dólares después de trabajar durante pocos meses en las aduanas. Pero el show mediático y sus excentricidades no fueron suficientes para Bucaram, a quien también se lo denunció por actos de corrupción como el ‘caso de la mochila escolar’, nepotismo, malversación de fondos por parte de funcionarios públicos y enriquecimiento ilícito.

En este escenario el papel de los *mass media* jugó un papel fundamental, logrando marcar una diferencia entre quienes se quedan o se van del poder.<sup>25</sup>

El papel homogenizador de los medios de comunicación y la capacidad de consolidar percepciones e ideas es lo que ha fortalecido la participación de los medios como actores políticos y su influencia en la esfera pública.

---

<sup>25</sup>Esto se logra gracias al apoyo de la prensa y la formación de personajes protagónicos, además del nivel recurrente de los mismos en los informes noticiosos.

### **Jamil Mahuad (1998 - 2000)**

Un presidente adecuado como Jamil Mahuad, con un comportamiento serio y esperado logró un acercamiento casi inmediato con la prensa. Mientras que un representante como Abdalá Bucaram que rompía cualquier esquema de un comportamiento formal o aceptable para un primer mandatario causó inquietud y propicio una esfera de poca credibilidad ante los medios.

Esto se hace evidente en los llamados a la prudencia y el restablecimiento del orden que se realizaron desde diario 'El Universo' y 'Hoy'. Las columnas de opinión de estos diarios y sus titulares reflejaban un fuerte y abierto rechazo a Bucaram. De acuerdo a Gabriela Córdova el accionar de los *mass media* en relación a las presidencias de Mahuad y Bucaram difieren en cuanto al carácter de víctima que se le dio al primero al ver perdido representatividad ante el pueblo, mientras que con el segundo, la prensa siempre lo culpó de las irregularidades de su gobierno. En el caso de Bucaram se llegó al extremo de censurar las transmisiones en vivo donde se presentase algún funcionario público con la finalidad de evitar agresiones verbales o convertirlo en un espacio de informe de obras. De esta forma la palabra, incluso del presidente, para ser admitida por los medios de comunicación debía ser pregrabada.

En el periodo de Mahuad también existieron llamados de atención al entonces jefe de estado para propiciar el entendimiento entre el pueblo. Como no tuvo resultado, la prensa a través de sus columnas de opinión y titulares exigió al presidente soluciones y acciones de forma directa (Córdova, 2003: 21-45). Sin embargo, desde entonces el lazo entre los banqueros y los medios de comunicación hizo que la respuesta ante la crisis que llevaría a la congelación de los depósitos fuera escasa.

Algunos coinciden en que esto surgió del apoyo del sector financiero y mediático para el ascenso de Mahuad durante la campaña.

### **Gustavo Noboa Bejarano (2000 - 2003)**

Con el nuevo gobierno los cambios llegaron desde el primer día. Exactamente un 21 de enero cuando asumió la presidencia. En el Palacio de Carondelet entregaban las acreditaciones de prensa, el anuncio: debían firmar los comunicadores un compromiso para "guardar absoluta reserva, discreción y lealtad en todo lo que vea o escuche en el interior de este recinto, por seguridad nacional" (Oquendo, 2008: 240-245).

Sin duda un encargo que iba en contra de los preceptos periodísticos y que desató una protesta. Días después un levantamiento indígena apoyado por la cobertura de sector causó la reacción de Noboa pidiendo que la información no caiga en el “amarillismo” así también que se mantengan “equilibrio en el servicio informativo”. En otros momentos también cuestionó a los periodistas diciendo “...hay alguno que otro editorialista que cuando era chiquito le quitaron un chupete, se resintió y escribe pendejadas”.

### **Lucio Gutiérrez Borbúa (2003 -2005)**

Años después la participación de la prensa en especial de Radio ‘La Luna’ pondría en evidencia una vez más el ejercicio político de los medios. Esta vez sería para propiciar la caída de Lucio Gutiérrez Borbúa.

El 13 de abril de 2005 el director de la radio, Paco Velasco abrió sus micrófonos en una jornada ininterrumpida para permitir que los ecuatorianos opinen respecto de la situación que se vivía en el país.<sup>26</sup> En esos momentos el espacio radiofónico y su conductor se convirtieron en protagonistas de las convocatorias a los ciudadanos a marchar sobre las calles en protesta contra de Gutiérrez. Días de tensión se vivieron en el Ecuador tras la inconformidad del pueblo. La voz de denuncia se convirtió en un ente amenazante a la estabilidad del gobierno de turno, por lo que se registraron irregularidades como cortes de luz en las radios que apoyaban la revuelta.

Pero aún así esta persistía y la radio se convirtió en el lugar de encuentro de quienes no se sentían identificados ni representados por el entonces Primer Mandatario. Así, radio La Luna se convirtió en la canalizadora de las inquietudes y las propuestas de cambio.

‘Forajidos’, así se identificaban las personas que llamaban a la radio para alentar la salida de Gutiérrez. Varios enfrentamientos entre la policía y los ciudadanos dejaron

---

<sup>26</sup> Lucio Gutiérrez haciendo uso de una mayoría efímera en el Congreso y el apoyo de las cúpulas militares puso en marcha el llamado ‘pacto de las guayaberas’. Este consistía en la destitución de los jueces de la Corte Suprema y el remplazo de su presidente por Guillermo Castro Dager, quien estaba asociado con el ex mandatario ecuatoriano Abdalá Bucaram, acusado de malversación de fondos, nepotismo y enriquecimiento ilícito. La implantación de la nueva corte suprema de justicia o llamada por lo ciudadanos como la Pichi corte anuló los juicios de corrupción en contra de Bucaram permitiendo su retorno.

El 1 de abril de 2005. Bucaram llega al país pero estas acciones no hacían más que caldera los ánimos de una oposición ciudadana que venía manifestándose en las calles en contra del Gobierno.

sobre la marcha a heridos y personas afectadas por los gases. Entre ellos un periodista chileno, Julio García.

Cientos de ecuatorianos caminaron hacia el Palacio de Carondelet por lo que el Congreso decidió posicionar a Alfredo Palacio en las instalaciones de Ciespal como nuevo presidente de la República. Para de la Torre, “la creencia de que tanto Bucaram en 1997 como Mahuad en 2000 habían sido echados por las protestas populares funcionó como un mito movilizador. Muchos buscaron repetir estas hazañas...” (De La Torre, et.al., 2010) En este caso, los medios de comunicación actuaron en representación de la opinión pública y jugaron un rol protagónico en el ejercicio político del país.

Al retroceder un poco el tiempo en este gobierno también se puede encontrar varias desavenencias con la prensa nacional. En el cable 21575 publicado por wikileaks, Cristie Kenney, diplomática estadounidense en el 2004 hace un informe para su país en el que expresa que la libertad de expresión en el gobierno de Gutiérrez se vio amenazada por un acoso político a los mismos y la posibilidad de hacer una ley mordaza para los medios de comunicación (El comercio.com, 2011).

La Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (Aedep) hizo público en la prensa algunos comunicados en los que se pedía a Gutiérrez actuar con prudencia y dejar de lado sus acusaciones en contra de este gremio. A pesar de ello estas continuaron y alentaron a varios simpatizantes del régimen a quemar en las calles de Quito ejemplares de diario ‘El Comercio’. En esa atmosfera el entonces presidente condenó a la prensa diciendo “¿saben por qué me hablan y me critican? Porque soy como ustedes, soy como el pueblo”. Días después acusó a los medios: ‘El Universo’, ‘El Comercio’, ‘Ecuavisa’ y ‘Teleamazonas’, de mentir y contar “verdades a medias”.

Pero estos roces no eran solo discursivos. En septiembre de 2005 el secretario de Comunicación de la Presidencia, Iván Oña, dijo que empezaría a llamar a una confesión judicial a los periodistas que digan estas “medias verdades”.

Desde el Congreso, los diputados habían aprobado el proyecto de reformas al Código Penal que pretendía penalizar la publicación de conversaciones telefónicas y vídeos, sin consentimiento. La prensa solicitó su anulación pero solo al llegar el gobierno de Alfredo Palacio (2005 – 2007) esta enmienda quedó sin efecto. Empero estos llamados de atención se multiplicaron en el gobierno de Rafael Correa, y se hicieron realidad las

amenazadas de formular en la Asamblea una Ley de Comunicación reguladora. La censura a los medios de comunicación y más aún, las demandas al gremio también tomaron forma.

### **Rafael Correa (2007 – 2013)**

Correa basa su retórica en un discurso asistencialista y protector. Hace uso de los espacios mediáticos obtenidos para construir una lógica dicotómica del espacio social donde el fin es debilitar a quien podría ser o llegar a ser un adversario político. Insultos como “oligarquía corrupta” y “prensa mediocre” nos muestran que Correa ha elegido a los medios de comunicación como uno o el más grande de sus opositores.

Kirk Hawkins en su forma de ver la organización populista destaca cuatro atributos que son: insularidad, tácticas de todo vale, baja institucionalidad y estructura de movimiento; que serán analizados en su momento a lo largo del presente trabajo. En este punto, me resulta imprescindible citar el primer atributo: la insularidad. Esta característica sugiere que la organización populista se aísla de la sociedad civil a través de una propuesta anti-sistema, que es la base de los discursos populistas de estos tres últimos actores políticos, que propicia una división entre el sistema de partidos y la sociedad civil (Hawkins, 2008:133). A esta visión podríamos acotar la de Putnam quien dice que los gobiernos populistas incentivan la “adhesión” de capital social pero obstruyen la formación de puentes entre el capital social (Putnam, 2000, citado por Hawkins, 2008:136). En consecuencia, esta forma resulta ser incluyente y excluyente a la vez. Ese ha sido el mecanismo adoptado por Correa. Analizando su discurso veremos que desagrega a la sociedad en dos campos antagónicos obligando a las personas a tomar una postura dentro del campo político.

La publicidad de ataque, como los insultos resultan ser parte las tácticas empleadas en este proceso que apunta a generar legitimidad sobre las acciones de quien acusa y enaltece los defectos de su oponente (Jamieson, 1992, Canel, 1999:69). Su herramienta de difusión principalmente es la televisión gracias a las ventajas que tiene, como son el apelar políticamente en oído y vista al receptor.

Pero eso no quiere decir que los medios de comunicación se hayan convertido en víctimas, ya que ellos también han tomado partido haciendo uso de sus propias herramientas informáticas y comunicacionales para su defensa y participación en este espacio de disputa por el poder. Es así que el discurso mediático y el del gobierno hace uso del capital simbólico y su posición dentro del campo para establecer una dicotómica relación entre lo que esta bien y mal.

Resultado de esta pugna por restarle credibilidad al otro, tanto el Gobierno como los medios de comunicación han realizado su campaña con un fuerte impacto en la esfera pública, a través de marchas, espacios informativos, spots publicitarios, etc.

## **CAPÍTULO II MEDIOS COMO ACTORES POLÍTICOS**

¿Son los medios de comunicación masivos ecuatorianos actores políticos? La respuesta a esta pregunta marcará el segundo capítulo de esta tesis, que busca examinar de qué forma los Medios y el Gobierno del Presidente Rafael Correa influyen en la opinión ciudadana para construir escenarios de representación política. Al contestar esta interrogante podremos determinar en qué medida la prensa nacional trasciende su papel comunicador para transformarlo en político.

Para entender a fondo en qué medida los medios se construyen como actores políticos considero importante que el lector tenga presente el estudio realizado en el primer capítulo sobre cómo los medios de comunicación cooptan el vacío de representación política que dejan los partidos.

Pero este no es un giro reciente, pues como lo hemos notado los medios de comunicación han tomado mayor fuerza conforme pasan los años. No quiere decir que esta sea una situación que ha surgido solo como consecuencia del desplazamiento de los partidos tradicionales, sino que también se ajusta a los avances tecnológicos, el cambio en los hábitos sociales y culturales, etc. Pero si debemos tener claro que hoy “los partidos y las instituciones son reemplazados por imágenes televisivas que dan una sensación de participación y de representación directa entre el líder y sus seguidores, así como de inversión simbólica del orden” (De La Torre, 2008:32). Situación que ha sido aprovechada por los políticos.

### **Medios de comunicación como actores dentro del campo político**

Llamados también el cuarto poder del Estado, los medios han dado muestras de como su influencia mediática ha propiciado cambios en materia política. Pero, ¿de dónde surge su poder?, ¿Qué hace de las empresas de comunicación un actor político en la esfera ecuatoriana?

La respuesta inicia en los lineamientos de Bourdieu con el ‘campo político’ como un espacio de conflicto en el que se entrelazan fuerzas internas enfrentadas por las bondades del campo. En él, las relaciones de poder entre dominados y dominantes ponen en disputa el predominio del más fuerte. Siendo así una relación de Ejecutivo –

medios de comunicación sobre el dominio público. Este microcosmos encierra en sí sentimientos de amenaza entre los participantes lo que propicia la creación de sus propias leyes de juego (Bourdieu, 1991: 500).

Dos polos que muestran posturas opuestas sobre el proyecto de Ley de Comunicación y que se debaten sobre el derecho de hablar y representar sobre sus dominados. Además de legitimar su discurso político y definir que es verídico y que no lo es (Bourdieu, 1991: 497,503).

Estas características del campo de poder las veremos en las diversas maniobras empleadas tanto por el Gobierno como la Prensa en esta disputa por acumular capital político. Para apoyar mi hipótesis sobre como se movilizan las fuerzas de poder tomaré como caso de estudio el debate del Proyecto de Ley de Comunicación que inicia en el tercer trimestre del 2009 y que aún no ha sido aprobado ni archivado.<sup>27</sup>

### **Ley de comunicación vs Ley mordaza**

Sin duda el Proyecto de Ley de Comunicación ante los ojos del público no era el mismo. Ante el Gobierno y sus seguidores empezó siendo una defensa por la libertad de expresión y terminó siendo una Ley de poca urgencia para la nación. Mientras que para los Medios y los Partidos de oposición inmediatamente se convirtió en la “Ley Mordaza”.<sup>28</sup> Entiéndase mordaza como un objeto que imposibilita el habla. Desde el nombre que se le ha dado, claramente se puede ver el rechazo a cualquier artículo o ley que impida la libertad de prensa. Esto es importante dado que los medios de comunicación representan el poder simbólico y a través del lenguaje acumulan capital político. Haciendo que la propagación de su discurso acumule sentidos, es decir bienes simbólicos. En eso radica su poder, ya que el lenguaje es un elemento que según Bourdieu estructura al sujeto. Es decir adquiere la capacidad de propagar la ideología. En otros términos sería el vehículo de la ideología, sea esta de características dominantes o con capacidad interpeladora (Bourdieu, 2010:54).

Bajo esta visión sobre el marco jurídico que regularía los medios, surgió un amplio debate en el espacio público para demostrar que tesis era la más idónea para el

---

<sup>27</sup>“Una prensa movilizadora es una prensa movilizada” (Córdova, 2003:44).

<sup>28</sup> Este calificativo ha sido empleado anteriormente en países como Argentina, Italia y Puerto Rico para denotar resistencia ante un marco jurídico que impida la libre expresión.

país, todos amparados en discurso bajo la defensa del derecho de todo ciudadano a la libertad de expresión, pero en la práctica bajo los intereses particulares de los actores políticos.

Para facilitar el entendimiento de cómo se desarrolló el debate del Proyecto de Ley el análisis estará acompañado con una descripción de los hechos con aportaciones empíricas.

Todo surge con la aprobación de la nueva Carta Magna del Ecuador en el 2008, cuando en el numeral cuatro de la Disposición Transitoria Primera se establece que el órgano legislativo en un plazo máximo de 360 días debía aprobar varios cuerpos legales, entre ellos, la Ley Orgánica de Comunicación. Desde entonces el tiempo se ha agotado y el país sigue a la expectativa del segundo debate de este Proyecto de Ley que no ha llegado a consenso.

El argumento que el Gobierno tiene para promocionar la necesidad de una nueva Ley es “que la ley de Radiodifusión y Televisión que aún está vigente [...] fue sancionada en 1975 por un gobierno de facto”. Además, no prevé ningún mecanismo de control de uso de frecuencias de radio y televisión (Ramos, 2010:26).

Al hacer un recorrido de la evolución del Proyecto de Ley se puede observar cómo los medios se construyen como actores políticos. ¿Pero de qué tipo? Para Bourdieu los medios de comunicación, responden a intereses y por tanto a la lucha por la hegemonía. Su posicionamiento en el campo político es fruto de la continua disputa por los recursos que se generan al interior de ese campo y en relación con otros actores, en distintos campos tales como el cultural y el social. Por ello veremos como las estrategias empleadas buscan acumular simpatizantes para poder mantenerse en el poder. Su disponibilidad de capital social asegura un respaldo eficaz contra su opositor (Bourdieu, 1997:43).

Para entender mejor la escalada de esta problemática dividiremos los hechos en fases: inicial, primer debate, segundo debate y estado actual.

### **Fase inicial**

Con fecha 9 de septiembre de 2009, el Consejo de Administración Legislativa (CAL) define dar trámite a los Proyectos de Ley presentados por los Asambleístas: César

Montúfar, Lourdes Tibán, Cléver Jiménez y Rolando Panchana; a través de la conformación de la Comisión Ocasiona Especializada de Comunicación.

Como se podrá constatar en el cuadro a continuación el movimiento oficialista - PAIS- tiene mayoría al interior de la Comisión; lo cual desde un inicio les da ventaja al momento de votar sobre los informes y acuerdos.

**Tabla 2: Integrantes de la Comisión Ocasiona de Comunicación**

<b>Miembros</b>	<b>Partido / Movimiento</b>
Mauro Andino Reinoso Presidente de la Comisión	Movimiento PAIS
Humberto Alfonso Alvarado Prado	Movimiento PAIS
María Augusta Calle Andrade	Movimiento PAIS
Betty Elizabeth Carrillo Gallegos Primera Vicepresidenta de la Asamblea Ex Presidenta de la Comisión	Movimiento PAIS
Fausto Antonio Cobo Montalvo	Partido Sociedad Patriótica (PSP)
César Montúfar Mancheno	Movimiento Concertación Nacional Democrática (MCND)
Rolando José Panchana Farra Segundo vicepresidente de la Asamblea	Movimiento PAIS
Milton Jimmy Pinargote Parra	Movimiento Municipalista por la integridad Nacional Su padre ex dueño de la frecuencia de radio “La Voz” de la provincia de la Libertad
Lourdes Lisenia Tibán Guala	Movimiento Unidad Plurinacional Pachakutik Nuevo
Ángel Ramiro Vilema Freire	Movimiento PAIS
Cynthia Fernanda Viteri Jiménez	Movimiento Madera de Guerrero

**Fuente:** Cuadro elaborado por el autor

Uno de sus integrantes falleció en septiembre del 2010. Era Humberto Alfonso Alvarado Prado, conocido en Quevedo -Provincia de Los Ríos- como un empresario de la comunicación. Poseía tres radios en AM Y FM, además de un canal de televisión de

señal abierta que habría obtenido en este Gobierno, lo que causó la especulación de varios ciudadanos y asambleístas sobre el tráfico de influencias políticas que habría empleado para conseguirlo, esto basados en los cargos públicos que cumplen sus hijos Vinicio y Fernando Alvarado, siendo el primero, Secretario General de la Administración Pública, y el segundo, Secretario Nacional de Comunicación del Gobierno.

La forma en como se forma esta Comisión evidencia la medida en que el Gobierno mantiene interés sobre los contenidos que se expidan en el nuevo marco jurídico, mismo que podría beneficiarlo en su objetivo de acumular poder mediático y desarticular las redes de monopolio ejercidas en el medio por los grupos de poder económico que usualmente inciden en las resoluciones políticas.

Tras el análisis de los Proyectos de Ley en varias sesiones, la Comisión Ocasional emite su primer informe el 21 de noviembre de 2009 en el que se establece el enfoque general que tiene la Ley.

...reconoce y garantiza a las personas el derecho al honor y al buen nombre, [...] la libertad de expresión no es un derecho absoluto, sino que admite restricciones para acomodar su ejercicio con los derechos de los demás, la seguridad de todos y la exigencias del Buen Vivir en una sociedad democrática (Informe Comisión ocasional de Comunicación, 2009).

A pretexto de estas líneas se ha puesto de manifiesto la posibilidad de controlar la programación y sus contenidos. De lograrlo, el Gobierno tendría la potestad de censurar segmentos televisivos y restringir la calidad informativa. ¿Por qué es preocupante el que se llegue a este tipo de regulación? Porque se estaría apuntando a controlar la herramienta comunicacional más importante: la televisión, ya que ésta tiene la facultad de dictar formas de comportamiento y de percepción en torno al mundo, pero sobre todo en un país tan político como el nuestro, tiene la capacidad de cambiar las apreciaciones sobre la política (Meyrowitz citado en Venicio de Lima, 1993: 56). El empleo de este medio como instrumento político permitirá un mejor resultado en la lucha de poder, ya que estas logran movilizar los organismos y actores fuera del campo.

Por supuesto esto dependerá de la confianza depositada en el actor político elegido. En este caso los medios de comunicación. Pero si extendemos esto hasta el ejecutivo, veremos que estos representantes dentro del campo solo podrán obtener esta

confianza gracias a la autoridad que le otorga su partido o su gremio. La capacidad de acumular capital político y la posibilidad de acceder a él lo constituyen como un sujeto legítimo para hablar en nombre de sus ‘dominados’ (Bourdieu, 1990). En consecuencia, el número de personas que se reconozcan en el actor político elegido es trascendental.

### **Primer debate**

A inicios de diciembre de 2009 tras el revuelo crítico que causó entre los Asambleístas, la Prensa y la esfera pública la elaboración de un Proyecto de Ley de Comunicación para garantizar la libertad de expresión, se decidió aplazar el Primer debate en el Pleno Legislativo con el fin de que se discutiera a fondo el contenido del articulado.

El 17 de diciembre del 2009 un acuerdo político entre las bancadas y grupos políticos con la presencia de Cordero permitió que los Asambleístas lleguen a un consenso sobre los puntos claves del Proyecto de Ley de Comunicación para su primer debate. Dicho documento consta de siete puntos, los más importantes me permitiré transcribir del escrito oficial debido a que corresponden a los nudos críticos ante los cuales surgen posturas a favor y en contra para aprobar la Ley. Estos son:

- Se debe garantizar la libertad de expresión sin censura previa y con responsabilidad ulterior, conforme lo establece la Convención Americana de Derechos Humanos en el artículo 13, numerales 1 y 2.
- La Ley Orgánica de Comunicación debe regular los tres subsistemas establecidos en la Constitución que son el público, privado y comunitario desde un enfoque positivo.
- Se admite la necesidad de que exista un Consejo de Comunicación e Información autónomo e independiente del Gobierno y poderes fácticos. Sus funciones estarán orientadas a garantizar los derechos de los ciudadanos y fortalecer la comunicación; tendrá facultades de regulación administrativa; pero de ninguna manera podrá clausurar o suspender administrativamente ningún medio de comunicación.
- Se debe desarrollar la normativa en cuanto a la prohibición de la concentración de medios, monopolios y oligopolios, y la democratización de la comunicación, así como regular la redistribución de las concesiones del espectro radioeléctrico en igualdad de condiciones entre los medios públicos, privados y comunitarios.

Cerca de las festividades navideñas, muchos creyeron que los asambleístas como era costumbre en anteriores Legislaturas aplazarían el primer debate de la Ley, pero no fue

así, la cita se dio el 22 de diciembre de 2009 con 71 asambleístas y la ausencia de 53. En el transcurso de la misma unos entraban y otros salían. En las intervenciones, varios asambleístas honraron el acuerdo entre las bancadas alentando a mantenerlo, mientras que, otros como Cynthia Viteri rompieron el mismo abogando que las declaraciones del Presidente de la República en su cadena sabatina habrían puesto al descubierto las intenciones de bloque PAIS, sobre un posible veto en los puntos de consenso. A esto se sumó el cierre de la televisora Teleamazonas por tres días y la clausura de radio La Voz de Arutam. Con estos antecedentes, el bloque Madera de Guerrero solicitó que se archive la Ley. El asambleísta Luis Morales llegó a decir que la suspensión de la programación del Canal de televisión tenía como fin desestabilizar el acuerdo. Y así fue.

A las 17 horas se suspendió la sesión para retomar su segunda parte el 5 de enero del 2010, día en que se conmemora el Día del Periodismo Ecuatoriano. En esta sesión Gilmar Gutiérrez, jefe de la bancada de Sociedad Patriótica, pidió que los asambleístas presenten sus firmas como señal de apoyo al acuerdo firmado el 17 de diciembre. Pero la respuesta de Cordero fue “mi palabra vale como palabra, yo no tengo que darle a Sociedad Patriótica ninguna prueba de mi palabra” (Acta 002, Secretaría Nacional de la Legislatura). En las posteriores intervenciones, asambleístas se acogieron al pedido de Gutiérrez para comprometer su voto en caso de un veto parcial del Ejecutivo a la Ley aprobada. El bloque de Alianza PAIS se mantuvo al margen.

“Los hombres de bien acompañamos la palabra con nuestras firmas y no hay que tener temor a eso”, así se refirió Abdalá Bucaram Pulley del PRE a las declaraciones de los asambleístas que se abstuvieron de presentar sus firmas.

Cuando eran las 19 horas la sesión se dio por terminada en un clima hostil y de desconfianza. Sin duda la discusión no habría sido un buen preámbulo para el segundo debate, pero el Proyecto de Ley volvió a manos de la Comisión ocasional para la elaboración del texto que sería discutido en segundo y definitivo debate. El plazo era de 45 días, al cual se sumó una prórroga de 20 días con la finalidad de obtener una Ley que garantice los derechos de libertad de los ciudadanos en pro de una comunicación libre y democrática. Pero el mal sabor de boca había quedado. La postura de PAIS había evidenciado una vez más cómo la Legislatura le es fiel al Ejecutivo.

### **En espera del Segundo debate**

Por unanimidad (once votos), el 02 de Junio de 2010, la Comisión Ocasional de Comunicación resolvió pedir una nueva prórroga, esta vez de 15 días, para presentar el informe que se consideraría a votación en el segundo debate del Proyecto de Ley. No obstante, la meta no fue alcanzada y se solicitó una nueva prórroga, que fue el detonante para que varios Asambleístas de oposición desconocieran el último informe que se elaboró sobre esta Ley.

La asambleísta Betty Carrillo, a un día de que se cumpla el plazo para que se presente el documento, renunció al cargo de presidenta de la Comisión Ocasional. Afirmó que se debía a las declaraciones del titular de la Asamblea quien habría dicho estar de acuerdo en los artículos, pero no con el informe que se presentó (Diario El Hoy, 2010).

Mauro Andino, asume el cargo de Carrillo y hace la petición formal de una prórroga de 5 días al titular encargado de la Asamblea Rolando Panchana, quien también es miembro de la Comisión. Empero, para esa fecha se había dispuesto en el Orden del día el debate de la Ley Orgánica de Educación Superior, por lo que Panchana decidió otorgar un plazo de 13 días para que se presente el documento final de la Comisión. No obstante, la oposición se alía para pedir el archivo de la Ley al declarar inconstitucional la medida por duplicidad de funciones. Ya que, Panchana no podría haber actuado al interior de la Comisión con su alterna Verónica Barufaldi y a su vez ejercer el papel de Presidente encargado de la Asamblea.

Bajo esa observación los legisladores Lourdes Tibán, Fausto Cobo y César Montúfar; defendían que el retraso de la entrega del informe no era válido y, que al vencer el plazo establecido quedaba sin efecto el papel de la Comisión. Sin importar estas declaraciones, Cordero apoyó la acción de Panchana acotando que Mauro Andino necesitaba tiempo para concluir con la redacción del texto. Como resultado se esperaba que el 2 de Julio se de paso al segundo debate, pero no sucedió así.

El 8 de Julio la oposición intentó cambiar el orden del día para que se analice el proceder de Rolando Panchana, pero la moción no contó con los votos necesarios (63). Ante esto, las denuncias surgieron sobre una supuesta compra de conciencias e irregularidades en el sistema electrónico de votación.

Tras una escasa acogida de las demandas de los asambleístas opositores al Gobierno, la presidenta del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi (MICC), Diocelinda Iza Quinatoa interpone una acción de protección para impedir que se dé trámite a la Ley de Comunicación hasta que se realice una consulta prelegislativa según lo contempla la Constitución en el artículo 57, numeral 17. Pero el Juez quinto de lo Civil del cantón Pujilí, Edwin Palma Herrera negó la propuesta de Quinatoa.

Más tarde se hizo evidente el rechazo internacional a las condiciones con las cuales se pretendía aprobar la “Ley de Medios” como la calificaron muchos.

En septiembre del mismo año un grupo de asambleístas correspondientes a la oposición acudieron a Washington para reunirse con la Relatora Especial para la Libertad de Expresión, Catalina Botero, en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en la Organización de Estados Americanos (OEA), para manifestar la inconformidad existente sobre los artículos del Proyecto de Ley por limitar la libertad de expresión. Dicha visita respondía a una contrarréplica de las declaraciones del Presidente de la Asamblea en los mismos foros al negar que existiera un proyecto que viole los derechos de los ciudadanos.

La comitiva conformada por Fausto Cobo y Andrés Aguirre (ambos del Partido Sociedad Patriótica), César Montúfar (Concentración Nacional), Leonardo Viteri (Partido Social Cristiano), Magali Orellana (Pachakutik) y Fernández González (independiente); fue minimizada con calificativos de “vergonzoso” por parte del Canciller ecuatoriano Ricardo Patiño. Pero las críticas más fuertes salieron del Ejecutivo en su cadena sabatina.

El jefe de Estado llamó "siete enanitos" a quienes fueron "a rendir cuentas, a dar chismes, a quejarse: 'papi, papi nos están molestando en Ecuador'. A Washington se fueron a cuadrar los siete enanitos que fueron a arrodillarse ante la Blanca Nieves imperial” (diario Expreso, 2010).

El 09 de octubre Cordero recibió en su despacho otra carta en defensa de la libertad de expresión, ésta era de José Miguel Vivanco, director para América Latina de Human Rights Watch (HRW) quien destacaba que hay disposiciones del borrador de la Ley que debían ser modificadas.

La verdadera libertad de expresión supone fomentar y facilitar el libre debate de ideas, y asegurarse de que las personas no sean sancionadas por expresar sus opiniones, incluso sobre temas que no sean populares (Human Rights Watch, et. al., 2010).

### **Estado actual de la Ley**

Poco o nada es lo que se ha tratado en la Asamblea sobre el Proyecto de Ley de Comunicación en estos últimos meses. En el debate actual se destacan dos puntos críticos y quizás los más importantes: la conformación de un ente regulador de la programación en los medios de Comunicación y la presencia de grupos financieros en las empresas de Comunicación.

El 15 de febrero de 2011 la Corte Constitucional (CC) aprobó las preguntas enviadas por el Ejecutivo para que se consulte al pueblo sobre varias reformas. Entre las 5 enmiendas presentadas por el Presidente, la pregunta 3 buscaba anular la participación accionaria de las instituciones del sistema financiero privado o personas de dicho campo sobre los medios de comunicación. Mientras que entre las de consulta, la pregunta 9 tenía la finalidad de aprobar la conformación de un consejo de regulación que norme la difusión de contenidos.

Las posturas divergen sobre el tema, puesto que, muchos señalan las preguntas como inconstitucionales alineándose al informe presentado por la magistrada Nina Pacari de la CC quien sostiene que “restringen derechos, son regresivas y adolecen de vicios de competencias”. Por otro lado, están los defensores de la consulta quienes se unieron al informe alternativo que presentó el magistrado Patricio Herrera quien aseguró que las preguntas son constitucionales.

En la votación de los miembros de la Corte quienes estuvieron a favor de esta ponencia fueron Patricio Pazmiño Presidente de la Corte Constitucional, Edgar Zárate, Patricio Herrera, Manuel Viteri, Roberto Bhrunis y Ruth Seni, en tanto Nina Pacari Vega, Alfonso Luz y Hernando Morales estuvieron en contra. En consecuencia, se le dio luz verde a las 10 preguntas para ser parte de la consulta popular. Los únicos cambios que se realizaron responden a cuestiones de forma al editar las palabras que le daban el carácter de inductivas.

En esas circunstancias, la campaña no solo fue del Gobierno por promover el SI en todas las preguntas, sino también hubo una fuerte campaña por el NO que estuvo a

cargo de varios movimientos y partidos políticos. De las cien organizaciones sociales y políticas inscritas para participar en la campaña por el SI y por el No el Consejo Nacional Electoral registro 16 a favor del proyecto oficialista, 13 por el NO y 8 que indistintamente apoyan el Sí en algunas preguntas y el No en otras. Sin embargo, los espacios publicitarios destinados por el CNE se quedaron cortos ante la cantidad de exposición mediática. Mientras el Ejecutivo hacía uso de los espacios sabatinos, y de sus apariciones en televisión para fortalecer su campaña, los medios de comunicación extremaron la cobertura del proceso electoral con análisis de expertos en cuanto a las repercusiones en la libertad de expresión y en la democracia. Incluso opositores del partido de gobierno impulsaron una campaña humorística con la imagen del comediante Carlos Michelena quien caracterizó sus presentaciones con un toque de ironía política y esa cercanía en el lenguaje con el pueblo que siempre lo han definido.

A esto se sumó el comunicado de la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador (UNP) emitido el 16 de febrero en el cual se condenaba la conformación de Consejos de censura previa de la información. Dos días después de lo anunciado por la UNP, y las constantes publicaciones de los medios de comunicación con entrevistados que sugerían la ilegalidad e inconstitucionalidad de las preguntas, Correa respondió a la prensa.

Las preguntas fueron muy bien estudiadas pero como afectan los intereses de grandes medios hicieron toda una campaña para decir que eran inconstitucionales y esas son las cosas que hay que combatir, esa es una de las preguntas de la consulta para que ya la prensa no se convierta en la Corte Suprema de este país (Ecuador Inmediato, 2011).

Así se desarrolló la campaña electoral para el referéndum. Pero los resultados fueron definitivos tras las votaciones de los ecuatorianos en las urnas. El SI fue predominante en las 10 preguntas a pesar que la diferencia con el número de actas que registraban el NO fue muy estrecho. En las preguntas que nos conciernen en este trabajo, la 3 ganó con 47,187% y la 9 tuvo 44,964% (Consejo Nacional Electoral del Ecuador, et. al., 2011).

Hasta el día de hoy, el resultado de esta consulta no se ha hecho efectivo ni vinculante con la pregunta 9 que permitiría la conformación de un consejo regulador. Es así que para una votación definitiva, la asamblea fue convocada para el 11 de abril. Pero no hubo avances. César Montúfar mocionó archivar el proyecto de Ley, mientras que Tomás Cevallos propuso votar artículo por artículo pero solo la segunda opción obtuvo

respaldo. Sin embargo, por orden del presidente de la Asamblea se suspendió la reunión y se planteó que el presidente de la Comisión Temporal de Comunicación se reuniera con los distintos bloques legislativos para buscar acuerdos. Desde entonces los avances han sido escasos.

### **Gobierno vs. Medios de Comunicación**

“La libertad de prensa es esencial para un Estado libre” (El Comercio, 2010), “Mordaza, Consejo regula todo” (El Hoy, 2010:3a), “Demanda penal por millonaria publicidad oficial contra prensa” (El Hoy, 2010: 3b), “La propaganda oficial será sin ningún límite” (El Hoy, 2010: 1), “Alianza país pone a punto su ley mordaza” (Titular de diario El Hoy, 2010:3c); son algunos de los tantos titulares que se robaron las páginas principales en la prensa escrita, desde septiembre de 2009, cuando el Proyecto de Ley de Comunicación empieza a tomar forma en la Asamblea Nacional tras el mandato Constitucional que obliga la expedición de la Ley. Pronto estas líneas despertaron en el Gobierno fuertes críticas hacia los medios de comunicación y constantes agresiones verbales durante los enlaces sabatinos y la propaganda oficial.

En época de campaña, cuando Rafael Correa era aspirante a la Presidencia, varios medios de comunicación de alcance nacional como Ecuavisa y Teleamazonas lo apoyaron directa o indirectamente al proporcionarle mayor protagonismo en sus espacios informativos ya sea en coberturas o entrevistas. Sin embargo, con el pasar del tiempo la relación se fue resquebrajando por una serie de acciones tomadas por el Gobierno como: el incremento del IVA al papel periódico, las críticas a la Prensa en general y a varios entrevistadores televisivos de trayectoria como Jorge Ortiz y Carlos Vera. A esto se suma el segmento “La libertad de expresión ya es de todos” que era impulsado por la Presidencia en los enlaces sabatinos. Este espacio era con dedicatoria para los medios de comunicación, en el cual el Ejecutivo desmentía las noticias emitidas que habrían sido falsas o contenían información errónea. Con una alta acogida entre los ciudadanos este segmento fue utilizado para bautizar a la prensa con calificativos de “mediocre y corrupta”. Pero el detonante que dio inicio a un conflicto mediático entre la Prensa y el Gobierno fue la discusión de la Ley de Comunicación donde los intereses particulares se ven afectados en mayor proporción.

No debemos olvidar que esta disputa se encuentra inmersa en las relaciones de fuerzas que conforman el campo político de Bourdieu, y como tal el capital político acumulado y las reglas del juego (que son determinadas por el tipo de campo) van a definir el papel de cada actor y los límites de su espacio de acción y de creación (Bourdieu, 1990). Siendo un campo en el que se ven comprometidos los intereses particulares de los candidatos, la lógica del juego estará marcada una previsible acción de los jugadores. Así siendo uno el líder máximo del Estado, hará uso de todas las herramientas que le han sido concedidas, mientras que los medios de comunicación al manejarse dentro de lo público, no dudarán en hacer de sus tácticas comunicacionales el mejor instrumento para captar adeptos.

## **Relación del Gobierno de Rafael Correa con la Prensa**

### **Antes del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación**

No es secreto que las elecciones ganadas en el 2006 por Rafael Correa se dieron con el apoyo de los medios de comunicación, y tampoco lo es, que una vez en el poder el tipo de relación mantenida tomó un giro de 360 grados.

Sin duda los años transcurren en un clima tenso enmarcado en una relación conflictiva que desemboca en una fuerte deslegitimación de los medios de comunicación. Decir que el incremento de atentados en contra de la libertad de expresión entre el 2008 y 2010 fueron resultado del discurso del Gobierno podría resultar irresponsable, pero entonces ¿cómo justificar las cifras lanzadas por la Red de Monitoreo de Amenazas a la Libertad de Prensa de la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (FUNDAMEDIOS)? Repasemos el tipo de alertas publicadas en dichos años.

**Tabla 3: Agresiones a los periodistas según el tipo de agresor**

<b>SEGÚN EL TIPO DE AGRESOR</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
	07 -12 de 2008.		
Estado (por medida administrativa / legislativa / judicial)	2	14	12
Político (candidato no perteneciente	-	3	1

al aparato del Estado)			
Gremios (asociaciones civiles / grupos violentistas / turbas / simpatizantes políticos / manifestantes)	4	12	13
Delincuencia común	-	2	2
Desconocidos	-	21	16
Empresario (compañía privada)	1	2	2
Familiares o allegados a los investigados denunciados	-	-	4
Personal de seguridad (privado / estatal)	3	1	6
Empresario o directivo del medio	-	3	10
Crimen organizado (sicarios)	3	1	-
Autoridad pública: (10 subcategorías)			
• Presidente de la República	2	9	5
• Ministro de Estado	-	2	6
• Autoridad local o regional	-	3	7
• Juez	1	4	3
• Parlamento	-	1	1
• Empleado público	6	8	8
• Policía	-	12	44
• FFAA	-	2	2
• Fiscal	-	1	1
• Viceministro	-	0	1
Otras personas	-	2	7
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>103</b>	<b>151</b>

Cuadro comparativo elaborado por el autor

**Fuente:** Fundamedios

Dado que los acontecimientos del 2008 construyen la plataforma del escenario actual, me permito señalar las acciones que el Gobierno tomó en relación a los medios de comunicación.

A pesar de que los casos citados del 2008 corresponden desde el tercer trimestre de ese año, sugiriendo que hipotéticamente hayan sido el doble (44), la cifra no llega ni a la mitad de los casos registrados en el 2009, año en el que se empieza a tratar la Ley de Comunicación. Basta observar (tabla #3) cómo el número de agresiones por autoridad pública se suman de un año a otro. Con esto se reconoce que tras el discurso fustigante del Gobierno a los Medios, los funcionarios de la Revolución Ciudadana y

me atrevería a decir también varios ciudadanos se alinean al descrédito de la Prensa y sus periodistas, esto debido a que un proceso de deslegitimación agresivo en televisión que ha determinado valores y patrones de juzgamiento (Palez and Entman citado en Lima, 1993).

Esta forma de ataque y de defensa al mismo tiempo es la principal forma arma dentro del campo. Esto debido a que el capital político es acumulable en la medida en cómo su representante es percibido y evaluado (Bourdieu, 2002: 56). Por tanto, siendo una característica susceptible a escándalos o malas interpretaciones, el capital político puede ser fácilmente cuestionado. En consecuencia la reputación del actor o los actores puede verse lastimada (Bourdieu, 1991:18).

**Tabla 4: Agresiones a periodistas según el tipo de denuncia**

SEGÚN EL TIPO DE DENUNCIA	2008	2009	2010
	07 -12 de 2008.		
Impedimentos para el Acceso a la Información Pública / Fuentes estatales / Leyes de privacidad que restringen la investigación y difusión de interés público.	3	2	2
Omisiones, distorsiones, inhibiciones o penalidades administrativas por condicionamientos de la información / Restricciones estatales por condicionamientos de veracidad, oportunidad o imparcialidad de la información.	-	11	-
Leyes, decretos, sanciones, actuaciones o amenazas contra la reserva de las fuentes.	2	1	2
Atentados contra la vida o la integridad física del periodista (11 subcategorías)			
• Asesinato / Desaparición forzada	-	-	4
• Secuestro		-	1
• Agresión física	3	14	51

• Agresiones verbales	3	*	*
• Intimidación / Acoso / Persecución / Interceptación Telefónica / Robo de información	-	21	22
• Amenazas	3	13	12
• Torturas	-	-	-
• Detención ilegal	-	2	1
• Intento de asesinato	-	-	-
• Deportación	-	-	-
• Encarcelamiento	2	-	-
Decisiones fiscales y judiciales arbitrarias	-	-	3
Confiscación o destrucción de material e infraestructura de medios de comunicación y sus equipos.	-	8	6
Cierres, suspensiones, incautaciones de medios de comunicación.	1	5	4
Censura previa	2	1	4
Impedimento de cobertura	3	13	16
Solicitud y/o aplicación injustificada de privación efectiva de la libertad.	-	8	8
Otros	-	4	15
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>103</b>	<b>151</b>

Cuadro comparativo elaborado por el autor

**Fuente:** Fundamedios

Lo preocupante es que en un país donde se dice ser democrático y respetuoso de los derechos de libertad, las agresiones físicas aumentaron. Solo en la insurrección policial ocurrida el 30 de septiembre del 2010 se contabilizaron 32 agresiones directas a periodistas. Pero otros índices también variaron: impedimento de cobertura, privación de libertad, amenazas e intimidación; todos se incrementaron en un país donde se piensa cambiar una Ley de Comunicación en un clima que no ha hecho más que propiciar las mismas violaciones de los derechos que se prevé garantizar.

Pero hay que notar que al interior de los medios de comunicación también aumentó el tipo de censura. 6 de cada 10 periodistas señalan que varias noticias de interés público no salieron a la luz por presiones de algún tipo (Ricaurte, 2010: 122).

### **Durante el 2008**

Un hecho histórico que marcó el 2008 fue la incautación de 195 empresas vinculadas a los hermanos Roberto y William Isaías (ex accionistas de Filanbanco) por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD), conforme al artículo N° 29 de la Ley de Reordenamiento en materia económica y tributaria. Esto en respuesta a lo sucedido el 2 de diciembre de 1998 cuando el Ecuador vivió el feriado bancario y congelamiento de los depósitos con pérdidas registradas por la Junta Bancaria de hasta 661 millones de dólares.

Entre la larga lista de empresas constaban alrededor de 16 medios de comunicación. Entre ellos 5 canales de televisión, tres de cable (TV Cable, Cable Noticias y Cablevisión) y dos de señal abierta y de alcance nacional (Gama tv y TC televisión). La intervención a dichos medios fue el 8 de julio dejando varias secuelas en el camino. Carlos Alvarado fue el designado por el Gobierno para administrar Gama tv, quien suspendió los programas de entretenimiento Buenos Muchachos e Infiltrados. Más tarde ante la inconformidad del personal Nicolás Vega asumió la administración del Canal. Desde entonces los medios incautados han servido de canales transmisores del discurso populista tanto en los espacios informativos como de publicidad oficial.<sup>29</sup>

Esto no quiere decir que exista una sumisión de los periodistas ante el nuevo mando del medio. Lo que hace es mostrarnos como estos están inmersos en un sistema de relaciones de poder que responden a una serie de intereses que van más allá de su producción individual, en este caso los jefes de redacción que a su vez dependen de los dueños del medio, quienes son los que determinan la línea ideológica de lo que se va a decir o mostrar.

Es importante destacar que con los medios citados en manos del gobierno, las cadenas sabatinas realizadas semana a semana desde enero de 2007, las cuales eran transmitidas a través de radio, y canales que quieran plegarse voluntariamente, pasaron a difundirse en las redes incautadas, además de Ecuador TV, Radio Pública y varias emisoras afines políticamente al régimen.

---

<sup>29</sup> Un ejemplo de ello es el registro mantenido por FUNDAMEDIOS sobre la cobertura de los medios televisivos en torno a las elecciones Presidenciales del 26 de abril de 2009. En este informe se especifica que el Presidente Rafael Correa es el segundo actor que más exposición mediática tuvo después del Consejo Nacional Electoral. Ecuador tv le dio una cobertura del 20,83%, Gama tv - 14,40%, TC televisión - 3,70%, Teleamazonas - 8,96%, RTS - 5,12% y Ecuavisa 5% (FUNDAMEDIOS, 2010: 141).

Pero la programación privada también tuvo su censura. Es el caso de ‘Ecuavisa’ con el programa “Contacto Directo” dirigido por el actual activista político y entonces periodista televisivo con quien el Presidente intercambiaba constantes insultos públicamente, fue interrumpido durante tres días consecutivos por supuestas cadenas nacionales dedicadas a Vera y emitidas solo en dicha televisora con el objetivo de desacreditar las opiniones vertidas por el comunicador acerca del trabajo que realizaba el Ministerio de la Vivienda por la construcción de casas en Manabí.<sup>30</sup>

Por otro lado, un caso conocido en el país fue la agresión física que sufrió el camarógrafo Eduardo Molina de la red RTS cuando se encontraba en cobertura. A decir del mismo, los ataques provenían de simpatizantes del Gobierno que defendían para entonces la aprobación de la nueva Constitución.

### **Durante el 2009**

Un golpe directo hacia los medios de comunicación escritos que tenían acciones en paraísos fiscales fue el decreto Ejecutivo No. 1793 emitido a mediados de años que modificaba la Ley de Contratación Pública, que prohibía al Estado el celebrar contratos con “empresas de papel”.

De esta forma, el Gobierno dejó de pautar publicidad en los diarios ‘El Comercio’, ‘El Universo’, ‘La Hora’ y Revista ‘Vanguardia’ quienes se vieron obligados a traer sus inversiones al país desde las Islas Vírgenes - Estados Unidos y Panamá, las Islas Gran Caimán, las Bahamas y Gran Bretaña, Colombia y las Islas Vírgenes; respectivamente.<sup>31</sup>

Meses después el Jefe de Estado amenazó en su cadena sabatina a diario ‘El Universo’ de perder las pautas publicitarias, tras la publicación de una noticia en la que se comunicaba que el Gobierno había gastado 17 millones en publicidad oficial. A esto se suma más denuncias del mismo diario alegando otras presiones de este tipo.

---

<sup>30</sup>Fundamedios denunció que se trataba de un acto de acoso contra Vera, puesto que se estaba violaban el artículo 19 del Capítulo de la Obligaciones Sociales de la Ley de Radiodifusión y Televisión reglamentos por el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL) que estipula que las cadenas nacionales del Gobierno deben transmitirse simultáneamente en varias redes de televisión y no solo en una. Asimismo, se dispone que los espacios deben ser empleados exclusivamente para la información de las actividades o cuestiones relevantes (Informe de libertad de prensa Ecuador 2008, Fundamedios).

<sup>31</sup> Información de la Secretaria de Comunicación del régimen.

La medida resulta considerable al conocer que el Estado ecuatoriano es conocido como el principal anunciante por inversión publicitaria y número de avisos en el país (Según un balance de la Agencia alemana dpa wenn 2009 citado en Ricaurte, 2010:220). Solo los gastos en publicidad de la Presidencia en el 2009 ascienden a \$ 4 919 584,45, cifra mayor a la del año 2008: \$ 4 434 832,56 (Ricaurte, 2010:227). Este es un ejemplo de cómo la dependencia entre estos actores en torno al pautaaje publicitario oficial, se ha convertido en un importante generador de sustanciosas entradas (Salwen y Garrison, 1991; Heuvel y Dennis, 1995; Waisbord, 2000). Empero, esto no implica que la prensa sea víctima de este escenario, ya que, los intereses políticos y económicos hacían que la misma prensa no busque independencia del Estado.

Estas cifras demuestran como los medios de comunicación son en palabras de Silvio Waisbord ‘maquinarias de información’ subordinadas al Estado y al mercado. Esta proximidad es la que impide el desarrollo de un periodismo responsable que cumpla con el deber de denunciar todo tipo de irregularidad y no solo aquella que viene del Gobierno cuando éste no perjudica intereses del medio o de los grupos de poder aliados (Waisbord, 2000:4).

No existen medios independientes. Todo funciona en base a una “red de relaciones” económicas. Esta es una postura fuerte y bastante crítica por parte de Nerone quien abre las puertas de un cuarto de corrupción donde las relaciones entre políticos, audiencia, autoridades y adversarios son importantes para marcar una agenda pública (Nerone, 1994:78). Es entonces cuando la acumulación de capital económico se volvió el pilar de la acumulación de capital político.<sup>32</sup> Así llegamos al planteamiento de Waisbord: “toda producción de noticias es política”, lo que nos lleva a pensar ¿en qué medida los antiguos ideales de la prensa partidistas se evidencian en la actualidad?, ¿tienen los medios una identidad?

Si hablamos de los medios privados la respuesta estaría en duda según el caso, pero si nos remitimos a los estatales incluyendo los incautados, las posturas son claras. Un ejemplo de ello es la renuncia de José Toledo, vicepresidente de noticias de los canales de televisión incautados por la AGD, quien arguye que era víctima de presiones

---

<sup>32</sup> Recordemos la relación banca – medios de comunicación que hoy la Ley prohíbe. Hasta el 2008 GamaTV y TC pertenecían al Grupo Isafas, ex accionistas de Filanbanco. Hasta el 2010 Telemazonas pertenecía al principal accionista del banco del Pichincha.

políticas por parte del partido oficialista con el fin de utilizar las televisoras en beneficio de los intereses políticos de la Revolución Ciudadana. Estas acciones tienen fundamento al considerar que los medios de comunicación, en especial, la televisión se construyen como herramientas movilizadoras de la opinión pública sobre las cabezas visibles del congreso, los partidos y movimientos políticos, que hoy presentan una etapa de cambio hacia la personalización de la misma. El marketing político y la publicidad política manejada a través de encuestas, asesores de imagen y publicistas políticos cambian la dinámica del juego político, pero también el de la democracia permitiendo a los ciudadanos estar más cerca del líder de Gobierno<sup>33</sup> (Lowi, Conaghan 2008-2009 y de la Torre, 2008 – 2009, Thesing y Priess 1999).

En el Ecuador dichas estrategias desgastaron la relación entre la prensa y el Gobierno que continuamente descalificaba públicamente a los medios y sus periodistas. El 6 de junio de 2009 se implementó el segmento denominado “*La libertad de expresión ya es de todos*” en las cadenas de los sábados, donde se fustigaba a los comunicadores y se ‘desmentían’ a decir del Primer Mandatario las mentiras de la Prensa. Este fue quitado del aire el 15 de octubre de 2010 bajo las siguientes palabras: “estamos para más cosas, para mirar adelante, no para perder el tiempo con los mismos de siempre, representantes de un pasado que nos condenó a tantas miserias y desigualdades”<sup>34</sup>.

Antes solo los eventos públicos acercaban al gobernante y a sus gobernados, hoy los medios de comunicación han facilitado esta proximidad. De esta forma el gobernante se ha adentrado en la opinión pública, coincidiendo con las prácticas del periodismo, que constituye el adaptarse a la audiencia dándoles lo que ellos desean ver, oír y leer (Izurieta, 2005:20). Es así que a lo largo de los 17 meses que estuvo activo el segmento empleó una de las canciones de Piero que en su letra dice “mienten, mienten, no dejan de mentir” y en su estribillo “y todos los días, y todos los días, los diarios publicaban porquerías”. Esto acompañado de una serie de insultos dirigidos

---

<sup>33</sup> Esto es importante dado que muestra como la cercanía del líder con el pueblo le ayudará a acumular capital simbólico, basado en el reconocimiento. Es esto lo teje en el campo redes de confianza que legitiman y validan el accionar del político en dentro del juego de poder.

<sup>34</sup> De esa forma se refirió el Presidente Rafael Correa en su cadena sabatina al anunciar que ya no se iba a continuar produciendo el segmento “La libertad de expresión ya es de todos”.

explícitamente a la Prensa. Solo en 48 cadenas analizadas durante este año, se identificaron 76 agresiones verbales (Fundación Ethos et. al., por Mauricio Rodas).

El discurso por parte del gobierno a través de estos calificativos no hace más que posicionar a su actor dentro del mercado lingüístico. La finalidad: aumentar sus beneficios simbólicos. Dentro de este campo, el capital social y cultural juega un rol importante para determinar las relaciones de fuerza y de dominación lingüística. Por lo que para Bourdieu el valor del discurso va en función del poder, la autoridad, la legitimidad y la habilidad que tiene el grupo o el sujeto político para intervenir con de forma efectiva en los resultados sociales dentro mercado lingüístico (Bourdieu, 1985, 2001).

Paradójicamente en la lucha por el poder de representación entre los medios de comunicación y el Gobierno; la herramienta movilizadora de este proceso radica en el control de la opinión pública. Como nos dice Manuel Castells los medios audiovisuales se han convertido en un espacio privilegiado de la política donde ellos “son los principales alimentadores de las mentes de la gente en lo que respecta a los asuntos públicos” (Castells, 2001:346). Como consecuencia de ello vemos nacer a la política mediática televisiva que si es manejada con cautela puede determinar la cantidad de adeptos que sume en la construcción de un escenario de representación<sup>35</sup>. Un ejemplo de ello es como el Presidente haciendo uso de su capacidad para transmitir cadenas obligatorias en los medios de comunicación forjó una nueva imagen del presentador de noticias Jorge Ortiz (Teleamazonas). Esto determinó un enfrentamiento constante entre las partes que desembocó en varias sanciones al medio de comunicación. Las citas por CONARTEL:

- La orden para el cambio de horario de dibujos animados –Los Simpson y Dragon Ball - por considerarlos “no aptos para niños”.
- Una primera sanción por difundir imágenes taurinas en horario no permitido.

---

<sup>35</sup> Bernard Manin, destaca la importancia de un sistema de representación como un ente de unidad, puesto en ausencia de éste, la comunidad se mostraba como una *multitud disoluta, desbandada*. Advierte que el pueblo no tiene injerencia en el establecimiento de políticas públicas. Asegura que el gobierno representativo “no constituye por sí mismo un principio de toma de decisiones. Lo que convierte a una proposición en una decisión pública no es la discusión, sino el consentimiento”. (Manin, 1998:214 y 232)

- Una multa de \$40 por haber transmitido información supuestamente falsa de un centro de cómputo electoral clandestino.
- El tercer proceso de sanción fue solicitado por el ejecutivo, acusando al canal de haber desinformado sobre las consecuencias que podría tener la pesca en la Isla Puna, tras la extracción de gas. Este caso terminó en la clausura de Teleamazonas durante tres días.

Durante ese tiempo, personal administrativo y figuras públicas “del lindo canal”<sup>36</sup> se agrupaban en los exteriores de la televisora con cintas adhesivas sobre sus bocas para expresar su indignación ante lo que ellos calificaban como un atentado a la libertad de expresión. Con pancartas en mano, algunos ciudadanos se unieron al plantón y muchos de los conductores que circulaban por el sector hicieron sonar su bocina, unos a favor y otros en contra de los manifestantes. Varios medios de comunicación mostraron su apoyo destinando notas informativas y publicaciones sobre lo sucedido.

En el último mes del año, otra bomba acompañó el descontento de los medios, pero esta vez era contra la prensa escrita. Se trataba de la cuarta reforma tributaria aprobada en menos de tres años, misma que establecía el impuesto del 12% al papel periódico. Estas acciones alentaron la rivalidad entre prensa y Gobierno.

### **Durante el 2010**

Conocido el Gobierno de la Revolución Ciudadana por el manejo de cuadros y cifras, la encuestadora Santiago Pérez no tardó en lanzar los resultados que avalaban la credibilidad de la labor del Gobierno en el marco de la disputa por la creación de una nueva Ley de Comunicación, misma que estaría entre el 50 y 60% de aprobación.<sup>37</sup> Lo que implica que dentro del conflicto mediático contra los medios, el Gobierno no se habría desgastado. En las entrevistas realizadas la encuestadora afirma que el 47% de la

---

<sup>36</sup>Slogan promocional de Teleamazonas.

<sup>37</sup> Encuesta nacional y local realizada por la Encuestadora Santiago Pérez el 26 de junio de 2010. Universo: mayores de 16 años. Técnica de procedimiento: entrevista directa en hogares/entrevista por conglomerados. Muestra: 1410 casos, muestreo aleatorio, estratificado, tomando como base las proyecciones del Censo de Población al 2010 y el patrón electoral 2009 con representación nacional. Segmentos: en Costa y Sierra tanto en zonas urbanas y rurales. Margen de error: +-4%. El lector debe considerar que las encuestas de Santiago Pérez podrían estar marcadas por el sesgo, ya que no es una encuestadora independiente sino afiliada al Gobierno.

población está de acuerdo con que “los dueños de los medios quieren seguir torciendo la verdad”, mientras que un 36% asegura que “la libertad de expresión ya es de todos”.<sup>38</sup>

“Oposición y oficialismo miden fuerzas” (Diario El Comercio, 2010:3), este titular es reflejo de una disputa política entre los actores por crear un imaginario parcializado en la esfera pública respecto a la Ley de Comunicación. ¿Pero cuán eficaz ha sido la estrategia de ataque por parte de la Prensa y del Gobierno a través de los medios de comunicación?

A pesar de los logros obtenidos por el Gobierno en su estrategia mediática vale destacar que no consiguió posicionarse sobre la campaña que llevaban los medios de comunicación, ya que a penas un 33% de la población cree que la Ley de Comunicación es buena y un 27% opinan que es mala, mientras que un 18% aún no tiene la información suficiente para emitir un criterio.<sup>39</sup> Según las cifras de Santiago Pérez habría sido porque el 39% de la población consultada no ha leído ni ha escuchado nada de la Ley de Comunicación, mientras que quienes conocen sobre el tema lo han hecho a través de la televisión, mediante los spots publicitarios que difundían imágenes de ciudadanos que son agredidos por proyectiles que salen de la radio, una serpiente proveniente de la televisión e incluso letras desde un periódico; todos estos mensajes refiriéndose a supuestas mentiras y difamaciones difundidas por los diferentes medios en sus espacios informativos, junto a la frase: “la libertad de expresión ya es de todos”.<sup>40</sup>

Pero desde finales del 2009 esa campaña fue contrarrestada por los medios de comunicación impresos, primero con la campaña “+ respeto” y luego con “Yo quiero un país Libre”. La primera de ellas fue difundida a cuatro páginas y en más de 23 diarios y revistas de circulación nacional (18, 19 y 29 de noviembre). De acuerdo a una publicación de la Agencia PODERES se habría gastado más de 700 mil dólares en esta maniobra mediática (PODERES, et. al., 2010). La segunda campaña fue lanzada el 17

---

<sup>38</sup> La pregunta fue: frente a las siguientes frases, usted está totalmente de acuerdo, de acuerdo, de desacuerdo o completamente en desacuerdo.

<sup>39</sup> La pregunta fue: Algunas personas piensan que la ley de comunicación es mala porque limita la libertad de expresión. otros creen que la ley de comunicación es buena porque regula a los medios privados evitando sus abusos ¿con cuál está usted de acuerdo?.

<sup>40</sup> “la comunicación, la contratación de la publicidad (del Estado) no está incluida bajo los principios de contratación pública por lo que pueden ser asignados a dedo, no está sujeto a los principios de transparencia. Hay una absoluta opacidad cuando se habla de la publicidad estatal”, Director de Fundamedios (Cesar Ricaurte, [001], 2011, entrevista).

de marzo del 2010 con imágenes de individuos de todas las etnias del Ecuador en un fondo oscuro repitiendo el slogan “YO QUIERO UN PAIS LIBRE”, “para soñar”, “para opinar”. Según un estudio realizado por el diario El Telégrafo (medio afín al Gobierno), los medios privados agrupados en la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP) y la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) auto facturaron por esta campaña en 7 meses \$ 3 323.416.<sup>41</sup> A estas se sumaron spots televisivos de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador, AER y los Canales Comunitarios y Regionales del Ecuador Asociados (CCREA) que exigían el cumplimiento de la Constitución. Tanto la propaganda en televisión como en prensa escrita se facturaron al interior de cada medio, pues si bien estos circularon por cuenta de los mismos, la Ley de Régimen Tributario Interno, en sus artículos 53, 61 y 62, estipula la obligatoriedad de facturar servicios de autoconsumo.

Pero la respuesta no tardó. El Gobierno haciendo uso de los canales incautados que tenían los derechos para la transmisión de los partidos del mundial Sudáfrica 2010 fortaleció su estrategia mediática. Para ello, el Estado compró el 50% de los derechos de la transmisión convirtiendo a la Presidencia en el anunciante con mayor inversión durante el Mundial a través de su campaña “Un país libre”.<sup>42</sup> El pautaaje publicitario incluía los tres spots publicitarios descritos en páginas anteriores emitidos por el Gobierno y un spot nuevo en el que se presenta la necesidad de controlar a los medios a través de una Ley de Comunicación, para lo cual, aparecen varios ciudadanos de

---

<sup>41</sup> “De acuerdo al informe, el monto se divide así: 1’024.169 dólares solo durante abril, mayo y junio de este año, sin contar los 340.964 dólares de enero, febrero y marzo. Es decir, gastaron un total de 1’365.133 dólares en el primer semestre del 2010. En el 2009 la cifra fue superior. La inversión durante noviembre y diciembre alcanzó 1’958.283 dólares. En números exactos, los medios de comunicación que a diario publicaron que el Gobierno invirtió mucho dinero en publicidad, en siete meses totalizaron 3’323.416 dólares”. Extracto tomado de un artículo publicado por la Agencia Andes (Agencia de noticias creada por el Gobierno) bajo el título “Más de \$3 millones gastaron los medios en campaña contra el Gobierno”, 10 de julio, 2010.

<sup>42</sup> Vale destacar que no solo la Presidencia pautó publicidad en la transmisión del Mundial Sudáfrica 2010 en los medios Gama Tv y TC; sino que también lo hicieron: Ministerio del Deporte con su campaña “Ecuador activo”; el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro); la Vicepresidencia de la República con la campaña “Ecuador sin barreras”; el Consejo Nacional de Mujeres (Conamu), con la campaña “Reacciona Ecuador” contra el machismo; los Ministerios de Electricidad y Energía Renovable, con el ahorro de energía; el Ministerio de Desarrollo Humano y Vivienda (Miduvi), promocionando la entrega de 180 mil casas; El Ministerio de Salud Pública, informando sobre la gratuidad en el servicio; y Seguros Rocafuerte, empresa incautada por la AGD al Grupo Isaías. Información publicada por diario El Universo en su artículo “Propaganda estatal paga 50% de los derechos del Mundial” el 20 de junio del 2010.

diferentes etnias y sexos haciendo gestos con sus manos aduciendo robo, estafa y represión. En esta disputa constante entre el Gobierno y la Prensa, el 2 de julio 2010, los periódicos: Expreso, Hoy, Universo y Comercio dirigieron en sus portadas un comunicado al Secretario de Comunicación de la Presidencia, que implícitamente denunciaba represión por parte de un Gobierno que haría mal uso de los fondos públicos.

...la millonaria propaganda, pagada con fondos públicos, nos ofende gravemente al acusarnos, en forma genérica e irresponsable, de “mentir”, ser “arrogantes” y “ladrones” [...] consideramos un ataque a la libertad de expresión de todos los ecuatorianos y un abuso desde el poder citar.

A la protesta se sumaron los Asambleísta de oposición César Montúfar y Fausto Cobo quienes solicitaron el 5 de julio una audiencia en el Juzgado Tercero de Trabajo de Pichincha para prohibir la emisión de spots oficialistas durante los partidos del Mundial de Fútbol. Esto, basados en los artículos 11 y 66 de la Constitución de la República que tratan sobre el buen nombre y la honra de las personas. En defensa del Gobierno se dijo que los spots respondían al derecho de libertad de expresión, además que los asambleístas no podían atribuirse la defensa de todos los ciudadanos porque sería imposible corroborar que todos los ecuatorianos se sienten afectados por estos anuncios. En esa línea la jueza Gloria Rojas denegó el recurso planteado por la oposición.

De acuerdo a la página de la Presidencia en la divulgación del contrato mantenido sobre la publicidad durante el mundial, el Gobierno habría gastado \$ 900.000 sin el IVA (Presidencia del Ecuador, et. al., 2011). Sin embargo, para el director de Fundamedios, el gasto habría ascendido a más de \$ 3'000.000, bajo una intencionalidad meramente política. Esto, al igual que en todas las cifras de gasto presentadas por publicidad, no consideran el monto de inversión en cuanto a la producción, solo el costo de difusión. En un análisis de los datos tomados de la empresa IBOPE que mide los índices de sintonía en las dos ciudades principales del país Quito y Guayaquil se puede observar que el rating promedio en cada partido fue de 10 a 15 puntos en cada una de las trasmisiones de Gama tv y TC televisión en las dos ciudades.<sup>43</sup> Lo cual equivaldría a una suma considerable de personas que fueron expuestas a dichos spots.

---

<sup>43</sup> Se debe considerar que un punto de sintonía equivale al 1% del universo al que se hace referencia, en este caso el número poblacional de las ciudades Quito y Guayaquil.

Pero esto no fue suficiente. En los medios privados, el Gobierno también mantenía contratos por la publicidad contra la prensa. Según una fuente anónima confiable, sólo en una televisora durante el mes de julio con 53 emisiones publicitarias el Gobierno pagó \$25 000.

Todas las cifras analizadas en este capítulo y todo el trayecto recorrido por los medios de comunicación y el gobierno no hacen más que mostrarnos que cada estrategia o decisión tomada ha sido enfocada en una guerra mediática que desde una perspectiva general que inculpa al otro de la violación del derecho a la libertad de expresión. Pero lo cierto es que cada movimiento en esta partida casi de ajedrez deja entrever una maniquea y costosa manipulación, principalmente publicitaria que protege un capital político acumulado por ambas partes que responde a una lógica de distinción amigo-enemigo, basado en el principio más puro de la política (Schmitt, 2007:67).

Los titulares citados que fueron expuestos en la prensa y las múltiples declaraciones del Gobierno son parte de esta disputa que ha marcado una agenda con repercusiones cognoscitivas entre los individuos y la estructuración de formas de pensar en la esfera pública (McCombs y Shaw, 1997:84).

¿Pero por qué es tan importante el dominio sobre el espacio público? Para Habermas es en este ámbito de la vida social donde surge la opinión pública. Esta puede ser manipulada o no pero es la base de la construcción y legitimación política (Habermas, 1992:39). De esta forma, los actores basan su lucha dentro de este espacio para alentar la dinámica política. Y dado que los medios de comunicación se constituyen como el medio de transferencia de lo público, es importante evaluar los mensajes que se transmitieron durante el debate por el proyecto de ley tanto desde el gobierno como de la prensa.

### **CAPÍTULO III**

## **ESTUDIO DE CAMPAÑAS Y REPERCUSIONES**

### **EN LA ESFERA PÚBLICA**

¿La publicidad puede ser concebida como una herramienta de control político-social?, ¿tiene el ciudadano libertad de pensamiento y acción dentro del Estado?; dos interrogantes controversiales debido a la intromisión de los medios masivos en la vida del individuo. Para responderlas es relevante estudiar si la injerencia de los discursos empleados en la publicidad oficial del Gobierno ecuatoriano y los medios de comunicación es arbitrario en el desenvolvimiento de la esfera pública.

En la verificación o refutación de esta tesis me propongo analizar a profundidad cada una de las campañas emitidas en torno al Proyecto de Ley de Comunicación, pues aunque muchos crean innecesario el describir la forma en que estas han sido producidas, considero importante que el lector conozca o recuerde los mismos para un mejor desarrollo y comprensión del análisis discursivo.

En el presente capítulo responderé varias preguntas que como investigadora me resultan inquietantes. ¿De qué forma se concentra el capital simbólico a través de la publicidad del Gobierno?, ¿Qué función cumplen las representaciones mentales emitidas?, ¿Las estrategias discursivas empleadas en la publicidad pueden ser concebidas como herramientas de control político-social? En la primera parte los lineamientos a resolver estarán basados en el estudio de varios spots que fueron transmitidos de forma obligatoria en los diferentes medios de comunicación, mientras que la segunda responde a un análisis de las herramientas empleadas por la Prensa tanto en el ámbito televisivo como escrito a través de sus spots publicitarios y editoriales respectivamente.<sup>44</sup> Adicionalmente la presente investigación tratará sobre la influencia de los líderes de opinión en la esfera pública. Esto en el margen de una batalla mediática por conseguir adeptos a un punto de vista, que en el proceso devela intereses socio económicos de los actores políticos. No olvidemos las palabras de Omar Rincón quien nos dice que “asistimos a unos gobiernos fascinados por la lógica de los medios y a

---

<sup>44</sup> “el plató televisivo y el consejo editorial de un periódico hoy son reconocidos como espacios naturales para exigir o negar renuncias presidenciales, llegar a acuerdos partidarios, firmar convenios e, inclusive, realizar conteos electorales” (Córdova, Gabriela, 2003:103).

unos medios de comunicación que no quieren perder sus privilegios y dominio sobre la opinión pública. Estamos asistiendo, entonces, a una batalla inédita por el relato del país” (Rincón, 2010: 5).

### **Campaña televisiva del Gobierno**

Ante la agresiva campaña de los medios por el debate del Proyecto de Ley de Comunicación, la respuesta no se hizo esperar. Pronto las cuñas publicitarias del Gobierno empezaron a contrarrestar el mensaje que difundían los medios con frases como: “la libertad de expresión ya es de todos” junto a imágenes de ciudadanos que son agredidos por proyectiles que salen de la radio, una serpiente proveniente de la televisión e incluso letras desde un periódico; refiriéndose a supuestas mentiras y difamaciones difundidas por los diferentes medios.

Las próximas líneas estarán dedicadas a analizar en imagen y discurso el manejo de dicha publicidad. La importancia de ello radica en el dominio de los medios masivos sobre los ciudadanos en cuanto a opinión y acción. Varios autores han sido partícipes de esta idea (Stuart Hall (2001), Michael Novak, Harold Lasswell (1920), Viveros (1993), Luís Aníbal Gómez (1982)) por lo que, la esfera pública estaría expuesta al manejo indiscriminado de signos y significantes utilizados por quienes producen la propaganda oficial en contra de los Medios de Comunicación y viceversa, si es que esto no se lo hiciera de forma responsable.

### **Spot publicitario contra los medios radiales**



*Toma 1:* Trofeos deportivos sobre una repisa, un hombre orgulloso observando sus logros, es la primera imagen de esta publicidad. El individuo identificado como Pepin es llamado por su hijo de alrededor de 7 años. Pronto el padre acude al patio donde el menor se encuentra jugando en una piscina inflable, en su

caminar prende la radio, donde las voces de los periodistas a cargo del programa dicen:

A: vamos a comentar sobre este mal dirigente deportivo, este famoso Pepin

B: la cosa esta que arde, ya tu sabes.

A: se ha enriquecido ilícitamente, dicen que en su mansión tiene una mega piscina con jacuzzi, y posee tres carros de lujo

B: ajá, vea eso

A: estaremos vigilantes de las acciones de este sinvergüenza

B: claro que si, y no descansaremos hasta esclarecer esto...

Mientras esta conversación está de fondo, las imágenes muestran una piscina pequeña y el rostro del ciudadano consternado ante las acusaciones. Entonces una serie de balas que salen desde el equipo de sonido se dirigen hacia el adulto y el infante agrediéndolos físicamente.

*Toma 2:* Aparece Pepin diciendo con determinación “Más respeto”, “Libertad de agresión NO” acompañado de un gesto en su mano que simula un alto, “Libertad de expresión SI” seguido de un puño haciendo alusión a una postura de lucha y defensa. El individuo termina con la frase “una Ley de Comunicación que defienda los derechos de los ciudadanos es necesaria”.

*Toma 3:* La cuña finaliza con la canción de fondo del Gobierno en un amanecer con un hombre alto y fuerte que podría ser el Presidente Correa, pero no se le ve el rostro, y en la parte inferior de la toma se observa una bandera del Ecuador que lleva escrita “La libertad de expresión ya es de todos!” y termina con otra cita “La Revolución ciudadana ya está en marcha”. Este cierre será empleado en todos los spots publicitarios a continuación.

¿Cómo entender estas imágenes? Para dar paso al análisis de ellas, tomaré los lineamientos de Pierre Bourdieu, quien concibe al Estado como el resultado de la acumulación de los tipos de capital, siendo estos identificados como: capital de fuerza física, económico, cultural, informacional y simbólico (Bourdieu, 1997:99). Todos ellos controlados en un proceso de homogenización de los individuos que pretende mantener el orden social. Dado la forma en como se encuentran estructuradas estas campañas creería que estas características son bien manejadas por el Gobierno de turno, haciendo uso de su capacidad legítima para emitir cadenas y spots publicitarios en los medios de comunicación de alcance nacional. Esto es importante considerar por su poder simbólico y persuasivo que a decir de Van Dijk “tienen la posibilidad de un mayor o menor control sobre las mentes de los espectadores o lectores” (Van Dijk, 1994:7). El objetivo final de estos anuncios es conseguir vender la idea o el mensaje que es crear una negativa común sobre como funcionan los medios de comunicación.

Dentro del capital simbólico, Bourdieu nos dice que la institucionalización de los individuos presupone entre ellos un mínimo de reconocimiento de igualdad que mediante formas de pensar y comportamiento permite al Estado crear un solo individuo (Bourdieu, 2000:131). De esta forma al conjugar las imágenes de la publicidad en la que se vende la idea de un hombre honesto, un sujeto reconocido como ciudadano; se puede observar como el mensaje emitido se construye en la identificación de los televidentes como miembros de la sociedad agredidos por los periodistas radiales. La frase “una Ley de Comunicación que defienda los derechos de los ciudadanos es necesaria”, puede incluso connotar que cualquiera que sea apático a esta cita no puede ser considerado como ciudadano, porque solo aquellos que buscan la revolución y el cambio pueden serlo.

El empleo de símbolos patrios como los colores de la bandera me llevan a pensar que la construcción de este spot es totalmente excluyente para quienes no concuerdan con el régimen. El reconocerse como ciudadano solo es plausible para quienes estén a favor del Proyecto de Ley de comunicación oficialista. Omar Rincón dice que “los nacionalismos se convierten en figuras ideológicas para manipular a la sociedad” (Rincón, 2008:13). En consecuencia, el manejo de las cuñas no solo ha servido para identificar a quienes están a favor del Gobierno de turno sino a quienes son los opositores del cambio que pregona el mismo. Es por ello, que en la actualidad la identidad colectiva es constantemente reformulada “a través de procesos de inclusión y exclusión” (Sampedro Blanco, 2003: 34), creando escenarios polarizados que permiten ejercer un mejor control y poder social<sup>45</sup>.

La susceptibilidad de la audiencia se apela en la publicidad al utilizar a un menor de edad y al manejar los discursos de honor y rectitud. La pregunta que podría hacerse el televidente es: ¿cómo es posible que se atente de esta forma al nombre de un padre de familia que es afectuoso con su hijo? Según los estudios de Jurgüen Habermas este tipo de publicidad llega a la opinión pública a través de la racionalización de la política en nombre de la moral (Habermas, 2009: 136). Es preocupante este tipo de manipulación, pues le da al Estado no sólo dominio sobre la violencia física sino

---

<sup>45</sup>“El poder social definido como la relación social entre grupos o instituciones que incluye el control que ejerce un grupo o institución más poderoso sobre las acciones y pensamientos de un grupo” (Van Dijk, 1994:6).

también sobre la violencia simbólica para inmiscuirse en las estructuras mentales tanto de percepción como de pensamiento. Por esta razón, es que el control de las estructuras mentales tienen una función muy importante, sobre todo al momento de manejar conceptos como: soberanía, identidad y nacionalidad.

Este tipo de la publicidad política activa según Habermas tiene el objetivo de organizar el poder público con el fin de subordinar a los ciudadanos ante las necesidades de una esfera privada (Habermas, 2009: 119). Y es que, la propaganda del Estado tiene como efecto el reducir los cuestionamientos políticos conduciéndolos a una sola línea de pensamiento. Por tanto, las estructuras cognitivas formadas pueden considerarse como un atentado a la integridad mental. Durkheim estima que este tipo de procedimientos busca imponer un sistema de valores e intereses que puede contribuir al conformismo lógico y moral (Durkheim parafraseado en Bourdieu 1997:116). No obstante como lo vimos antes con Van Dijk (1994), también existen autores (Lazarsfeld, Paul F. & Merton (1992), Jean Piaget (1993)) que consideran que los individuos no pueden ser manipulados en su totalidad bajo estrategias discursivas empleadas en la publicidad. Esto, dado que la mente de los usuarios puede mostrar cierto grado de resistencia a los mensajes emitidos, que además estarán influenciados por una serie de características, principalmente el grado de conocimiento sobre el tema, que le dará o no una mejor percepción de los enunciados<sup>46</sup>, y que por ende le permitirá tener un razonamiento diferente sobre el mismo.

El tipo de lenguaje que emplea el actor principal es otro indicio a estudiar, ya que sus palabras son de uso común y cotidiano para personas que sean o no letradas. Lo que facilita el reconocimiento del espectador en el personaje. En palabras de Horkheimer y Adorno, es justamente el control del léxico y una fuerza productiva excepcional, lo que permite al televidente absorber y consumir el discurso producido<sup>47</sup> (Horkheimer, Max Y Adorno, Theodoro W, 1998: 174). De esta forma, la estrategia comunicacional y esta “sociedad de la pantalla” (Manovich) media las relaciones de

---

<sup>46</sup> El enunciado se construye de tres partes: el contenido, el estilo y la composición; que se ajustan al público al cual esta dirigido pues en base a ello se puede tener un estimado sobre el grado de influencia que se podría alcanzar (Bajtín, M. M., 2002: 248).

<sup>47</sup> “El discurso se construye en función de un fin”. El discurso toma sentido en cuanto a su relación con las normas que rigen la sociedad; es decir, se construye dentro de otros discursos (Charaudeau, Patrick y Mainqueneau, Dominique; 2005: 180 – 182).

interpretación del mundo, reorganizando las conductas (Viveros, 1993). Es así que el poder del discurso atraviesa nociones cognitivas que aseguran que la fuerza performativa de este spot publicitario sea fácilmente asimilado.

### **Spot publicitario en contra de los medios televisivos**

*Toma 1:* Inicia con un señor mirando las noticias en la televisión de su casa. El periodista que aparece en la pantalla del programa 'Noti Tv', dice: "Todo hace pensar y nosotros estamos seguros de que esta persona es culpable y él deberá demostrar a este canal que él es inocente". Mientras esto se anuncia, una cobra se forma en el cable del micrófono del presentador y sale por la pantalla para agredir al espectador.



*Toma 2:* El protagonista con un gesto de alto propiciado por su mano derecha acompaña las palabras: "Más respeto", "Libertad de difamación NO", "Libertad de expresión SI"; con tono firme. Concluye con la frase "una Ley de Comunicación que defienda los derechos de los ciudadanos es necesaria".

En este ejemplo vemos como la función semántica busca reproducir la presentación de un noticiero ecuatoriano al abordar una nota. Y más allá de que estas sean concebidas como reales, hay que dejar claro que éste solo es un simulacro de lo que en la vida real sucede. Recordemos lo que nos dice Jean Baudillard al estimar que la realidad no puede ser representada con exactitud (Baudillard, 1976 y 1981 citado en Belting, Hans, 2002:24). Lo que observamos en la publicidad es lo que Derrida llama "una imagen viva de lo viviente", un lenguaje o discurso que crea emociones fuera de cualquier tipo de temporalidad y espacio, puesto que ni los escenarios, ni los actores son los mismos (Derrida, 1996:47). La recreación de un noticiero en este caso sobrepasa el ejercicio cotidiano de los medios ecuatorianos, como es el exigir una rendición de cuentas al medio sobre lo sucedido, olvidando que la prensa solo es veedora de los intereses ciudadanos, más no juez, ni fiscal. En ese sentido, se dio paso a una representación hiperreal que altera la visión del consumidor sobre los periodistas (Belting, Hans, 2002). La manipulación se ha convertido en una forma de

representación del poder que ha transgredido las barreras hacia el abuso para establecer mecanismo de dominación<sup>48</sup> (Van Dijk, 1994:8).

Es claro que la tarea política de este tipo de publicidad apuntaba a la regulación de la sociedad civil. Pero también hay que señalar que en la esfera del poder político es notable que “la opinión pública domina pero no gobierna” (Habermas, 2009: 263).

La representación de un punto de vista parcializado y una campaña con tintes de control social y político, sin duda son presa de signos que responden a lo que Baudrillard llamaría espectáculo, ya que, “las masas se resisten escandalosamente a este imperativo de la comunicación racional. Se les da sentido, quieren espectáculo” (Baudrillard, 1978:13). Por tanto, es cuestionable la elaboración de representaciones a través de modalidades de conocimiento y de procesos simbólicos que al final del día se vuelve una herramienta de distorsión y modelaje de las conductas de los individuos (Alsina, 2005:38).

### **Spot publicitario contra la prensa escrita**



*Toma 1:* Una señora en el comedor de su casa desayunando lee el periódico donde ella es la protagonista de la noticia del día. De acuerdo al spot publicitario transmitido por el Gobierno, la información presentada en el titular ha distorsionado la realidad.

El titular dice: “mujer en probable estado de ebriedad, se accidenta junto a su joven amante”, la mujer comenta la situación con su hijo quien se muestra preocupado por el texto y la foto expuestos en el periódico “Las noticias”. En la imagen se ve a la señora y a su hijo de camino a la Universidad. Mientras ellos se indignan por lo publicado, varias letras salen del papel agrediendo físicamente a quien sostiene el diario.

---

<sup>48</sup>Dominación “implica un proceso de reproducción, que a su vez contempla estrategias cuya finalidad es conseguir un acceso preferencial y continuo a los recursos sociales y a la legitimación de esa condición privilegiada” (Van Dijk, 1994:8).

*Toma 2:* El muchacho responde “libertad de distorsión NO”, “Libertad de expresión SI”.

En este anuncio vemos como el discurso vuelve a apelar a la moral como herramienta de defensa de los ciudadanos. Una situación conflictiva si el caso mostrara que la persona realmente es culpable. A pesar de que se emplea la palabra “probable” se entendería incertidumbre, poco esclarecimiento de los hechos y un apresuramiento al juzgar lo sucedido por parte de la prensa. Y aunque cada persona esta en su derecho de interpretar lo que ve según sus percepciones internas y externas, lo cierto es que ‘las imágenes hablan más que mil palabras’, pues contrario a lo que diría Mitchell, creo que las imágenes no están sólo para ser apreciadas sino para ser interpretadas y decodificadas. ¿Cómo ser indiferente ante ellas? Creo que es imposible en cierta forma no dejarse atraer por signos y significados que provienen de constructos sociales arraigados. Pero si creo en él cuando menciona que la sociedad latinoamericana es un consumidor nato que vive del “plagio de fantasías” (Mitchell, 2004:48). Esto vuelve al individuo vulnerable ante la publicidad, lo que le permite construir imaginarios sobre lo que ve en la pantalla y desarrollar referentes culturales trazados por los grupos de poder.

Recordemos que “el discurso<sup>49</sup> no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse” (Foucault, 2005:15). Foucault nos dice que el discurso dejó de ser el medio para convertirse en la forma. Los spots publicitarios son ejemplo de ello. Estos son movilizadores, emotivos y reaccionarios. En consecuencia, el discurso podría concebirse como una herramienta de violencia que se ejerce sobre los ciudadanos.

El spot está creado para obtener una respuesta,<sup>50</sup> ya que su enunciado siempre tendrá una orientación; es decir, un receptor para el cual el lenguaje esta moldeado.<sup>51</sup> Deleuze y Guatari nos muestran que “la información tan solo es el mínimo

---

<sup>49</sup>“El discurso no es nada más que un juego, de intercambio. Y ese intercambio, pone en juego los signos. El discurso se anula a sí, en su realidad, situándose al servicio del significante”. (Foucault, 2005:50)

<sup>50</sup>No olvidemos que Bajtín nos dice que “lo más importante en un enunciado es la posibilidad de que sea contestado” (Bajtín, 2002: 285).

<sup>51</sup>“El lenguaje ni siquiera está hecho para que se crea en él, sino para obedecer y hacer que se obedezca” (Deleuze, Gilles y Guatari, 2000:81).

estrictamente necesario para la emisión, transmisión y observación de órdenes en tanto que mandatos” (Deleuze, Gilles y Guatari, 2000: 82). En consecuencia, lo que cuenta es el lenguaje y como se presenta ante el observador.

### Spot mundialista



El anuncio descrito a continuación fue empleado en las emisiones de los partidos del Mundial de Fútbol 2010. En él se juegan con acercamientos de los rostros de las personas que intervienen y de los gestos empleados mientras se mencionan frases alusivas al robo, la extorsión y la violencia.

*Toma 1:* Un joven representante de la Sierra, haciendo un gesto que simula robo repite: “Ellos dicen que quieren tener un país libre, cuando lo que quieren es volver a ese país al que le robaron todo”.

*Toma 2:* Un indígena con la vestimenta tradicional hace un gesto connotado en el Ecuador como dinero, mientras dice: “donde todos tus derechos fueron tratados como negocio”.

*Toma 3:* “Y quieren volver al país que se manejaba por la ley del más fuerte” acompañado de un gesto de pistola que lo realiza una joven de la Costa.

*Toma 4:* Hombre adulto afroecuatoriano “Y por la dictadura de determinados medios (gesto de habla). ¿Qué se creen, dueños de la verdad? Por suerte ya nadie les cree (cruza los dedos)”.

*Toma 5:* Una señora de la tercera de edad repite “tú ya tienes un país libre” (puño con pulgar extendido), “hasta la victoria siempre” (cambia el gesto por una ‘V’ hecha con los dedos).

*Toma 6:* Cierre.

El mensaje de este spot apunta a deslegitimar a los dueños de los medios que han hecho de la comunicación un negocio mediante el cual se han enriquecido. Pero ¿cuan ciertas son esas palabras? La primera frase bien podría referirse al grupo Isaías, ex propietario de varios medios de comunicación de alcance nacional como Gamavisión y Tc Televisión que fueron incautados por el Gobierno tras la deuda que tenían sus dueños con los acreedores del Banco Filambanco que apela a la memoria colectiva de

cientos de personas que perdieron sus ahorros en aquella época. Sin duda una estrategia exitosa dado que ha ajustado el mensaje a la comprensión política que tiene el ciudadano sobre estas empresas, adquiriendo un carácter persuasivo mayor (Schwartz, Tony; 1983: 31). La segunda, hace alusión al incremento de bienes que tuvieron los grandes medios gracias a la industria informática. Ejemplos de las relaciones comerciales mantenidas antes que se establezca la Constitución 2008 son:

**Tabla 5: Relación medios – grupos económicos**

<b>GRUPOS EMPRESARIOS</b>	<b>RELACIONES COMERCIALES</b>
Grupo Vivanco	Diario La Hora con 14 ediciones locales, Revista Judicial del Diario La Hora, Radio Planeta con dos frecuencias en Santo Domingo de los Colorados, Satnet servicios agregados y telecomunicaciones, Editorial Gran Tauro, Estudio Jurídico Vivanco & Vivanco, Casa Comercial Vivanco.
Grupo el Juri	Tv Telerama y sus 12 frecuencias, y varios negocios automotrices y de perfumería.
Grupo Pérez	Diario El Universo, Revista Sambo, Radio City, Diario Super, Canodros, Unipartes asociados al Banco de Guayaquil, además socio del Grupo Alvarado Roca en el sistema de televisión Univisa. También presentaba participación accionaria en: Uniprensa, UniDiario, Agrícola Guayaquil, Uniediciones, Industria de alimentos Sanst Inés, Inmobiliaria Santa Mónica, Empresa Minera Cumbaratza.
Grupo Alvarado Roca	Ecuavisa y sus 19 frecuencias, las revistas: Vistazo, Estadio, Hogar, Generación 21. Además son dueños de la imprenta Artes gráficas Senefelder. Su participación accionaria se extiende a las inmobiliarias: Roalva, Alcor. Incluso a empresas informáticas: Cendetel, Dontropic, Agroespítitu.
Grupo Mantilla - Ortega	Diario El Comercio, Diario Últimas noticias, Radio Quito, Radio Platinum, Ecuador radio. Además accionario en: Megadatos, Access proveedora de Internet, Ediecuatorial.
Grupo Egas - Grijalva	Teleamazonas, Dinediciones, Agencia Delta Publicidad, Revista Gestión, Revistas: Diners, Soho, Fucsia, Gente, Cosa; y asociación con empresas bancarias como Banco el Pichincha, Banco de Loja, Banco Rumiñahui, tarjeta de crédito Diners Club Internacional. Además de otras empresas con acciones en: Multicines, financiera Interdin, financiera Amerafin.

Fuentes: estudios realizados por la Universidad Central, Fundación José Peralta y Auditoría para los medios de Comunicación 2008<sup>52</sup>

<sup>52</sup> En el cuadro solo se consideraron las empresas principales de cada uno de los grupos.

Esta estrecha relación entre los medios de comunicación con la banca es la razón por la cual se acusa a los medios privados de servir a sus intereses y no a los de la ciudadanía. Y aunque esta no sea información de dominio público, existe una visión generalizada sobre el monopolio empresarial mantenido por el círculo mediático que refuerza el mensaje de este spot generando resistencia al desempeño de los medios de comunicación.

### **Spot en respuesta a demanda legal**



Esta publicidad responde a la demanda legal implantada por la oposición al Secretario jurídico de la Presidencia al permitir la emisión de un spot que para ellos violentaba los derechos de libertad de expresión. El Gobierno respondió con lo siguiente.

*Toma 1:* Con trofeos en la parte posterior y con un parlante de audio aparece el mismo hombre utilizado en una propaganda anterior (el padre que es ofendido por calumnias en una emisora radial) diciendo “Todos esos que hoy se rasgaban las vestiduras defendiendo la libertad de expresión se delatan solitos” esto mientras hacen el gesto de comillas con sus dedos al decir ‘libertad de expresión’.

*Toma 2:* Sentada en una silla la misma mujer que fuese agredida en otro spot publicitario por supuestas mentiras de un periódico dice “¿A quién crees que defienden a los ciudadanos o a sus empresas?”.

*Toma 3:* Sentado con libros y un retrato en la parte posterior, el mismo hombre que en otro spot publicitario del Gobierno fuese atacado por una serpiente que salía desde la televisión dice: “¿Por qué les duele tanto la verdad?, esa verdad que algunos esconden”.

*Toma 4:* Un hombre afroecuatoriano con camiseta amarilla dice: “Es que quieren que todo siga como antes. La verdad debe volver a ser el principio rector de la libertad de expresión”.

*Toma 5:* Una mujer de alrededor de unos 70 años con voz dulce dice: “Por eso les digo de corazón, al que le caiga el guante que se lo chante”. Señalando al televidente dice: “Tú ya los conoces” y haciendo un ‘V’ con sus dedos repite “hasta la victoria siempre”.

*Toma 6:* Cierre.

Una vez más se hace uso de personajes que representan a la diversidad de pueblos del Ecuador y cada uno de diferentes edades e intercalando géneros para connotar como ‘toda’ la población estaría en contra de la llamada ‘prensa corrupta’.

Pero los ataques mediáticos al actor político medios, llegaron también de parte de los miembros del Gabinete Ministerial en entrevistas y cadenas presidenciales. Todo ello, parte de una campaña permanente por restarle credibilidad a la prensa. Si bien hoy por hoy nos enfrentamos a Gobiernos que han ascendido al poder gracias al buen uso del marketing político<sup>53</sup>, también es cierto que esta herramienta ha sido explotada con la finalidad de no solo obtener sino mantener el poder.

Esta es una muestra más de que la comunicación genera poder. Autores como Felipe Noguera (2009), Regis Debray y Hugo Jaime; nos cuentan que hemos pasado de la comunicación del poder, al poder de la comunicación. Pues si antes el poder lo daba el ser autoridad política, hoy la estrategia comunicacional es definitiva.

Entonces, ¿es la libertad de expresión lo que realmente estuvo en juego en los spots publicitarios presentados? Pienso que no. El concepto ‘libertad de expresión’ estuvo manipulado en un proceso que solo logró violentar este derecho. ¿De qué forma? Empecemos por analizar el significado de libertad: “facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera u otra, y de no obrar. Estado del que no es esclavo, o del que no está preso” (Diccionario Enciclopédico Universal AULA, 1993). Seguramente tanto usted como yo apreciamos la libertad bajo estos preceptos, pero ¿qué nos asegura su cumplimiento?

---

<sup>53</sup>El marketing político se emplea en tres situaciones diferentes. 1. El marketing de campaña, cuando se busca alcanzar el poder en época de elecciones. 2. El marketing de gobierno, donde la comunicación es parte de la estrategia para mantenerse en el poder, y 3. Marketing de oposición. Sin embargo, hoy los Gobiernos latinoamericanos han unificado estas estrategias para formar una campaña permanente que les asegure o garantice el mantenerse en el poder. (Noguera, Felipe; 2009: 79).

En el debate sobre el tema encontramos a Horkheimer y Adorno, quienes destacan a través de la dialéctica de la Ilustración<sup>54</sup> que “el trabajo social de cada individuo está mediatizado en la economía burguesa por el principio del sí mismo, él debe restituir a unos el capital acrecentado, a otros la fuerza para trabajar más” (Horkheimer y Adorno, 1998: 83) es decir, que el industrialismo tomó al hombre como objeto al que a través de mecanismos de producción de masas y de cultura pueden inculcar modos normativos de conducta, haciéndolos pasar como razonables y naturales. En definitiva, lo cierto es que el hombre ha sido utilizado para creer en el ejercicio de una libertad condicionada tanto por el Estado como por el sistema de industrialización.

Como lo diría Maurizio Lazzarato, pasamos de una sociedad disciplinaria a una de control. Antes el empeño societal se esforzaba por neutralizar la diferencia y la multiplicación, hoy se busca el control a través de la regularización de la opinión pública y la percepción colectiva; caracterizadas por el empleo de tecnologías que se evidencian en los medios de comunicación a través de las noticias, la publicidad, etc (Lazzarato, Maurizio, 2006:90-93).

El hombre se volvió preso de los medios y como tal de su programación, incluyendo la publicidad. De acuerdo a Michael Novak las imágenes transmitidas en la prensa operan bajo modalidades pluralistas; por tanto, al anular al individuo lo convierten en masa, y como tal, en un ser sin criterio. Su individualidad y su libertad de expresión y pensamiento han sido afectados (Novak, Michael, citado en Outlaw, Lucius, 2001:57). Por ende, hoy la propaganda política es considerada como una herramienta importante en los medios de comunicación de masas, ya que estos pueden reforzar considerablemente la eficacia en el control social.

Ciertamente puedo concluir que el televidente puede ser susceptible a las representaciones creadas por el oficialismo a lo largo de los spots, atravesados por la manipulación desde el oficialismo. Aunque aún nos queda por descifrar si existe un límite en esta injerencia arbitraria.

---

<sup>54</sup> “La ilustración en el más amplio sentido de pensamiento en continuo progreso, ha perseguido desde siempre el objetivo de liberar a los hombres del miedo y construirlos en señores. Pero la tierra enteramente ilustrada resplandece bajo el signo de una triunfal calamidad” (Horkheimer, Max Y Adorno, Theodoro W, 1998: 59)

No me parece descabellado considerar la idea de que si bien el individuo puede sentirse preso de las instancias mencionadas, también puede sentirse libre en un espacio muy íntimo. Habermas, recalca que “los medios de comunicación de masas pueden, escalonar, acaparar y condensar simultáneamente los procesos de entendimiento, pero sólo en primera instancia pueden descargar a las interacciones de las tomas de postura de afirmación o negación frente a pretensiones de validez susceptibles de la crítica...” (Habermas, 2001:553). Esto me lleva a pensar que la autorreflexión no está excesivamente ligada a las normas procedimentalistas de la sociedad. Para Lukács, “la racionalización aparentemente integral del mundo, aún cuando alcance hasta capas más profundas del ser psíquico y físico del hombre, choca con un límite interno – tiene su límite en el carácter formal de su propia racionalidad” (Lukács, 1968: 276). Pero también determina el autor que este límite encuentra la libertad cuando se aleja de la esfera de la producción. Son estas las premisas que me llevan a creer que el hombre si bien es preso del dominio del Estado y de la industria cultural a través de estrategias discursivas empleadas en la publicidad, puede desatarse de esas cadenas en el momento en que reflexiona sobre sí mismo y se reconoce como un ser distinto fuera de la red social que impulsa una creciente uniformidad.

### **Campaña de los Medios de Comunicación**

“Multiplicar y diversificar los relatos” (Rincón, 2008:13) es una de las características que tienen los medios masivos. Partiendo de este punto, es importante un ejercicio responsable en la producción y difusión de los mensajes transmitidos.

La ‘Teoría de la Aguja Hipodérmica’<sup>55</sup> (Harold, 1920:35), desarrollada para estudiar los efectos de la propaganda sobre el público, determinó una influencia eficaz de la prensa sobre la audiencia. Sin embargo, el tiempo y los estudios de académicos trajeron consigo a ‘La Teoría de los efectos limitados’<sup>56</sup> (Lazarsfeld & Merton, 1992), que anula la visión de la primera teoría al considerar al individuo como un ser pasivo y aislado haciéndolo vulnerable a la propaganda. Por otro lado, la segunda teoría destaca

---

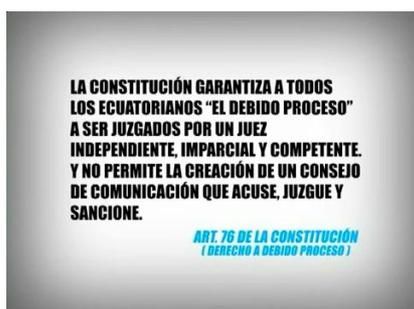
<sup>55</sup> El paradigma de Harold Lasswell determina una respuesta uniforme e inmediata a los enunciados de los medios de comunicación. Percibe al mensaje de forma unidireccional.

<sup>56</sup> Para Lazarsfeld, Paul F. & Merton, Robert las tres principales funciones de los medios de comunicación de masas son: otorgar estatus al darle reconocimiento y autoridad; imposición de normas sociales y disfunción narcotizante.

la capacidad del ser humano de discernimiento y selección de los mensajes a los cuales se expone voluntariamente.

A pesar de la divergencia de criterios sobre el tema, lo cierto es que los medios de comunicación han explotado el campo de la manipulación aprovechando el mercado de consumo masivo en el cual trabajan para llegar a los ciudadanos con el mensaje deseado. Es por ello que Manuel Mora y Araujo destaca tres caminos que toma la prensa para formar la opinión pública: editoriales, noticias y entretenimiento (Manuel Mora y Araujo, 2005). En el caso ecuatoriano, dado la complejidad en el analizar el sinnúmero de noticias que se produjeron en contra del Proyecto de Ley de Comunicación sólo mencionaré que hubo un uso indiscriminado por los departamentos de noticias de los medios privados por deslegitimar los artículos propuestos para el nuevo marco jurídico. En ellos se emplearon varias entrevistas a miembros políticos de la oposición y analistas contrarios al gobierno que dictaron los titulares en defensa de los intereses de los grupos comunicacionales, más no siempre de los periodistas de dichas empresas.<sup>57</sup> En cuanto al entretenimiento, basta ver la publicidad producida por los medios para convencer a los ciudadanos sobre los supuestos límites a la libertad de expresión y el abuso de poder que acarrearía el vulnerar los derechos establecidos en la Constitución.

### Spot publicitario televisivo en defensa de los derechos



*Toma 1:* El paisaje costero ecuatoriano y una banda con los colores de nuestra bandera nacional. Luego se aprecia a varios ciudadanos tanto mestizos como indígenas rodeados por la misma banda que da forma a un texto en negro y celeste con fondo blanco que dice en mayúsculas: “Todos estamos obligados a

cumplir con la Constitución”

---

<sup>57</sup> Dado que en varios medios de comunicación las condiciones laborales no eran las adecuadas, la inconformidad hizo que varios periodistas se muestren a favor del Proyecto de Ley de Comunicación; sin embargo, existía otro grupo que dado la falta de un título como periodista (que exigía el Proyecto de Ley para ejercer la profesión) se opusieron. Pero no hay que olvidar que otros tomaron una postura definitiva simplemente basándose en sus propias convicciones.

*Toma 2:* “Asambleístas, Gobierno, Medios y Ciudadanos”. Esto seguido de los artículos 16, 18, 76 y 84 de la Constitución respectivamente; “La libertad de información es un derecho, no un bien, ni un servicio público, es un derecho de todos los ecuatorianos”, “La Constitución garantiza el derecho a una información veraz y sin censura previa”, “La Constitución garantiza a todos los ecuatorianos ‘el debido proceso’ a ser juzgados por un juez independiente, imparcial y competente. Y no permite la creación de un consejo de Comunicación que acuse, juzgue y sancione”, “La Constitución garantiza que nadie puede atentar contra sus derechos. Sus derechos constitucionales”. Todo el texto citado es leído por una voz en off que termina con la idea inicial de que todos estamos llamados a cumplir con las Leyes establecidas. En el transcurso del spot se emplea una canción con la siguiente letra:

La palabra vuela, el tiempo vuela, y el pensamiento vive como el agua, [...] las ideas siguen, solo el miedo calla, no existen cadenas de una ley mordaza, que ate las ideas que detenga el alma, no existe un decreto que nos quite el habla y el pensamiento solo se dispara, solo se dispara.

*Toma 3:* El mensaje es emitido por la Asociación de canales de Televisión del Ecuador, CCREA (Canales Comunitarios Regionales Ecuatorianos Asociados) y AER (Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión).

A pesar de que se podría considerar que este anuncio es menos elaborado en relación a los oficialistas, debido a su simplicidad en la forma, el mensaje no queda subordinado al del Gobierno. Y es que su estructura (texto y voz en off) hace que el mensaje sea directo, pues el mensaje no debe ser interpretado.

Lo curioso es ver que los artículos citados han sido reformulados aunque esto no quiere decir que pierden relación con lo escrito en la Constitución. Por ejemplo, el artículo 76 nombrado en el spot en realidad está conformado por varios versículos y ninguno de ellos es transcrito a la medida. Aunque en ella sí se garantiza el ‘debido proceso’ a ser juzgados por un juez ‘independiente, imparcial y competente’; lo que no se menciona es que “no permite la creación de un consejo de Comunicación que acuse, juzgue y sancione”. Textualmente dice: “nadie será juzgado por tribunales de excepción o por comisiones especiales creadas para el efecto”. De acuerdo a esto se puede considerarse que las modificaciones realizadas no alteran lo escrito en la Constitución,

pero si es notable como el mensaje ha sido ajustado a los intereses de los medios, haciéndolo más digerible para la audiencia expuesta a esta publicidad.

Bernard Cohen escribió que la prensa “puede no tener mucho éxito la mayor parte del tiempo diciéndole a la gente cómo pensar, pero es tremendamente exitosa cuando dice a sus lectores sobre qué pensar” (Bernard Cohen (1963) citado en Milburn, 1994:221). Esto es lo que McCombs y Shaw (1972) definieron como “establecimiento del programa”, lo cual implica que los medios establecen los temas de interés en la esfera pública. Aunque aún hay quienes creen que los medios tratan los temas que creen que le importa a la gente (McCombs y Shaw, 1972:27).

Para desarrollar esta idea basta nombrar los puntos críticos de los tres Proyectos de Ley de Comunicación que fueron analizados en la Asamblea Nacional: censura previa, responsabilidad ulterior, repartición de frecuencias, y creación de un Consejo de Comunicación que regularice la programación y sanción a los periodistas. Esos fueron los artículos que conoció la ciudadanía a lo largo de tantos meses de debate. Los demás, pasaron desapercibidos.

### **Spot publicitario televisivo en defensa de la libertad de expresión**



Inicia con una toma cerrada de la pantalla negra de un plasma en la que se observa interferencia y ruido en la imagen semejando el monitoreo de señal con unos picos de color verde. Mientras el audio presenta en el fondo música de suspenso y sobre el un pip - pip - pip del monitoreo. La cámara abre su plano hasta mostrar el televisor completo y empiezan a aparecer letras en blanco que dicen en mayúscula:

La existencia de la liberta de expresión está en peligro! Todos somos comunicadores. Todos expresamos nuestros pensamientos y gustos. Sin la libertad de expresión, el silencio es la única alternativa. No al proyecto de la Ley de Comunicación sin consenso democrático. Ahora es la oportunidad de hacer una verdadera Ley de Comunicación que haga honor a los acuerdos que ratifican la democracia. No al silencio! Sin libertad de expresión solo queda el silencio (aumenta el tamaño de letra).

En medio de la última frase cruza la misma línea verde del inicio pero esta vez sin picos, solo una línea recta junto con un audio que denota que la señal ha desistido.

Al final aparecen los logos de las empresas que pautaron el spot publicitario, siendo estas: Asociación de Canales de televisión del Ecuador, AER, CCREA Y AEDEP (Asociación ecuatoriana de editores de Periódicos).

Al igual que el anterior spot el mensaje se maneja a través de un texto, pero la diferencia radica en que esta publicidad no tiene voz en off, lo que lo hace más atrayente, puesto que, acostumbrados a una presentación televisiva que nos dice todo con la imagen, este spot marca una pausa que obliga a su audiencia a leerlo con atención.

Roberto Izurieta alega que en la actualidad, los medios y los gobiernos están llamados a producir su programación, incluyendo los espacios informativos con componentes de entretenimiento. Además afirma que las malas noticias son las más eficaces al momento de buscar atención en el público (Izurieta, 2009:199). Esta observación nos lleva a la cita expuesta en el spot que pone en evidencia el peligro que corre la libertad de expresión. Una alerta es sin duda un síntoma de preocupación y un malestar que se puede difundir y replicar en la opinión de los ciudadanos.

Pero, las investigaciones de Jean Piaget demuestran que “la mente humana no es simplemente un receptor pasivo de información, sino que procesa información y activamente cambia y se adapta al mundo” (Piaget, Jean, 1993:86). Por lo cual es necesaria que al igual que el Gobierno, la campaña de los medios sea agresiva y permanente para que tenga efecto sobre la opinión pública.

Pero ¿qué es lo que hace legítima la participación de los medios de comunicación en la búsqueda por conformar una fuerza de representación política frente al Gobierno? La sintonía. Eso es lo que muchos autores olvidan al considerar que solo el voto en las urnas es valedero. Niegan que “los medios sí son elegidos y de manera constante por el público a través de los ratings de cobertura” (Durán, Jaime; 2009:203).

Quienes creen en ello pasan por alto los estudios de la escuela comunicacional que mantiene un esquema organizado de cómo llegar al público. Esquema que hoy son empleados en la publicidad y en el cine. Es por ello, que desde la pantalla, o desde el periódico o la radio, se logra influenciar en el ciudadano común a través de mensajes simples para hacer que este piense en los temas políticos de ‘interés’.

Hay que destacar que el ser humano no emplea el mismo nivel de razonamiento en todos los temas. Por su puesto los niveles difieren del grado de inteligencia y educación del individuo. Es por ello que la mayoría de periodistas y políticos apelan a un razonamiento simple y unilateral sobre los acontecimientos, y de esa forma preparan sus estrategias para dirigirse a los ciudadanos<sup>58</sup>.

Una vez que el enunciado tiene respuesta en la opinión pública, el político o el medio marca la agenda limitando las opciones de respuesta del otro (Martin Linsky parafraseado en Jaime Durán Barba; 2009: 205).

### **Análisis discursivo de editoriales**

Las editoriales son el tercer medio por el cual la prensa aspira modelar criterios en la esfera pública.<sup>59</sup> A nombre de académicos, analistas y periodistas reconocidos, los periódicos se valieron de sus editoriales y de los artículos de opinión para exponer sus argumentos y su postura frente a lo que ellos denominaron ‘Ley Mordaza’.



Incluso con humor se buscó llegar a la audiencia mantenida por dichos medios. La imagen al costado izquierdo es una muestra de tantas caricaturas que acompañaron por meses la sección de opinión de los Diarios ‘El Hoy’ y ‘El Comercio’ como medios privados.

Como este, la crítica estaba enfocada en la fidelidad y parcialidad de la Asamblea bajo su Presidente Fernando Cordero a los mandatos del Ejecutivo. Es por ello que en la caricatura se entiende que el archivo de la Ley de Comunicación no era una opción para el Legislativo.

---

<sup>58</sup> “Rosemberg propuso que los individuos piensan sobre la política de tres maneras diferentes, a las cuales denominó secuencial, linear y sistemática. Los pensadores secuenciales no utilizan abstracciones ni generalizaciones. Ven los hechos que ocurren cercanos en el tiempo como relacionados los unos con los otros. Los pensadores lineares piensan en términos causales, pero no van más allá de los modelos que ven una variable causando otra. Finalmente, los pensadores sistemáticos van más allá de los simples modelos causales y consideran que factores diferentes pueden interactuar entre sí de manera no-linear, y que puede haber relaciones recíprocas entre diferentes variables. Ese es el pensamiento político más complejo”. (Rosemberg (1987, 1988a y 1988b) parafraseado en Milburn, Michael, 1994:111).

<sup>59</sup> “la capacidad de crear climas de opinión no se reduce al discurso editorial de un periódico. Este es solo un complemento de la retórica dramática” (Córdova, Gabriela, 2003:46).

La línea editorial del Diario El Hoy publicaba:

La libertad de expresión, como manifestación básica de la libertad de pensamiento, es la base de la democracia. No puede ser encasillada en reglamentos punitivos ni estructuras de "sabios" que, a pretexto de reglamentarla, la limiten y coarten (El Hoy, 2009a).

Estamos hablando de la posibilidad de que, a través de este cuerpo legal, se fortalezca o se disminuya la libertad de expresión. De que se reduzcan o se amplíen las garantías para acceder y transmitir la información. Y de que un Gobierno, preocupado en mantener su verdad como la única, utilice esta ley para callar voces críticas (El Hoy, 2010a).

El espíritu punitivo y sancionador del proyecto impuesto al apuro por seis assembleístas del Gobierno en la comisión ocasional no sirve como punto de partida para un debate positivo de una Ley Orgánica de Comunicación, a la que obliga la primera disposición transitoria de la Constitución de Montecristi. Ese proyecto debe ser archivado (El Hoy, 2010b).

Sin duda estas citas no eran las de un aliado al Gobierno. En palabras de Dean Alger, "...la realidad es que, más allá de las dificultades reales que tenga para obtener una mejor cobertura, el presidente no tiene un problema de prensa, tiene un problema político" (Alger, 1996:193).

Cuando hablamos de los medios de comunicación como actores y representantes políticos pensamos en situaciones como esta, donde la postura de la empresa se presenta como opositora al oficialismo. Meses de titulares alusivos a un Gobierno corrupto y dictatorial se desplegaron en las cabeceras de las páginas del diario, acompañadas de investigaciones en la sección 'blanco y negro' que socavaban los archivos del periódico para recordar a los ecuatorianos sobre los casos más polémicos que habían sido develados por la prensa. Afianzándose una vez más la idea de que los medios periodísticos son instituciones políticas (Cook, 1998:85). Pero para llegar a la opinión colectiva<sup>60</sup> la prensa tuvo que impulsar también sus editoriales para que las voces expresadas públicamente cumplan con un proceso social al interactuar con sus lectores (Mutz, 1989:21, citado en Irving Crespi, 2000 :85).

Es así que articulistas de opinión del Diario El Hoy como Ana María Correa, Consuelo Albornoz, Carlos Jijón, Joaquín Hernández Alvarado, Marlon Puertas, entre

---

<sup>60</sup> "La opinión colectiva, como fuerza social, es multidimensional, de forma que corresponde a dimensiones cognoscitivas, afectivas, y de valores e intereses de los sistemas actitudinales que subyacen en las opiniones individuales. Por tanto, el hecho de compartir las creencias, la dirección y la fuerza del afecto, de los valores y de los intereses, contribuye a la convicción y a la resistencia de una opinión colectiva sostenida por un pueblo" (Crespi, 2000 :91).

otros; en varias ocasiones expresaron su sentir respecto a la aprobación de un Proyecto de Ley para los medios de comunicación.

...el control y la vigilancia gubernamental sobre los procesos mediáticos, tal como están planteados por el correísmo, limitarán el ejercicio profesional del periodismo [...] las audiencias verán disminuido su derecho a conocer los intersticios del poder político, divulgado en el espacio inestimable del periodismo de investigación del bueno, que lo hay, por supuesto, en el Ecuador (Diario El Hoy, 2009b).

La Ley de Comunicación planteada por el Régimen no amplía los derechos de los ciudadanos, como escuché argumentar al ministro de la Política, Ricardo Patiño. En realidad, los restringe a los que fueron a la universidad o logran un certificado que sea aceptado por el Gobierno. Paradojas de la revolución (Diario El Hoy, 2009c).

No nos defiendas censurando las herramientas que con tanto cariño debes recordar, como las cámaras ocultas. Sin ellas, nada sobre la extorsión que cometían los vigilantes de la garita tres en Guayaquil se habría descubierto y, por ende, tu fama acumulada a lo mejor solo habría alcanzado para integrar la lista de Sociedad Patriótica (Diario El Hoy, 2009bd).

Las opiniones vertidas interpelan directamente a miembros de Alianza País que defienden a Ley de Comunicación, haciéndoles notar lo que para ellos, son las falencias de una ley sancionadora y mordaza. Una de ellas sería la incapacidad de los periodistas de publicar o denunciar actos de corrupción e irregularidades en el país sin antes tener un estudio de por medio. La cámara secreta, herramienta de trabajo en el campo de investigación sería un delito. Sin elementos como estos, quienes escriben su pensamiento en las páginas de los diarios promovieron la preocupación de la posible aprobación de un cuerpo normativo que subordinaría a los medios y a los periodistas a los intereses del Gobierno.

Pero para que la opinión de estos académicos y analistas tengan eco en la opinión pública, estas deben pasar por procesos selectivos de su audiencia (Carreño Carlón; 2007:26) que dependerán de la edad, género, posición social, educación, etc. Una vez enganchado al lector, los medios masivos tienen la capacidad de influenciar en el criterio de sus lectores o telespectadores y modificar sus conductas acorde al enunciado emitido. Esto basado en la idea de un mensaje “ómnibus”<sup>61</sup> que hace que el individuo sea la creación de un mensaje impersonal y colectivo. En consecuencia, una

---

<sup>61</sup> “omnibus” quiere decir ‘uno para todos’ (Pasquali).

vez masificada la información, la opinión se convierte en una fuerza social que carecerá en su mayoría de rasgos personales (Crespi, 2000:86).

Convertido el individuo en ‘hombre-masa’<sup>62</sup>, el sujeto se vuelve “influenciable, dependiente, manipulable e impersonal” (Gómez, 1982:187). De esta forma, en la sociedad de la información, uno puede codificar mensajes que adquieran una respuesta ya programada.

El problema recae en la discusión sobre qué intereses tiene el medio. Y aunque existe la voluntad de representar a la opinión pública, lo cierto es que los intereses de la clase económicamente dominante están por encima de todo. Pero ello no ocurre solo en los emporios privados sino también en los estatales.

El diario ‘El Telégrafo’ es muestra de cómo el discurso gobiernista se replica en los editoriales del mismo.

...buena parte de los medios privados parece conspirar contra la democracia y se valen de la libertad de expresión, precisamente, para eso” (Diario El Telégrafo, 2009a).

...el deporte intelectual de políticos y opinadores mediáticos es contrariar al actual Gobierno con cualquier pretexto. [...] Nunca antes el país ha vivido un periodo democrático con tantas muestras de respeto a la gente y sus aspiraciones. Y nunca ante los poderes fácticos, tan bien representados por algunos medios y analistas, se han confabulado para crear en la opinión pública (da) la sensación del miedo a un cambio real (Diario El Telégrafo, 2009b).

No les interesa debatir nada. ¿Por qué los medios privados se atribuyen facultades para montar el teatro de la opinión pública? Pareciera que lo único que les interesa es proteger su parcela de poder, construida en el altar de la libertad de expresión (privada). Tienen miedo y, por eso, ellos mismos, han fabricado una ley: una ley ficticia (Diario El Telégrafo, 2009c).

Claramente existe un ataque frontal en contra de los medios de comunicación privados que no opinan igual al régimen. Existe una postura crítica sobre el ejercicio de los periodistas, destacando un quehacer manipulador y arbitrario sobre la opinión pública al crear nociones falsas de la realidad que niegan la posibilidad de un cambio ‘verdadero’.

Dado que los textos argumentativos tienen la finalidad de orientar e influir a los lectores es imprescindible que se considere el sesgo político de la editorial. De esta forma no le tomará por sorpresa que el diario refuerza el sentimiento de agrado o

---

<sup>62</sup> Término acuñado por Luís Aníbal Gómez (1982).

simpatía a la figura del Presidente Correa como líder salvador de aquella prensa que buscaría ‘destruir la democracia’.

Wright-Mills afirma que los medios masivos, al igual que las redes comunicacionales dotan de una identidad al hombre-masa y es que además de decir qué quiere ser, cómo lograrlo y como sentirse, modela su conducta a través de la información (Wright-Mills parafraseado en Crespi, 2000:208). Cito estas palabras dada la relevancia que adquiere la publicación de una editorial que bien o mal podría establecer lazos sociales que insten a los políticos, a los lectores y a los ciudadanos a seguir al Gobierno.

La prensa tiene un papel importante como constructor de la realidad social, y como tal en los diversos periódicos deberían admitirse la publicación de textos de opinión que no sean afines a la línea editorial del mismo. Siendo éste un ejercicio democratizador tanto para los medios privados y los públicos. De esta forma se evitaría el difundir solo ciertos valores en los medios impresos. En el caso de El Telégrafo vemos artículos de opinión como:

...existe una visible e identificable conspiración mediática que persigue, sin ninguna duda, no solo desprestigiar al Gobierno Nacional sino desestabilizarlo para lograr su derrocamiento [...] casi todos los medios de comunicación se han empeñado en manipular las informaciones, tergiversar las decisiones gubernamentales y fingirse víctimas de una supuesta persecución (Diario ‘El Telégrafo’, 2009d).

A los medios de comunicación ¿qué clase de poder les ha otorgado el pueblo? Ninguno. Son empresas cuyo objetivo central es la obtención de utilidades. Son los dueños de los medios privados, los que –en forma audaz, ilegal e inmoral- aparecen como miembros vitalicios del supuesto “cuarto poder (Diario ‘El Telégrafo’, 2009e)

Quisiera una Ley que no reduzca la comunicación a los medios. Que no siga abonando al error de que la libertad de expresión es una prerrogativa de los medios, porque estos han pretendido secuestrarla y quisiera que la ley permita que se amplíe su radio de acción (Diario ‘El Telégrafo’, 2009f).

Si bien es cierto que los grupos poderosos tienen un acceso preferencial al discurso público en la medida que pueden controlarlo, también es cierto que el diario El Telégrafo es un medio que carece de trayectoria, lo cual le resta credibilidad. Pero es un periódico de alto tiraje y de distribución gratuita lo que lo hace atractivo al momento de estudiar el vínculo ‘discurso – poder’ en sus textos de opinión.

Para el estudio de estos, consideraré el análisis crítico del discurso (ACD) de Van Dijk<sup>63</sup> que se centra en el abuso del discurso para controlar las mentes y acciones de la gente en pro de los intereses de los grupos dominantes.

Partiremos de una pregunta estructurada por ACD, ¿Cómo los grupos (más poderosos) controlan el discurso? En respuesta a estas interrogantes es imprescindible destacar que el medio analizado es de distribución gratuita en un país donde el índice de información más alto se lo realiza a través de la televisión. Además se encuentra al alcance en espacios de gran concurrencia como instituciones públicas donde los trámites toman su tiempo, justo el necesario para leer el periódico que se tiene cerca. De esta forma se convierte en un promotor del debate político que trabaja en función de sus intereses, alentando un favoritismo hacia el Gobierno que desprestigia a las empresas de información privadas.

Podemos decir que la visión editorial y de opinión de la prensa escrita responde a un fenómeno clientar que ha hecho que actualmente las editoriales estén comprometidas con intereses poderosos de estilo socioeconómico, esto gracias a la instrumentalización de los medios (Carreño Carlón; 2007:31).

Pero debemos considerar que el control del discurso obedece a la consolidación de un sentido que hace pensar a la misma sociedad como parte de una comunidad. El gobierno piensa como legítima la idea de ejercer un control sobre el discurso basándose en la necesidad de construir unidad simbólica. El objetivo: legitimar un sentido y una dirección apoyado en el marco jurídico estatal. Los medios y el control de su discurso son herramientas para la publicidad de las normas que guían la comunidad. De esta forma relacionan lo simbólico y lo político dentro de la esfera de lo público.

Al analizar los mensajes emitidos por los diversos editorialistas vemos que se percibe ese enfrentamiento entre los que defienden el rol del Estado y su control sobre los medios, en contraposición a aquellos que creen en el poder de los medios de comunicación para influenciar en las acciones del gobierno. Por tanto, nos damos cuenta que el discurso no es suficiente porque no dominan por si mismos, ya que es su fuerza comunicativa la que permite su legitimación (Habermas, 1998:440).

---

<sup>63</sup> “El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (Van Dijk, 1999).

En este sentido, la lucha por el espacio público no es por un lugar abstracto sino por un sujeto que pueda convertirse en parte del acontecer político. Es una lucha por el que decide quien conduce el Estado y que intereses son los que importan. Por tanto, el espacio de lo público está intrínsecamente relacionado con el espacio privado de las personas, porque determinan su pensar, opiniones y decisiones.

### **Líderes de opinión y esfera pública**

La presencia de la televisión en casi todos los hogares ecuatorianos multiplica el impacto de los mensajes emitidos en los canales. Es así que la formación de líderes de opinión se produce principalmente en los medios televisivos donde los gestos, y las facciones del rostro pueden dar al espectador una idea de quien es la persona más allá de su discurso. Pero ganarse el respeto y el cariño de la gente no es tan fácil en un medio exigente.

Recordemos que el sentir político de las personas se forma en esos espacios donde los ciudadanos hablan y se expresan. Es así que los programas de debate y análisis con participación de invitados se convierten en otro pilar de transformación en la esfera pública donde además, los líderes de opinión no sólo de los medios sino también de organizaciones y empresas pueden defender su discurso.

Entonces, ¿se podría hablar de un mercado de opinión donde las personas interactúen e intercambien criterios respecto de uno o varios temas? De acuerdo a Manuel Mora y Araujo los mercados tienden a moverse en convergencias de la oferta y la demanda que establecen un punto de equilibrio. Situación que no se presenta con la opinión pública pues esta no confluye al equilibrio.

Para que un tema sea posicionado en la agenda pública se requiere de la influencia de líderes de opinión que impulsen la discusión de una temática, caso contrario estos permanecerían bajo perfil; sin embargo, la predisposición del público es otro factor necesario para que exista un punto de inflexión en la agenda y de paso a un cambio (Mora y Araujo, 2005:180-181-315).

¿Pero a quienes podrías llamar líderes de opinión? Un líder es aquel que convence a un grupo de personas para realizar determinadas acciones. Se lo reconoce como aquel cuyas capacidades se perciben como superiores a las de los demás. El líder según la versión weberiana de los tipos de dominación puede ser considerado

carismático cuando se reconoce en él un don divino (Weber, 2007). Dado que los medios de comunicación son percibidos por un sector de la población como una realidad fácilmente reconocible y casi sacral, el líder televisivo se muestra a los ojos del público como conductor de las ideas y aspiraciones de los mismos.

Para Weber, la capacidad de la dominación es el autoreconocimiento de la capacidad de mandar a un conglomerado de personas. En este sentido los líderes de la comunicación sienten que están autolegitimados para conducir la opinión pública de la gente. Existe una cualidad moral para llevar a sus seguidores a la verdad (Weber, 2007:25).

Una de las paradojas de estos líderes de opinión es que aunque sean capaces de llamamientos a la movilización efectiva de los ciudadanos, muy pocas veces han logrado generar estas acciones en torno a su figura. Pero sí pueden hacerlo frente a temáticas que la gente considera como reivindicaciones legítimas. Estos personajes terminan percibiéndose como transmisores de las inquietudes sociales pero no como representantes con poder político.

Para entender esta dimensión es importante hacer una diferenciación entre lo que es el poder comunicativo y poder político. Mientras el primero puede servir para dar salida a la opinión de las personas de acuerdo a sus demandas, el segundo es capaz en términos de política pública y de derecho de dar respuesta a esas demandas y necesidades. El poder de la comunicación tiene un limitante fundamental, al no tener el control del Estado, es incapaz de tener los medios para solucionar esos problemas (Habermas, 1998).

En esa línea, durante la elaboración del Proyecto de Ley de Comunicación los medios tuvieron dos periodistas que lideraron el discurso de la prensa en contra del Gobierno y los preceptos que buscaba el oficialismo a través del nuevo marco jurídico. Carlos Vera y Jorge Ortiz, son los dos líderes de opinión que analizaremos. En un inicio es importante subrayar que ellos renunciaron a la pantalla chica y que hoy los rumbos que han llevado son diferentes, a pesar de que las circunstancias vividas en el proceso fueron similares.

## Jorge Ortiz



Después de tomarse varios días de vacaciones Jorge Ortiz volvió a Teleamazonas con el rumor hecho verdad. Volvió al set para despedirse de su audiencia en el programa “La hora de Jorge Ortiz”.

Me voy voluntariamente por decisión propia. Aunque claro en esa decisión influyó determinadamente una situación que se volvió insostenible. Les cuento. Por disposición de la Constitución, disposición por cierto hecha con dedicativa y maldad Teleamazonas debe ser vendido. Y esta venta por incluir una frecuencia radioeléctrica tiene que ser autorizada por el Gobierno. Me parece evidente que por la insistencia y la acidez de los ataques del Gobierno en mí contra que yo podría ser un obstáculo para que el gobierno autorice esa venta cuando llegue el momento. Frente a ese panorama e insisto para yo no ser un pretexto del Gobierno para que Teleamazonas se extinga y desaparezca he decidido dar este paso al costado de efecto inmediato. [...] ¿Cuándo me reencontraré con ustedes?, pues supongo cuando los ecuatorianos volvamos a vivir en democracia; es decir, cuando esté genuinamente en vigencia un sistema de derechos, garantías y libertades en el que sea posible discrepar, disentir y cuestionar; sin ser víctima de insultos, ofensas, amenazas y persecuciones como ocurre actualmente. Nos reencontraremos tal vez cuando se pueda informar sin que la respuesta del poder sea una avalancha de cadenas de radio y televisión repletas de verdades a medias, mentiras inmensas, y un enorme, enorme repertorio de agravios, ultrajes y descalificaciones. Nos reencontraremos quizá cuando en vez de fomentar el odio y la división, el Gobierno aliente la unidad y el respeto entre todos los ecuatorianos. Hasta entonces amigos, me despido sin estridencias ni rencores (Video youtube, et. al., 2010a).

Esas fueron las palabras de Ortiz, que develan una fuerte represión del Gobierno sobre el medio y sobre el periodista. Años de trayectoria en la pantalla lo califican como un entrevistador creíble a pesar de sus sesgos políticos. Pero recapitulemos.

‘Tipejo’ y ‘pitufito’ fueron los calificativos con los cuales el Presidente de la República se refirió a Jorge Ortiz, periodista con más de treinta años en el ejercicio de la profesión. Estos, por ser crítico del Gobierno no solo en sus editoriales sino también en sus entrevistas. La represalia al medio llegó con la prohibición a todo el Gabinete Ministerial de aceptar invitaciones de Teleamazonas para su participación en el set.

Debemos recordar que Ortiz junto a Carlos Vera alentaron la campaña electoral de Correa como Presidente, pero una vez llegado al poder, la situación fue otra. Un ejemplo de tantos impases ocurridos contra el Gobierno fue después de que en Teleamazonas pautara un comercial del régimen sobre el incremento de inversión en el área social en el que se diferenciaba con los periodos de los últimos cuatro gobiernos.

Al finalizar Ortiz hizo su comentario sugiriendo que debería compararse el tiempo de Gobierno de cada uno de ellos y el precio del barril de petróleo en cada época. En respuesta a ello, se destinó una cadena nacional de 4 minutos solo para responder los comentarios de Ortiz que como bien lo hizo notar el presentador fue de apenas segundos. Lo que se dijo en ella fue:

A un evidente actor político, que pretende como ha sido su costumbre confundir a los ciudadanos, sepultando de manera definitiva su credibilidad, le decimos ya basta señor Ortiz. El periodista está para transmitir información, para orientar la información pública y no para demostrar odios infundados (video Youtube, et. al., 2009a)

Tiempo después se dio paso a la suspensión temporal del medio por reincidir en la difusión de noticias basadas en supuestos, pero los altercados continuaron en cadenas obligatorias por el Gobierno a la misma hora en la que aparecía el presentador de televisión.

En una ocasión, la *voz en off* que llevaba la cadena decía: “el presentador Jorge Ortiz, al no conseguir lo que esperaba de su entrevistado, en vivo, lo bota del set de televisión”. Las imágenes corroboran lo mencionado con la figura de Ortiz mencionando “usted no me va a hablar si se entiende. Señor usted se calla”. Situaciones como estas en las que él perdía el control con sus entrevistados eran pasadas una y otra vez con el objetivo de restarle credibilidad a Ortiz. Un periodista que con varios años en pantalla, habría acumulado cierto capital político que le ‘permitía’ influenciar en la toma de decisiones no solo del líder político sino también de la ciudadanía. Esa forma de ejercer el oficio en un canal declarado abiertamente como opositor al oficialismo hizo que varias veces, el entrevistado increpe a sus invitados.

En una entrevista que Ortiz realiza al Asambleísta Rolando Panchana, quien antes fue periodista de televisión, le dice:

¿Cómo a usted se le ocurre hacer un Proyecto de Ley que lo que hace es irse en contra de la clase periodística, irse contra la profesión de la que usted vivió? (Youtube, et. al., 2010b)

Lejos de calificar si su accionar es correcto o no, estas palabras denotan una participación política de Ortiz, lo cual lo lleva a obtener una respuesta similar por parte de su adversario, que podría llegar a considerarse una persecución política. De acuerdo a Carlos Vera, ex presentador de televisión y hoy activista político en una entrevista denuncia que ‘los negociadores del Gobierno’ pedían la salida de Ortiz, Carlos Jijón

(vicepresidente de noticias), y de Bernardo Abad (periodista de comunidad en Quito) de Teleamazonas como medida de consenso entre la empresa y el Gobierno. Pero, esto no sucedió hasta lo que se cree fue la salida voluntaria de Ortiz.

### Carlos Vera



“Que nos deje vivir en paz el señor Vera, que no sea tan mediocre, que no somos tampoco unos animales para vivir en cuartos de covacha”

“Mire su conciencia y busque estrategias para tratar mejor a la gente, con dignidad como nos merecemos”

“¿Por qué él ladra? Porque significa que nuestro Presidente a través de la Ministra de Vivienda esta haciendo obras” (Youtube, et. al., 2008).

Esas son las declaraciones de varios ciudadanos que muestran su malestar contra el ex presentador de televisión Carlos Vera en la Televisora Ecuavisa cuando en uno de sus programas se refería a las viviendas que había ofrecido el Gobierno para las personas de bajos recursos económicos. Las versiones de lo sucedido fueron pasadas en cadena nacional.

Voz en off: “...y un político que siempre se disfrazó de periodista descuida su lenguaje”.

Carlos Vera: “Y si eso llaman casas, está bien covachas de cemento” (Youtube, et. al., 2008).

De esta palabra se valió el Gobierno para tratar a Vera como un periodista indolente de las condiciones de vida de la población ecuatoriana. Sin embargo, el activista político defiende en su libro ‘¡Nunca Mordaza!’, no haber mencionado esa palabra, siendo esta un montaje de audio y sugiere que si se revisa con minuciosidad se vería un desfase de *lipsing*<sup>64</sup> (Vera, 2009: 84).

Pero más allá de una disputa pública por defender a los intereses de los bandos a los que pertenecen, lo cierto es que la situación se convirtió en una batalla personal entre el periodista y el jefe de Estado.

---

<sup>64</sup> Desfase entre el audio y el movimiento de los labios.

En una entrevista con Bernard (presentador de televisión de programa de entrevistas a profundidad), el Presidente de la República se refiere a Carlos Vera con las siguientes palabras:

Desde el 95-96 yo vi cuando él (Carlos Vera) mandó una invitación para su cumpleaños [...] Mandó una invitación con la foto del regalo que era una camioneta, una lancha y pidiendo que le depositen la plata en una cuenta... eso en cualquier país es corrupción [...] desde esa época yo tengo bien calificadito a Carlos Vera. A mi me molesta esa gente que se pinta la barba, que mientras más mujeres tiene es más macho, que le quiere pegar al otro [...] nunca me ha caído bien, peor Jorge Ortiz (Youtube, et. al., 2011).

En respuesta, Vera destinó parte de su programa a desmentir lo que él consideraba como mentiras. Entre las pruebas emitidas al aire se publicó un video con fecha de 7 de agosto de 2005. Para entonces Correa era Ministro de Finanzas y en el set de Ecuavisa se despide con la siguiente frase “Carlos, muchas gracias a usted y a Ecuavisa han sido los medios más objetivos y se lo digo de corazón y con toda sinceridad”. Sin duda, un buen uso del discurso en el tiempo adecuado.

Al igual que a Ortiz, el Presidente no dudó en poner apodos a Vera: “machito ignorantón’ y ‘pitufo’ que hallaron su respuesta con insultos como: “hipócrita, tirano, dictador, lenguaraz, cobarde, Pitufina, ignorante, trastornado mental, traidor, demagogo, mentiroso...”. Y aunque la reacción de Vera no fue aplaudida por Xavier Alvarado Roca, Presidente del Directorio de Ecuavisa, tampoco se realizaron cambios.

Xavier Roca: “no amerita que tu noticiero sea una guerra de guerrillas diaria contra el Gobierno”. “... si tu admites que Correa es un loco capaz de hacer cualquier cosa, con cualquier pretexto, debemos ‘cuidarnos’... significa que debes mandarme tus comentarios antes de emitirlos directamente al aire”. “terminas pareciendo opositor y no crítico, lo cual afecta tu credibilidad” (Vera, 2009: 25 -38).

Esta versión es tomada de una conversación mantenida entre Roca y Vera donde se observa como el medio de comunicación busca censurar previamente los comentarios de su periodista (aunque no lo logra) por precautelar el continuo funcionamiento del canal. Se percibe la preocupación por ser clausurados indefinida o temporalmente como se lo hizo con Teleamazonas.

En esta batalla de ida y vuelta, la respuesta de Correa fue prohibir a todo funcionario gubernamental ir al programa de Vera desde el 2007.<sup>65</sup> Pero ¿por qué el medio a pesar de sus temores al verse afectado por el Gobierno no cede ante las presiones del mismo? ¿Habría sido por el rating que sumaba esta pelea incesante o quizá porque Vera era la voz de un periodista en defensa de los intereses de toda una industria de comunicación que estaban en contra del nuevo marco legal para los medios de comunicación?

Al final la presión al interior y fuera del canal, además de los problemas con el apuntador llevaron al ex presentador a renunciara su cargo en una transmisión de su programa en vivo.

Si el canal considera que no es importante este problema, yo lo respeto; pero para mí, sí... Nadie más lo vive y lo entiende porque nadie más hace este trabajo así: cinco personajes al día; en vivo; temas distintos; tengo que estar absolutamente metido en la materia o a uno lo decapitan. ¿Quién lo decapita? ¡Ya saben quien lo decapita!

De continuar con estos problemas pongo en riesgo la empresa más de lo que he puesto. [...] No son presiones de otra naturaleza; no es por un problema personal. Tampoco porque me pueda descomponer una cadena u otra. Más bien pienso que hará algún bien que yo me retire un tiempo y tome vacaciones. Pasó ya el jueves antepasado: hubo una agresión en cadena nacional de TV contra Emilio Palacio, Jorge Ortiz y yo justo el día en que no estaba yo al aire y la repitieron el viernes.

Lo digo con absoluta convicción: yo no puedo seguir trabajando en estas condiciones... (Vera, 2009:60-62).

Después de situar el panorama de los dos personajes descritos es importante considerar el tipo y el grado de influencia que estos mantenían con su teleaudiencia. En la formación de un líder de opinión Manuel Mora y Araujo hace referencia a características como la posición socioeconómica, estimación del público y grado de popularidad. En esa línea se podría decir que Ortiz y Vera cumplían con los rasgos a pesar de que la estimación es un elemento ambiguo a la percepción personal. Situación que no aplica a las otras dos características que nacen del quehacer periodístico. Empero no hay que olvidar que tras ellos existe una institución que respalda el accionar de los mismos, sea este legítimo o no.

---

<sup>65</sup>Correa lo afirmó en el programa de Andrés Carrión en Canal Uno, el 26 de agosto de 2007. "Me ratifico, con un majadero como Carlos Vera, que llamó ignorante al Presidente, yo directamente doy la orden a mis Ministros para que no vayan". Poco después de la salida de Vera, Lenin Artieda habría recibido una llamada de Fernando Alvarado, secretario general de la Presidencia, para decirle que los ministros estaban a la orden para cualquier entrevista (Vera, 2009:84).

Lo relevante es que como líderes de opinión, sus criterios emitidos públicamente tienen connotaciones de poder, ya que se convierte en un emisor masivo del mensaje, teniendo un grado superior de control sobre los recursos comunicacionales (Mora y Araujo, 2005:324).

Tania Tinoco (presentadora de televisión) incluso llegó a mencionar que Vera habría superado a la marca (a Ecuavisa) y tendría mayor recordación según las encuestas (Vera, 2009:59). Lo que indica el nivel de popularidad e incluso credibilidad ante otros medios de comunicación y periodistas.

Antes de analizar el grado de influencia de las opiniones de Vera y Ortiz veamos cual era la postura de ellos frente al Proyecto de Ley de Comunicación:

Jorge Ortiz: “No creo que trate de discutirse si un proyecto es mejor o menos malo que otro, o cual de todos es el que menos mordazas y censuras pone. De lo que si se trata es de discutir si al Estado le debe estar permitido meter la mano, en cualquier parte, en todas partes, incluso atropellando el derecho de cada ciudadano a elegir por sí mismo, cuando, dónde y cómo quiere recibir información. Y es que bien entendida, la libertad de expresión es un derecho y una protección de los ciudadanos y no una graciosa concesión de los Gobiernos [...] por eso mi oposición a una Ley de Comunicación, y por eso mi rechazo a cualquier censura” (Youtube, et. al., 2009c).

Carlos Vera: “Apuntan al control de contenidos, no regulación. La regulación enmarca define, el control es una intervención directa y vertical de contenidos [...] tengan ustedes claro que con esta Ley, si ya no las hay, nunca más habrá cámaras ocultas, no habrá más grabaciones sobre corrupción, no habrá información no confirmada que se pueda difundir, no habrá opinión libre, ¿por qué?, porque la estaca ya se clavó en la Constitución” (Youtube, et. al., 2009d)).

Sin duda, estas versiones revelan una negativa rotunda a la elaboración de un marco jurídico que a decir de ellos sería controlador y sancionador para los periodistas, además violaría los preceptos que garantizan la libertad de expresión en el país trayendo consigo la apertura a un gobierno dictatorial.

Pero, ¿la opinión pública es vulnerable ante la influencia de los líderes de opinión? De acuerdo a Mora, la cantidad de mensajes sobre el mismo y otros temas hacen que estos se anulen entre sí, dando oportunidad a la audiencia de considerar selectivamente a quien seguir, basándose en su perspectiva de buen nombre y honestidad sobre los líderes de opinión. A esto se suma la difusión de mensajes que han sido mal estructurados y que por tal motivo no llegan a la audiencia y por si fuera poco

habría que considerar que existe un porcentaje de ciudadanos que no están preparados para cambiar de opinión, puesto que aquello dependería de características individuales de los sujetos en cuanto a educación, inteligencia, etc. Incluso Mora propone que el público también tiene una cuota de poder que hace que los medios retribuyan el poder obtenido, cumpliendo en medida las demandas de su audiencia, es así que ello nos llevaría a estudiar las preferencias y necesidades de la misma (Mora y Araujo, 2005:321-351).

Por otro lado, Bryce basado en estudios de caso realizados, observó que la mayoría políticamente pasiva no refleja la opinión del líder sino que la modifica como producto de la interacción de la misma con la percepción colectiva a través de la conversación (Bryce, 1891 citado en Crespi, 2000:106). Pero eso no quiere decir que no exista una autoridad sobre la opinión por parte de los líderes comunicacionales. Esto se demuestra en la capacidad de los mismos por manejar la agenda pública. Es por ello, la disputa entre el gobierno y los medios de comunicación por llevar ‘los temas de interés’. Aunque Irving menciona que mayor fuerza movilizadora tendrían los líderes formales (en este caso Correa) puesto que el cargo le daría mayor prestigio, autoridad y control (Crespi, 2000:109).

Finalmente, todo el análisis presentado a lo largo de este capítulo nos lleva a creer que vivimos en la época del marketing político donde las herramientas de la comunicación política han sido distorsionadas sin ningún beneficio para el ciudadano, atropellando valores y derechos<sup>66</sup>.

Los Presidentes al igual que los medios se han convertido en grandes relacionadores públicos que velan por interés particulares y que poco o nada atienden a las demandas de una población que necesita ser escuchada.

Si antes se creía que era irrisorio el efecto político que tenían los medios masivos sobre la población debido a la cantidad de información a la que se exponen los sujetos (Hovland, Lumsdaine y Sheffield, 1949; Klapper, 1960; Lazarsfeld, Berelson y Gaudel 1994), hoy se conoce que el individuo se expone al tipo de información que quiere escuchar o ver según su tendencia política. Esto es lo que Klapper denominó

---

<sup>66</sup> Popkin señala que la CP parte del respeto a la opinión ciudadana. Respeto su agenda, es decir los temas que en base a encuestas y estadísticas son importantes para el pueblo. (Popkin, Samuel, 1994).

‘proceso de exposición selectiva’ que funciona en periodos cortos de exposición a un mensaje. Pero actualmente, cuando los actores políticos se mantienen en una campaña permanente, los efectos podrían ser controversiales.

Por una parte, en este escenario las preferencias del público pueden ser signos de una preferencia política o discursiva, o del rechazo a la posición de un medio o de un líder de opinión. Al mismo tiempo, los estudios sobre opinión pública y comportamiento electoral han visualizado la fuerte relación que existen entre la línea política de los medios y la decisión en el momento del voto popular. Por otra parte, el constante bombardeo de contenidos políticos podría causar una desafección y la pérdida de credibilidad en estos actores.

Sin embargo, debemos ser críticos con la creencia de que los medios de comunicación se asumen como representaciones de la realidad política, puesto que uno de los componentes de esa desafección puede resultar en una concepción de esta lucha como una mera puesta en escena.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y REPRECUSIONES

#### EN LA DEMOCRACIA

Aunque muchos reconozcan superflamente la injerencia de los medios en las construcciones mentales, no debemos olvidar que éstas son producto de algo más grande, que son las representaciones estatales.<sup>67</sup> El control sobre las “modalidades pluralistas” es lo que anula la individualidad del ser humano para convertirlo en masa.

Esta es la razón por la cual resulta preocupante que dos de los principales constructores de opinión política en el país mantengan hasta la actual fecha una disputa incansable a través de los espacios mediáticos acentuando la dicotómica relación entre oficialistas y opositores.<sup>68</sup> Recordemos que estos actores han explotado al máximo su capacidad para hacer de esta lucha de fuerzas una contienda pública. Factor importante, ya que nos demuestran una vez más como la propagación del discurso domina en la medida en que este está sometido a su fuerza comunicativa y por el poder de quien lo emite.

Con esta fuerte exposición mediática de la publicidad transmitida tanto por el Gobierno como por los diferentes medios de comunicación, puedo concluir que el receptor se convierte en un ente susceptible a las representaciones creadas, atravesadas por la manipulación de ambos actores.

Bourdieu va a desarrollar el aspecto simbólico de los actos y de las relaciones de producción. Según él, hay que superar la oposición entre las estructuras sociales y las representaciones mentales. Este autor destaca el papel de las estructuras simbólicas en la construcción de la realidad. El espacio social es también un espacio simbólico, ya que existe un conflicto entre poderes simbólicos para lograr imponer a la colectividad una determinada visión del mundo” (Díaz Salazar: 1988: 191).

---

<sup>67</sup> ¿Cómo logra el Estado tomar control sobre el ciudadano?. Siguiendo la línea de Bourdieu, la respuesta a esta pregunta se manifiesta en la producción simbólica, que toma como medios a las administraciones públicas y sus representantes como productores de problemas sociales (Bourdieu, Pierre, 1997:95). Tales problemas se hacen evidentes en la imposición de valores y de intereses que forman parte de la seducción de las estructuras cognitivas. Soberanía, identidad y nacionalidad; son ejemplos de un proceso homogeneizador.

<sup>68</sup> porque la posición del político dentro del campo político corresponde a la posición del grupo representado dentro del espacio social. Por eso no solamente el candidato es capaz de creer que representa los intereses del grupo, sino que también convence a los demás de esto (Bourdieu 1992a: 187).

El límite que estos tendrían en cuanto a su influencia en los ciudadanos no solo depende de aquella frontera interna de su propia racionalidad como lo explica Lukács, sino también de su alejamiento de la esfera de la producción (Lukács, 1968: 456). Son estas las premisas que me llevan a considerar que, el espacio en el cual se juega la hegemonía es la sociedad civil y el grado de penetración ideológica que tenga una visión u otra en la lucha por el control del campo, el hombre seguirá siendo preso del dominio del Estado y de la industria cultural y mediática. Para ello es importante el que se establezcan parámetros de control que limiten esta cualidad estructurante.

Como vemos el capital simbólico es muy sustancial al momento de definir el grado de legitimidad de nuestros contendores. Siendo, este reflejo del poder que tienen la clase social o un grupo al cual representan. Dependerá de ello su capacidad para controlar, dirigir y manipular en beneficio de sus intereses. Pero para lograr un equilibrio entre estas dos fuerzas es importante que los canales por los cuales se produce la representación efectiva funcionen. Refiriéndonos concretamente a los partidos políticos y el gobierno como representantes de la sociedad política y a los medios de comunicación y la sociedad civil; concluimos que para que la democracia adquiera mayores niveles de calidad, es fundamental que el control se ejerza desde la relación permanente entre el gobierno, los ciudadanos y la prensa. Además del equilibrio de poderes, alternabilidad de los gobiernos, la regla de la mayoría, la rendición de cuentas, la institucionalidad de competencia electoral, participación de la ciudadanía y control social (O'Donnell, 1996; Huntington, 2002).

En primera y última instancia, lo que dota de legitimidad para que estas instituciones se mantengan como actores dentro de la lógica del sistema democrático y, lo que confiere poder a las instituciones y a las leyes de un país; es el apoyo del pueblo, que se traduce a su vez en el respaldo a de sus leyes e instituciones.

Todas estas son manifestaciones y materializaciones de poder; que se consolidan y se derrumban tan pronto como el poder vivo del pueblo no se encuentra tras ellas y las sostiene.<sup>69</sup> Es lo que pensaba Madison, cuando decía que todos los gobiernos reposan en último término en la 'opinión'. Por ello, para que el sistema democrático se consolide es

---

<sup>69</sup> En palabras de Anna Arendt, esta esfera social surge de "la transformación del interés privado por la propiedad privada en un interés público" y de la conversión de lo público en un proceso de creación de riqueza y la acumulación de capitales.

necesario contener la disputa entre aquellos que tienen el dominio de lo público y las tensiones internas que se producen al interior de su campo y aquellos que desde los intereses privados poseen bienes públicos como la información.

Podemos decir que esta relación dicotómica entre la sociedad política y los medios de comunicación se debe a las relaciones de poder al interior del campo político, lo que ha motivado una suerte de vacío de representación, resultado de un proceso de descrédito y deslegitimación del sistema partidista, que si bien hoy en día busca su renovación a través de nuevas figuras políticas y nuevas alianzas, aún no se encuentran en posición para ejercer un fuerte papel opositor.

En este escenario los medios de comunicación surgieron como una herramienta para la lucha por la hegemonía, cuando las relaciones al interior de la sociedad política inclinaban la balanza excesivamente a favor del gobierno. Los medios de comunicación aparecen como poseedores de los bienes simbólicos, al mismo tiempo que se muestran como capaces de ser los instrumentos ideológicos del bloque histórico rival, apareciendo como actores políticos. Estos se posicionan en un momento de crisis institucional y de representación que es aprovechado ingeniosamente por el Presidente Rafael Correa. Inteligentemente centra su estrategia, a través de sus campañas y sus cadenas, para construir el opositor que le hacía falta para potenciar su discurso maniqueo y mantenerse en este juego de poder. Los medios de comunicación en ese sentido jugaran un doble papel. Por un lado como ya dijimos serán una herramienta por la lucha por el poder de los grupos opositores y por otro servirán para consolidar la posición del gobierno nacional como víctima de la prensa y representante del pueblo frente a los grupos que denomina oligárquicos.

Una maniobra claramente de estrategias populistas que buscan segmentar la esfera pública alentando la polarización con el fin de generar identidades partidistas antagónicas que marcan la sensación de una participación democrática directa (De La Torre, 2008:45).<sup>70</sup> Esta cualidad estratégica del gobierno nacional, le ha dado el pretexto para acaparar importantes medios de comunicación y lanzar una campaña de desprestigio contra estos, lo que podría ser visto como una inclinación hacia el

---

<sup>70</sup>“El populismo se manifiesta en diversos grados de polarización y de creación de antagonismos que van desde lo político hasta lo social. El análisis de los rituales discursivos es fundamental para comprender cómo se generan estas identidades y los niveles de polarización de diferentes experiencias populistas” (De la Torre, 2008:45).

autoritarismo porque coopta los diversos niveles de representación y deja entrever su incompatibilidad con la democracia. Siguiendo esta línea, los gobiernos de estos regímenes fortalecen su imagen frente sus opositores con tendencias a suprimir la diversidad y a cerrar el espacio de poder, haciendo que el populismo se torne -como lo mencionan Abts y Rummens- en “una degeneración patológica de la democracia” (Abts y Rummens, 2007, citado en Panizza, Francisco, 2008:79). Así retomamos la lógica de amigo-enemigo; que como se mencionó anteriormente resulta ser antidemocrática por su factor parcialmente incluyente y su carácter excluyente (De La Torre, 2009; Peruzzotti, 2008).<sup>71</sup>

Principio que no comparte Enrique Peruzzotti al ver la ausencia de filtros y mediadores como una oportunidad para el pueblo de hacer escuchar sus demandas.<sup>72</sup> Ernesto Laclau también verá en ello algo positivo porque considera que el discurso populista es capaz de constituir un sujeto político al nombrar al pueblo y al permitirle participar, aunque sea de manera simbólica en la lucha por la hegemonía. Recordemos que en el registro de Laclau se encuentra la influencia de Gramsci que ve en la lucha contra el bloque de poder y sus herramientas (medios de comunicación) la posibilidad de la recuperación de una democracia popular. Sin embargo como afirma Laclau en hegemonía y estrategia socialista esta interpelación es eminentemente discursiva, lo que puede ser cuestionado si se considera que el problema fundamental de la calidad de la democracia surge cuando las reivindicaciones populares, no tienen influencia en la formación de políticas públicas (Laclau y Mouffe, 1987:56).

Por otro lado, la desinstitucionalización de la autoridad y la representación política (Kenneth, 1998:379) es otra de las características propias del populismo que se ha visto comprometida al observar su incidencia en la democracia. Para Hawkins la baja institucionalidad ha dificultado la implementación de otra “identidad propia” que sea diferente a la del líder, es decir, la formación de identidades rivales que descentralicen el poder de toma de decisiones y abran el campo de nuevas figuras opositoras que suplan la actual postura de los medios (Hawkins, 2008:128 – 129).

---

<sup>71</sup> “El cambio de la perspectiva visual del estado a la sociedad civil nos obliga a aceptar que existen otros centros de poder además del estado. Nuestras sociedades no son monocráticas, sino poliárquicas. Tan es así que basta encontrarnos improvisadamente en las arenas movedizas del pluralismo” (Bobbio, 1984:45).

<sup>72</sup> Peruzzotti ve al sistema de representaciones como “una maquinaria vaciada de contenido” que se debe a los intereses socioeconómicos de los grupos de poder. (Peruzzotti, 2008 :101).

Un adversario político ideal no pueden ser los medios de comunicación en una contienda democrática, ya que a pesar de la influencia pública y la presión que pueda ejercer sobre el gobierno, los medios no tienen la capacidad de ser protagonistas de cambios legales o de políticas públicas, pues a pesar de los esfuerzos tienen un límite como demandantes, a diferencia del Ejecutivo o los parlamentarios. En consecuencia, ejercer coacción sobre la oposición y amenazar la prevalencia de las instituciones es violentar los derechos y la calidad de la democracia (Mayorga, 2009:113).

Por ello es necesario fomentar el compromiso ciudadano a través de una participación activa con los valores democráticos.<sup>73</sup> Esto tiene consecuencias directas en la conformación de toda la estructura de la democracia ecuatoriana porque podría implicar una transformación profunda del sistema en su conjunto. Para ello, está en manos de los representantes políticos el cumplir con la rendición de cuentas y las demandas del pueblo. Incluso institucionalmente sería conveniente mejorar la normativa del sistema de partidos que fortalezca la participación política y contribuya a frenar la fragmentación partidaria. Sin embargo, la realidad actual enmarcada en un gobierno populista como el de Correa, determina estas condiciones como utópicas. Principalmente por su carácter discursivo.

Pero, ¿cuáles son las repercusiones democráticas de esta permanente guerra entre los medios de comunicación y el Gobierno?

Lejos de la lógica populista de un discurso conciliador y pacífico, los estudios realizados en el segundo y tercer capítulo nos han mostrado claramente como la confrontación medios y gobierno ha marcado dos posturas políticas en la esfera pública. Una a favor de los medios de comunicación y otra en pro del Gobierno de Correa que ha surgido de una fuerte campaña deslegitimadora con persistentes mensajes sobre lo que significaría violar la libertad de expresión. En consecuencia, nos encontramos frente a un escenario en el cual los actores políticos han logrado sumar adeptos en la esfera de la opinión pública, lo cual les ha permitido mantener los índices de popularidad/audiencia y por ende cierto grado de estabilidad. Pero que en definitiva han dejado marcado una división del espacio social.

---

<sup>73</sup> “La participación de los ciudadanos tiene un valor democrático, pues les facilita exigir sus responsabilidades a los funcionarios, electos o designados. El conocimiento es poder y los ciudadanos bien informados son más capaces de juzgar la calidad en el desempeño de las funciones gubernamentales.” (Zimmerman, 1992 :15)

Finalmente, me gustaría destacar tres puntos que Nelly Arenas ha determinado para concluir que un régimen populista tiene tintes autoritarios: a) incentivo de una participación popular cada vez más creciente, sólo que siempre subordinada al Poder Ejecutivo, b) el gobierno ha incrementado sensiblemente el número de estaciones de radio y TV controlados por el Estado,<sup>74</sup> c) aumento en los esfuerzos del Gobierno central por concentrar cada vez más los recursos públicos (Arenas, 2007:30-31). A pesar de que Arenas especifica estas características en el régimen venezolano, me atrevería a decir que cada uno de los puntos citados tiene similitud con la presidencia de Correa. Basta observar las políticas públicas adoptadas y la lista de medios de comunicación que fueron incautados y que continúan en manos del Estado, y que son manejados parcializadamente por el Gobierno para encontrar estas actitudes autoritarias.

En esta perspectiva, resaltan dos preguntas importantes: ¿Qué posibilidad hay de que exista una nueva ola contraria de democratización? ¿Son suficientes los valores extendidos por los nuevos líderes en cuanto a democracia para mantener la misma? Para resolver esta pregunta recurriré a las anotaciones de Huntington quien -basado en experiencias pasadas de las olas contrarias- sostiene que las causas potenciales que podrían dar inicio a una contra ola son:

1. Fallas sistémicas de los regímenes democráticos para funcionar con eficacia, podrían socavar su legitimidad. [...] la incapacidad sostenida para proporcionar bienestar, prosperidad, equidad, justicia, orden doméstico o seguridad externa.
2. Un cambio en el autoritarismo por parte de cualquier gran potencia democrática o democratizadora podría desencadenar un efecto de bola de nieve contrario.
3. Podrían surgir diversas formas antiguas y nuevas de autoritarismo que parecen apropiadas a las necesidades de los tiempos.

Si se llegasen a cumplir estos puntos, el autor sugiere que podrían surgir “dictaduras populistas”, “dictaduras comunales” y “dictaduras electrónicas”. (Huntington, 1996: 9-10). En una lectura más amplia de lo que podría ser un quiebre en la democracia de los países andinos, creo interesante el tomar en cuenta las apreciaciones de Gabriel Almond sobre la idea de división de poderes, que va más allá de la división formal del Gobierno

---

<sup>74</sup> Bobbio destaca el nexo de la representación con la publicidad del poder “hasta el grado de interpretar la representación como una forma de represión”.

en legislativo, ejecutivo y judicial. El autor señala una división en lo que determina como las subestructuras políticas informales donde se encuentran: 1) partidos, 2) grupos de interés y 3) medios de comunicación; todos estos formando parte de lo que muchos escritores catalogan como sectores de las sociedades plurales (Almond, 1966:11). Es precisamente esta separación de poderes y sus grupos lo que han formado en el escenario actual una nueva lógica de Gobierno.

Con una sociedad dividida ante los discursos populistas excluyentes de los grupos de poder señalados por Almond, no se puede dar paso a la consolidación de una democracia. El atacar constantemente a estos sectores no hace más que debilitar a la sociedad con el fin de dar una sola alternativa de representación: el líder carismático (Weber). De esta forma, la democracia ve violentada sus principios al observar como la baja institucionalidad no ha permitido el surgimiento de otras identidades legítimas que descentralicen el poder de toma de decisiones (Hawkins, 2008:128 - 129).

Indiscutiblemente presenciamos Gobiernos que se han dedicado a acumular el poder destruyendo la credibilidad de las instituciones, argumentando que estas han sido corruptas, y olvidando que son estas instituciones las que tienen la función de “contrabalancear las concentraciones de poder” (Przeworski, 1998:70). Por tanto, los requisitos para la consolidación de la democracia apuntan a la necesidad de instituciones mediadoras que funcionen independientemente entre el gobierno y el pueblo (Diamond, 1993:4, citado en Lipset, 1996:23). Y para que existan estas instituciones mediadoras como los partidos políticos, es necesario que estos cuenten con un apoyo significativo de la sociedad civil, empero la campaña constante contra la ‘partidocracia’ ha dificultado este proceso.

Finalmente, una sociedad puede llamarse democrática donde exista el disenso. Desde esta perspectiva, la democracia se articula como un escenario en el cual varias fuerzas interactúan entre sí. El equilibrio dependerá del acumulado simbólico que los actores tengan en el campo del juego político, y por ende se torna un factor cambiante porque la representación es una construcción que se enmarca en la lucha por la hegemonía. Una disputa dependerá de la habilidad de los contendores en el campo para introducir su discurso en los ciudadanos. De esta manera, la lucha por el poder implica la lucha por seducir a la sociedad civil.

Las consecuencias directas en la democracia pasarían por tres etapas complejas. La primera se referiría a una querrela cada vez más antagónica al interior del campo lo que generaría la inclinación hacia el autoritarismo para salvaguardar la autoridad del gobierno y de las instituciones del Estado. La segunda obedece a un desequilibrio de fuerzas cuando se han agotado los canales de representación por la vía democrática y serán los liderazgos carismáticos los que tendrían el favor del pueblo al ser los únicos capaces de interpelarlo y darle aunque sea simbólicamente un papel en la democracia.

La tercera obedecería a la desafección. Cuando la sociedad civil desconoce y deslegitima a los actores del campo. Este quizá es el peor escenario porque implica la búsqueda de otra opción que no necesariamente es la democracia.

En el primer caso en el que se refiere al equilibrio de fuerzas los medios de comunicación como hemos visto no pueden contender contra el gobierno como representante del Estado, porque solamente este puede gestionar las políticas públicas.

En el segundo caso los medios de comunicación no pueden ser correas de transmisión de los intereses ciudadanos al existir *per se* la pretensión de ser medios privados que defienden un interés público. Lo cual no les permite tener la suficiente credibilidad para entrar en el juego por la conquista del poder, salvo en el campo del discurso.

La tercera posibilidad, la de la desafección implica un estudio de la relación entre medios comunicación y gobierno como incapaces de dotar de un sentido a las personas, es decir, se transformarían en una suerte de constructores de significados vacíos, dado el bombardeo de contenidos y la alta conflictividad, estos elementos desestabilizan la democracia porque los ciudadanos ya no creen, ni les interesa dotar de legitimidad a quienes contienden por ella.

Existen dos niveles más para entender las consecuencias que esto tiene en la democracia. Según la estructura de Bourdieu observamos que existe una dimensión eminentemente discursiva, simbólica donde se enfrentan. Y esto afecta a la democracia en la medida en que puede desgastar la percepción del ciudadano sobre su importancia, llevándolo a una banalización del contenido.

Otro punto menos claro, se refiere a la condición de la cual habla Bobbio, en la cual el poder solamente puede ser percibido a través del autoritarismo y en donde la democracia queda reducida a un juego entre dos grupos de poder, en términos de

Gramsci entre dos bloques históricos, y en los cuales el enfrentamiento permanente es legitimado en el marco de la construcción de una democracia popular (Gramsci, 1999:14-16).

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Alsina, Miquel (2005), *La construcción de la noticia*, España: Paidós.
- Arenas, Nelly (2007), *Poder reconcentrado el populismo de Hugo Chávez Venezuela*: Politeia N 39.
- Albornoz, Miguel, (1988), *Galo Plaza: un ecuatoriano universal*, Ecuador, Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.
- Alger, Dean (1996), *The media and the politics*, Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Almond, Gabriel (1966), *Political Theory and Political Science*, American Political Science Review 60.no.4.
- Barba, Jaime Durán (2009), *Estrategias de Comunicación política*.
- Bustamante Fernando (2003), "La cultura política y ciudadanía en el Ecuador" en *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, (Felipe Burbano). Ecuador: FLACSO.
- Burbano, Felipe (2007), *Correa, un año: de las promesas a la realidad*", Quito: Edimprés S.A.
- Bourdieu, Pierre (1998), *On television*, Estados Unidos: The New Press.
- Bajtín, M. M. (2002), *Estética de la creación verbal*, Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Belting, Hans (2002), *Antropología de la imagen*, Buenos Aires: Katz editores.
- Balandier, Georges (1994), *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós Studio.
- Bourdieu, Pierre (2000), "Las formas de capital. Capital económico, capital cultural y capital social" en *Poder, derecho y clases sociales*, Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer, S.A.
- Bourdieu, Pierre (1997), *Espíritus de Estado. Génesis y estructura del campo burocrático*, en *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*, Barcelona: Anagrama. Original: *Raisons pratiques. Sur la théorie de la action*. Traducción: Thomas Kauf.

- Bourdieu, Pierre (1991), *Symbolic Power*, en John B. Thompson, Estados Unidos: Language and Symbolic Power. Cambridge: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre (2002), *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires: Montessor.
- Bourdieu, Pierre (2001), *Langage et pouvoir symbolique*, París: Seuil/Points.
- Bourdieu, Pierre (1985), *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios Lingüísticos*, Madrid: Akal.
- Bourdieu, Pierre (1990), *Political Representation: Elements for a Theory of the Political Field*, en *Language and Symbolic Power*. Traducido por Gyomo Reymond. Massachusetts: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre (1997), *Razones prácticas: sobre las teorías de la acción*, Traducido por Thomas Kauf, Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre y Ranciere (2010), *La política entre sociología y filosofía*, Traducción de Charlotte Nordmann, Argentina: Nueva visión Argentina.
- Bobbio, Noberto (1984), *El futuro de la democracia*, traducción de José Fernández Santillan, México: Fondo de cultura económico.
- Carrión, Andrés (1987), *Informe de una clausura*, Ecuador: Editorial el Conejo.
- Castells, Manuel (2001), *El poder de la identidad en la Era de la información*, vol II. Argentina: Siglo XXI editores.
- Conaghan, Catherine y Carlos de la Torre (2009), *The Hybrid Campaign: Tradition and Modernity in Ecuador's 2006 Presidential Election*. International Journal of Press and Politics.
- Conaghan, Catherine y Carlos de la Torre (2008), *The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador's Plebiscitary Presidency*. International Journal of Press/Politics.
- Conaghan, Catherine (1995), "Politicians Against Parties, Discord and Disconnection in Ecuador's Party System, en Scott Mainwairing y Timothy Scully" en *Building Democratic Institutions*. Stanford: Stanford University Press.
- Córdova de Alcázar, Gabriela, (2003), *Anatomía de los golpes de Estado: la prensa en la caída de Mahuad y Bucaram*, Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Ediciones Abya-Yala, Corporación editora nacional.

- Conaghan, Catherine (1994), *Loose Parties, Floating Politicians and Institutional Stress: Presidentialism in Ecuador 1979-1988*, en Linz, Juan y Arturo Valenzuela (editores). *The Failure of Presidential Democracy*. New York: Johns Hopkins University Press.
- Córdova, Holger (2003), *Crisis de Gobernabilidad*, Ecuador: Ave Blanca, segunda edición.
- Cook, Timothy (1998), *Governing with the news*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Cueva, Agustín (1988), *El populismo como problema teórico y político en Las Democracias Restringidas de América Latina*, Quito: Planeta.
- Canel, María José (1999). *Comunicación política: Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.
- Crespi, Irving (2000), *El proceso de opinión pública: cómo habla la gente*, traducción María Gómez y Patiño. Barcelona: Ariel.
- De La Torre, CARLOS, HOYONLINE, <http://www.hoy.com.ec/especial/caidalucio/caida9.htm>, 04 de septiembre de 2010
- De La Torre, Carlos (2008), *Medios, representación y calidad de la democracia en América Latina*. Ecuador: FLACSO.
- De la Torre, Carlos (2009), *Populismo radical y democracia en los Andes*. Santiago de Chile: Journal of Democracy en Español, Vol. 1.
- De la Torre, Carlos (2008), "Populismo ciudadanía y Estado de derecho" en *El retorno del pueblo* (Carlos de la Torre y Enrique Peruzzotti). Quito: FLACSO.
- Diamond, Larry (1993), *Ex-Africa, a New Democratic Spirit Has Loosened the Grip of African Dictatorial Rule*, Times Literary Supplement.
- Díaz Salazar, Rafael (1988), *Capital simbólico*, Madrid: Ediciones Hoac.
- Deleuze, Gilles y Félix Guatari, Mil Mesetas (2000), *Capitalismo y esquizofrenia*, Valencia: Pre-textos.
- Diccionario Enciclopédico Universal AULA (1993), Madrid: Cultural, S.A.
- Echeverría, Julio (2006), *El desafío constitucional*. Quito: Abya Yala.

- Echeverría, Julio y César Montufar (2008), *Plenos poderes y democracia en el proceso constituyente ecuatoriano*, Quito: Abya Yala.
- French, John (2009), *Understanding the Politics of Latin America's Plural Lefts (Chavez/Lula): Social Democracy, Populism and Convergence on the Path to a Post-Neoliberal World*. THIRD WORLD QUARTERLY 30.
- Freidenberg, Flavia (2003), *Jama, caleta y camello*, Quito: Biblioteca de Ciencias Sociales, Corporación Editora Nacional.
- Foucault, Michel (2005), *El orden del discurso*. Traducción: Alberto González Troyano. Barcelona: Tusquets Editoriales 3ra edición.
- Gramsci (1999), *Cuadernos desde la cárcel*, México: ediciones Era.
- Gerring, John (2004), *What Is a Case Study and What Is It Good For?*, Boston: American Political Science Review 98.
- Gómez, Luís Aníbal (1982), *Opinión pública y medios de difusión*, Quito: Ciespal/Fundación Friedrich.
- Habermnas, Jürgen (2001) *Tareas de una teoría crítica de la sociedad*, en Teoría de la Acción comunicativa, II. Crítica de la razón funcionalista, Madrid: Grupo Santillana. Traducción: Manuel Jiménez Redondo.
- Habermnas, Jürgen (2001), *De Lucáks a Adorno: la racionalidad como cosificación, en Teoría de la acción comunicativa*. Madrid :Grupo Santillan. Traducción: Manuel Jiménez Redondo.
- Habermas, Jürgen (1992), *Concluding remarks* en Craig Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*. Boston: MIT Press.
- Habermas, Jürgen (1998), *Facticidad y validez*, Madrid: Trotta. Traducción de Manuel Jiménez Redondo.
- Hawkins, Kirk (2008), *La organización populista. Los Círculos Bolivarianos en Venezuela*, en Carlos de la Torre and Enrique Peruzzotti eds., *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*. Quito: FLACSO
- Harris, R. J. (1994), *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlabau.
- Hall, Stuart (2001), *Representation: Cultural representations and signifying practices*, London: Open University Press

- Horkheimer, Max y Adorno, Theodoro W. (1998), "Industria cultural. Ilustración como engaño de masas" en *Dialéctica de la Ilustración*. Valladolid: Simancas 3ª edición. Traducción: Juan José Sánchez.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodoro W. (1998), *Concepto de la Ilustración*, en *Dialéctica de la Ilustración*. Valladolid: Simancas 3ª edición. Traducción: Juan José Sánchez.
- Heuvel, J., & Dennis, E. (1995), *Changing Patterns: Latin America's Vital Media*. New York: The Freedom Forum Media Studies Center.
- Huntington, Samuel P. (1996), "La tercera ola de la democracia" en *El resurgimiento global de la democracia* (Diamond, Larry y Marc F. Plattner), México: UNAM.
- Huntington, Samuel P.(1999), *El sobrio significado de la democracia*. Chile: Revista Estudios Públicos.
- Larry Diamond (2002), *Developing Democracy*, Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Jamieson, Kathleen Hall (1992), *Dirty Politics. Deception, Distraction and Democracy*. New York: Oxford University Press.
- Kenneth, Roberts (1998), *El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina* en Mackinnon y Petrone, *Populismo y Neopopulismo en América Latina*, Buenos Aires: EUDEBA.
- Kornhauser, William (1959), *Politics of Mass Society*, Glencoe: Free Press.
- King, Gary, Robert Keohane y Sydney Verba (2000). *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lipset, Seymour Martin (1999), *Conflicto social, Legitimidad, Democracia*, cit. en *Actores Sociales y Conflictos*, Quito: CORDES.
- Lasswell, Harold (1948), *The Structure and Function of Communication in Society* en *The Communication of Ideas*, ed. L. Bryson. New York: Harper.
- Luhmann, Niklas (1995), *Poder*. Barcelona: Anthropos
- Lazzarato, Maurizio (2006), *Políticas del acontecimiento*, Buenos Aires: Tinta Limón.

- Lipset, Seymour (1996), *Repensando los requisitos sociales de la democracia* en revista La Política número 2. Barcelona: Paidós.
- Lipset, Seymour (1999), *Conflicto social, Legitimidad, Democracia*, cit. en Actores Sociales y Conflictos, Quito: CORDES, CIPIE.
- Lukács, (1969), *Historia y consciencia de clase*, Trad. de Manuel Sacristán. México: Grijalbo
- Lazarsfeld, Paul. F. Merton Robert K. (1992), *Los medios de comunicación de masas, el gusto popular y la acción social organizada* en Industria cultural y sociedad de masas. Caracas: Monte Ávila.
- Lijphart, Arend (1989), *Democracia en las sociedades plurales*, Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Laclau, Ernesto y Chantal Mouffe (1987) *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI.
- Mitchell, W. J. T. (2004) *What do Pictures want?*, Chiacago: The Unversity of Chicago Press.
- Mainwaring, Scott y Timothy Scully. (1995) *Building Democratic Institutions: Party Systems in Latin America*. Stanford: Stanford University Press
- Mainwaring, Scott y Scully (1997), *Sistemas de Partidos en América Latina*, Santiago de Chile: CIEPLAN.
- Mejía, Andrés (2003) "Partidos políticos: el eslabón perdido de la representación", en *Democracia, gobernabilidad y cultura política* (Felipe Burbano), FLACSO – Ecuador.
- McDonald, Ronald y Mark Ruhl. (1989), *Party Politics and Elections in Latin America*. Boulder: Westview.
- Menéndez, Amparo (2004), *Democracias pendientes y representación política en América Latina: algunas ideas en voz alta*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, S.A.
- Manin, Bernard (1998), *Los principios del gobierno representativo*, Madrid: Alianza, Madrid.
- McCombs & DL Shaw (1997) *The emergence of American political issues: The agenda- setting function of the press*. St. Paul: West Publishing.

- Mayorga, René Antonio (2009), "sociedad civil y estado bajo un populismo plebiscitario y autoritario" en *La Nueva Izquierda en América Latina* (C, Arnson). Washington: WWC.
- Mora y Araujo, Manuel (2005), *El poder de la conversación: elementos para una teoría de la opinión pública*, Buenos Aires: La cruzía ediciones.
- Milburn, Michael A, (1994), *Persuasión y política: la sicología social de la opinión pública*, Santafé de Bogotá: CEREC.
- Maxwell McCombs and Donald Shaw (1972), *The agenda-setting function of mass media*,. *Public Opinion Quarterly*. Oxford: Oxford University Press.
- Muñoz, Borrero (1981) *En el Palacio de Carondelet: gobernantes ecuatorianos del Presidente Flores al Presidente Hurtado*. Ecuador: Artes Gráficas Señal
- Nerone, John, (1994) *Violence Against the Press*, Oxford: Oxford University Press
- Noguera, Felipe (2009), "La campaña permanente" en *Estrategias de Comunicación para Gobiernos* (Izurieta, Roberto; Perina, Rubén; Arterton, Christopher) Buenos Aires: Ediciones La Cruzía.
- Nowak, K. (1977) "From Information Gaps to Communication Potential." *En Current Theories in Scandinavian Mass Communication* (M. Berg) Grenaa, Denmark: GMT.
- Outlaw, Lucius, (2001) "Visiones del mundo, modernidad y praxis filosófica: raza etnicidad y teoría social crítica", en *Cultura y modernidad* (Rorty, Ritchard; Apel, Karl Otto; Putman, Hillary y otros) Barcelona: Editorial Kairós,
- O'Donnell, Guillermo, (1997) *¿Democracia delegativa?*. Buenos Aires: Contrapuntos, Paidós.
- Orellana, J. Gonzalo (1948), *Resumen Histórico del Ecuador*, Ecuador: Fray Jodoco Ricke.
- Oquendo, Diego (2008), *Una piedra en el zapato: visión analítica del ejercicio periodístico y sus desencuentros con el poder*, Ecuador: ediciones Abya Ayala.
- Pareja Diezcanseco, Alfredo (2009), *Ecuador: Historia de la República, tomo I*, Ecuador: Colección Bicentenario,
- Pachano, Simón (2004), "Partidos y representación en la Región Andina" en *Partidos políticos en la Región Andina: entre la crisis y el cambio*, Perú: International Institute for Democracy and Electoral Assistance.

- Pachano, Simón (2003), "democracia, orden y conflicto: Ecuador 1979-1994" en *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, (Felipe Burbano) Ecuador: FLACSO.
- Porto, Mauro (2001), *Mass media and politics in democratic Brazil*, London: Institute of Latin American Studies.
- Przeworski, Adam (1998) "Democracia y Representación", en *Metapolítica.Vol. 3*, Buenos Aires: Ciedla.
- Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton (1977) "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada" en *La comunicación de masas*. (Heriberto), Buenos Aires: MURARO.
- Popkin, Samuel, (1994), *The reasoning voter*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Patterson, Thomas, (2000), *Doing Well and doing good: how soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy - and what news outlets can do about it*. USA: Joan Shorenstein center on the Press, Politics and Public Policy.
- Priess Frank (1999) *Campañas electorales y medios de comunicación en América Latina, Volumen 1*, Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano.
- Piaget, Jean ( 1993), *La psicología evolutiva*, Barcelona: Paidós. - Fontcuberta, M.
- Przeworski, Adam (1998), *Democracia sustentable*. Buenos Aires: Paidós.
- Peruzzotti, Enrique (2008), "Populismo y representación democrática", en *El retorno del pueblo: El populismo y nuevas democracias en América Latina* (Carlos de la Torre and Enrique Peruzzotti), Quito: FLACSO.
- Ramos, Isabel (2010), *Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana en el debate de la nueva ley de comunicación en Ecuador*, Ecuador: ÍCONOS.
- Roberto Izurieta (2005), *Cambiando la escucha, comunicación presidencial para ciudadanos indiferentes*, Buenos Aires: La Crujía.
- Regis Debray y Hugo Haime (1997) "la imagen del poder". Buenos Aires.
- Rincón, Omar (2010) "¿Hay que defender a los medios de comunicación del Estado o al Estado de los medios y los periodistas?" en *¿Por qué nos odian tanto?*

[*Estado y medios de comunicación en América Latina*]; Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung.

Rincón, Omar (2008) “La nación como una happening mediático” en *La Nación de los medios*, Bogotá: Universidad de los Andes.

Ricaurte, César (2010), *La palabra rota: seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano*. Ecuador: FUNDAMEDIOS.

Sampedro Blanco (2003), “Identidad y medios nacionales en diáspora”, en *La pantalla de las identidades*, Barcelona: Icaria.

Salwen, M. & Garrison, B. (1991). *Latin American Journalism*, New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates, Inc.

Sartori, Giovanni. (1994), *Ingeniería Constitucional Comparada: una investigación de estructuras, incentivos y resultados*. México: Fondo de Cultura Económica.

Sartori, Giovanni (1988) *Teoría de la democracia*. Madrid: Alianza Madrid.

Sartori, Giovanni (1999), *En defensa de la representación política*. Revista Claves de Razón Práctica número 91, Madrid.

Sartori, Giovanni (1980), *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial.

Schmitt, Carl (2007), *The concept of the Political*, Chicago: The University of Chicago Press.

Schumpeter, Joseph (1984), *Capitalismo, socialismo y democracia*, Barcelona: ediciones Folio.

Schudson, Michael & Silvio Waisbord (2005). “Toward a Political Sociology of the NewsMedia”, en *The Handbook of Political Sociology* (Thomas Janoski), Cambridge: Cambridge University Press.

Schwartz, Tony (1983), *Media: the second God*, New York: Anchor books

Schmitt, Carl (1982), *Teoría de la constitución*, Madrid: Alianza Editorial.

Zimmerman, Joseph (1992), *Democracia participativa, el resurgimiento del populismo*”, México: Limusa.

Thesing, Josef (1995), *Globalización, Democracia y Medios de Comunicación*. Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano.

- Van Dijk (1999), *El análisis crítico del discurso*, Barcelona: Anthropos.
- Van Dijk (1994), *Prensa, racismo y poder*, México: Universidad iberoamericana.
- Venicio de Lima (1993), "Brazilian Television in the 1989 Presidential Campaign: Constructing a President" En *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America* (Thomas E. Skidmore), Washington and Baltimore: The Woodrow Wilson Center Press, y The Johns Hopkins University Press.
- Waisbord, Silvio (2000), *Watchdog Journalism in South America*, New York: Columbia University Press.
- Weber, Max (1944), *Economía y sociedad*, Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Weber, Max (2007), "Sociología del poder: los tipos de dominación", Madrid: Alianza Editorial.
- Youtube (2010a). 'Jorge Ortíz renuncia a Teleamazonas'  
<http://www.youtube.com/watch?v=ULAmNM9YCD>. 02/04/2011
- Youtube, (2009a), "JORGE ORTIZ hace el RIDÍCULO nuevamente"  
<http://www.youtube.com/watch?v=xw2nf78wtiI>. 20/12/2009
- Youtube, (2010b), "Jorge Ortiz no deja hablar a Rolando Panchana 1/3",  
[http://www.youtube.com/watch?v=8DfN9Ve\\_j9Q](http://www.youtube.com/watch?v=8DfN9Ve_j9Q). 06/03/2011.
- Youtube (2008), "Cobachas de Carlos Vera y El Gobierno del Ecuador",  
[http://www.youtube.com/watch?v=XqO\\_HfypogU](http://www.youtube.com/watch?v=XqO_HfypogU). 15/12/2010
- Youtube, (2011), "Rafael Correa en Una Cita con Bernard,  
[http://www.youtube.com/watch?v=03UaiL\\_GldU&feature=relmfu](http://www.youtube.com/watch?v=03UaiL_GldU&feature=relmfu).  
12/06/2011
- Youtube, (2009c), "Jorge Ortiz sobre la libertad de expresión",  
<http://www.youtube.com/watch?v=eslau7Y7rdw>. 20/08/2009.
- Youtube, (2009d) "Carlos vera sobre ley de comunicación"  
<http://www.youtube.com/watch?v=cWkCSdgMm0o>. 19/10/2010

## ARCHIVO

Actas de sesión e informes de la Secretaría Nacional de la Legislatura para el debate del Proyecto de Ley de Comunicación.

Constitución del Ecuador 2008

Consejo Nacional Electoral, <http://www.cne.gov.ec>, 01/12/20011.

CEDATOS Gallup, <http://www.cedatos.com.ec/> 02/12/2009.

CONATEL, Auditoría para los medios de Comunicación 2008

OEA, [http://www.oas.org/documents/spa/biography\\_sgPlaza.asp](http://www.oas.org/documents/spa/biography_sgPlaza.asp), 12/12/2009.

Encuestas de Santiago Perez, <http://www.sp-estudios.com/>, 07/07/2010.

Human Rights Watch, <http://www.hrw.org/es/news/2010/08/09/ecuador-debe-modificar-el-proyecto-de-ley-org-nica-de-comunicaci-n>. 09/09/2010.

Fundación Ethos,  
<http://ethos.org.mx/ethos-en-los-medios/prensa/2011/cadenas-del-gobierno-suman-151-horas-al-aire.html>. 08/10/2011

PODERES, 27/08/2010.

<http://poderes.com.ec/sociedad/item/110-lo-que-sabemos-de-la-campaña-%20-respeto.html>.

Presidencia del Ecuador, 16/07/2011

<http://www.presidencia.gov.ec/remository/func-startdown/171/>

## DOCUMENTOS

Revista Comentarios del Momento No. 8, 1949, diciembre,17.

Revista Comentarios del Momento, 1950, marzo,04.

Revista Comentarios del Momento, No. 10, 1949, diciembre, 31.

Revista Diners volumen V, 1984, "Galo Plaza Lasso: sabe más el diablo por viejo...", agosto.

Diario El Día, 1951, Editorial, abril 16.

Diario El Telégrafo, 1983, Editorial, agosto,11.

Diario El Telégrafo, 1985, noviembre, 20.

Diario El Universo (Roberto Rueda) 2011, julio, 17.

Diario El Comercio.com,2001, “Wikileaks Lucio Gutiérrez, amenaza para la prensa”  
 abril, 29.

Diario El Hoy, 201, “Betty Carrillo renuncia a la Comisión de Comunicación”, Junio,  
 18.

Diario El Expreso, 2010, “Primer mandatario minimiza viaje de asambleístas de  
 oposición a Washington”, Septiembre, 18.

Ecuador Inmediato, 2011, febrero 18.

Diario El Comercio, 2010, “La libertad de prensa es esencial para un Estado libre”.  
 Cuaderno1, pág. 2. Julio, 15

Diario El Hoy, 2010, “Mordaza, Consejo regula todo” Pág. 3a, junio, 27.

Diario El Hoy, 2010, “Demanda penal por millonaria publicidad oficial contra  
 prensa” Pág. 3b, junio, 26.

Diario El Hoy, 2010, “La propaganda oficial será sin ningún límite” Pág. 1, junio, 19.

Diario El Hoy, 2010, “Alianza país pone a punto su ley mordaza” Pág. 3c, junio, 24.

Diario El Comercio. 2010, “Oposición y oficialismo miden fuerzas”, Cuaderno 1,  
 Pág.3. Julio, 8.

Diario El Hoy, 2009a, “Tres proyectos de Ley de Comunicación”, septiembre 10.

Diario El Hoy, 2010a, “Oídos sordos en Ley de Comunicación”, junio, 25.

Diario El Hoy, 2010, “Pedido de archivar proyecto de ley mordaza”, noviembre 28.

Diario El Hoy, 2009b, “¿Ley de medios solamente?”, noviembre, 28.

Diario El Hoy, 2009c, “Periodismo ciudadano”, septiembre, 24.

Diario El Hoy, 2009d, “No nos defiendas, Rolando”, septiembre 19.

Diario El Telégrafo, 2009a, “La verdad de afuera” agosto, 5.

Diario ‘El Telégrafo’ 2009b, “Gobernar en democracia”, septiembre, 20.

Diario ‘El Telégrafo’, 2009c, “Una Ley ficticia”, septiembre 12.

Diario ‘El Telégrafo’, 2009d, “Conspiración mediática”), agosto 15.

Diario ‘El Telégrafo’, 2009e, “¿El cuarto poder?”, septiembre 01.

Diario ‘El Telégrafo’, 2009f, “La Ley que Quisiera”, septiembre 13.

## **ENTREVISTAS**

Cesar Ricaurte, [001], 2011.