

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

REPÚBLICA DEL ECUADOR

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

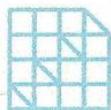
Maestría de Investigación en Políticas de Comunicación
con mención en Desarrollo Social

TÍTULO DE LA TESIS:

REGULACIÓN Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA
COMUNICACIÓN.
EL DISCURSO DEL PRESIDENTE RAFAEL
CORREA SOBRE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.

Autor: Santiago Ramón Baca Nieto
Director: Dr. Francisco Javier Moreno Gálvez

Quito, 11 de julio de 2019



No.342- 2019.

ACTA DE GRADO

En el Distrito Metropolitano de Quito, hoy a los once días del mes de julio del año dos mil diecinueve, **SANTIAGO RAMON BACA NIETO**, portador del número de cédula: 1713923769, **EGRESADO DE LA MAESTRÍA EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN DESARROLLO SOCIAL (2016-2018)**, se presentó a la exposición y defensa oral de su tesis, con el tema: **“REGULACIÓN Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN. EL DISCURSO DEL PRESIDENTE RAFAEL CORREA SOBRE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN”**, dando así cumplimiento al requisito, previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN DESARROLLO SOCIAL**.

Habiendo obtenido las siguientes notas:

Promedio Académico:	9.24
Tesis Escrita:	9.00
Defensa Oral Tesis:	9.13
Nota Final Promedio:	9.15



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

**SECRETARÍA
GENERAL**

En consecuencia, **SANTIAGO RAMON BACA NIETO**, se ha hecho acreedor al título mencionado.

Para constancia firman:

Sofía Cordero
Dra. Sofía Cordero.

PRESIDENTE Y MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Pablo Cabrera
Dr. Pablo Cabrera
MIEMBRO

Ximena Carvajal Chiriboga
Abg. Ximena Carvajal Chiriboga.

DIRECTORA DE SECRETARÍA GENERAL

De conformidad con la facultad prevista en el estatuto del IAEN CERTIFICO que la presente es fiel copia del original



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

Fojas *11*

Fecha **06 AGO 2019**

Ximena Carvajal Chiriboga
Secretaría General



AUTORIA

Yo, Santiago Ramón Baca Nieto candidato a máster, con CC 171392376-9, declaro que las ideas, juicios, valoraciones, interpretaciones, consultas bibliográficas, definiciones y conceptualizaciones expuestas en el presente trabajo, así como los procedimientos y herramientas utilizadas en la investigación, son de mi absoluta responsabilidad como autor del trabajo de titulación. Asimismo, me acojo a los reglamentos internos de la universidad correspondientes a los temas de honestidad académica.

Firma

CC: 171392376-9



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Autorizo al Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN) la publicación de esta Tesis, de su bibliografía y anexos, como artículo en publicaciones para lectura seleccionada o fuente de investigación, siempre dando a conocer el nombre del autor y respetando la propiedad intelectual del mismo.

Quito, 11 de julio de 2019.

SANTIAGO RAMÓN BACA NIETO

CC: 171392376-9

Resumen

A finales del siglo XX emerge una corriente de gobiernos autodenominados progresistas en Latinoamérica. Una de las características que los diferencian en la región es la implementación de políticas públicas de comunicación, que tiene como fin mermar el poder económico, político, cultural e ideológico que detentan los grupos propietarios de los medios de comunicación. Este trabajo pretende abordar desde el Análisis Crítico del Discurso, la propuesta regulatoria del presidente Rafael Correa respecto a la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), contexto en el que se evidencia una confrontación entre lo público y lo privado, una disputa por el sentido, de visiones e intereses opuestos, donde se vuelve necesario examinar y comprender la construcción discursiva en torno a los mecanismos y estrategias de legitimación empleados.

Palabras clave: Análisis Crítico del Discurso; Rafael Correa; Ley Orgánica de Comunicación; Políticas de Comunicación; Comunicación Política.

Abstract

At the end of the 20th century a stream of self-appointed progressive governments emerges in Latin America. One of the characteristics that differentiate them in the region is the implementation of public communication policies, which aims to undermine the economic, political, cultural and ideological power held by the media-owning groups. This work is intended to address from the Critical Discourse Analysis, the regulatory proposal of President Rafael Correa regarding the Organic Law of Communication (LOC), a context in which there is a confrontation between the public and the private, a dispute for the meaning, of visions and opposed interests, where it becomes necessary to examine and understand the discursive construction in relation to the mechanisms and strategies of legitimacy used.

Keywords: Critical Discourse Analysis; Rafael Correa; Organic Law of Communication; Communication Policies; Political Communication.

ÍNDICE

Resumen	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS	8
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	8
SIGLAS	9
INTRODUCCIÓN.....	10
I. Justificación.....	10
II. Planteamiento del problema.....	10
III. Objetivos de investigación.....	11
IV. Hipótesis	12
CAPITULO I.....	14
1. La convergencia de la regulación de la comunicación como estrategia regional.....	14
1.1 Cambios políticos, escenario propicio para la regulación de los medios	14
1.1.1 El giro posneoliberal en América Latina.....	14
1.1.2 Crisis política: preámbulo de la Revolución Ciudadana	16
1.1.3 La incidencia política y comunicacional del gobierno de Rafael Correa.....	19
1.2 El proceso de la regulación de la comunicación.....	26
1.2.1 Marcos normativos, una tendencia regional.....	26
1.2.2 El panorama mediático en Ecuador previo a la Ley Orgánica de Comunicación	31
1.2.3 El proceso hacia la Ley Orgánica de Comunicación.....	37
1.2.4 Fisonomía del nuevo marco legal.....	40
1.2.5 Tensiones y críticas entorno a la ley	42
CAPÍTULO II.....	47
2. La comunicación política y la mediatización de lo político	47
2.1 Comunicación Política	47
2.1.1 La comunicación desde la arista del marketing	50
2.1.2 Nuevas perspectivas de la comunicación gubernamental	52
2.2 La espectacularidad de la política.....	55
2.2.1 El papel hegemónico de los medios	57

2.2.2 “Populismo” mediático	59
CAPÍTULO III	69
3. El ACD como enfoque teórico y metodológico	69
3.1 Propuesta metodológica	69
3.2 Delimitación del corpus	70
3.3 Análisis Crítico del Discurso	76
3.3.1 Dimensiones de análisis	79
CAPÍTULO IV	86
4. Análisis del corpus: Discursos de Correa en el proceso de aprobación de la LOC.....	86
4.1 Definición de actores a partir del análisis de coyuntura	86
4.2 El proceso de significación en la construcción del mensaje de Correa	89
4.3 La fundamentación tecno-política del discurso de Rafael Correa	97
4.4 El proceso de interacción e interpretación discursiva.....	107
CAPÍTULO V	122
5. Conclusiones y consideraciones finales	122
BIBLIOGRAFÍA	128
Otras fuentes de consulta	144
ANEXOS	146
Anexo 1	146
Anexo 2	157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Crecimiento de usuarios de Internet en Ecuador.	35
Tabla 2. La relación de los bancos ecuatorianos y los medios (1999–2011).	36
Tabla 3. Cronología de eventos en el proceso de aprobación de la LOC.	71
Tabla 4. Corpus de análisis.	75
Tabla 5. Resumen de conceptos.	79
Tabla 6. Actores, funciones y acciones en el contexto de estudio.	87
Tabla 7. Significación ideológica (Frecuencia de vocabulario tecno-político).	89
Tabla 8. Codificación de nodos por referencias.	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Frecuencia de palabras.	92
Gráfico 2. Consulta de ítem medios (árbol de palabras).	94
Gráfico 3. Colocación del ítem comunicación en el contexto institucional y como proyecto en la muestra.	95
Gráfico 4. Consulta de ítem comunicación (árbol de palabras).	96
Gráfico 5. Frecuencia de modos en la muestra.	99

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Celebración por la aprobación de la LOC.	107
Imagen 2. Artículo 18 de la LOC (intertextualidad).	111
Imagen 3. Carta de renuncia de Mario Vargas Llosa a El Comercio de Perú (intertextualidad).	112
Imagen 4. Artículo 26 de la LOC (intertextualidad).	113
Imagen 5. Bandera Nacional como fondo escenográfico (intertextualidad).	114
Imagen 6, 7 y 8. Disposición espacial de la escenografía.	118

SIGLAS

ACD. Análisis Crítico del Discurso.

AGD. Agencia de Garantía de Depósitos.

Arcotel. Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones.

Celac. Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños.

Conartel. Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión.

Cupre. Cumbre para un Periodismo Responsable en los Nuevos Tiempos.

EC. Enlace Ciudadano.

ECTV. Ecuador TV.

FES-ILDIS. Friedrich-Ebert-Stiftung.

HCJB. Hoy Cristo Jesús Bendice.

HRW. Human Rights Watch.

INEC. Instituto de Estadísticas y Censos.

IPI. Instituto Internacional de la Prensa.

LOC. Ley Orgánica de Comunicación.

MAS. Movimiento Al Socialismo.

OEA. Organización de Estados Americanos.

Secom. Secretaría Nacional de Comunicación.

SIP. Sociedad Interamericana de Prensa.

SMS. Short Message Service.

Supertel. Superintendencia de Telecomunicaciones.

TC. Tele Centro.

Unasur. Unión de Naciones Suramericanas.

UNP. Unión Nacional de Periodistas.

INTRODUCCIÓN

I. Justificación

A nivel regional los países que optaron por gobiernos progresistas desde comienzos de este siglo coincidieron en la necesidad de regular el ejercicio de la comunicación, desde una perspectiva democratizadora, para que permita su acceso a los sectores relegados históricamente por el sistema.

La regulación de la comunicación ha sido una de las acciones emblemáticas de los gobiernos postneoliberales, en el caso de Ecuador la ley es parte del proceso de refundación del Estado, un proceso en el que el Buen Vivir es presentado como fundamento y alternativa decolonial ante la crisis del desarrollo capitalista.

En esta línea, la investigación de la Comunicación Política adquiere importancia a partir de la incursión de los actores políticos en los nuevos escenarios y formatos mediáticos, donde los medios se constituyen como recursos potenciales del poder.

Por otra parte, la irrupción de la mercadotecnia política y la espectacularización de la comunicación, son factores que intervienen en la definición del discurso político. No se podría pensar el fenómeno Correa sin considerar la acción de los medios masivos y su propia interacción con ellos.

Esta investigación pretende abordar de manera crítica el discurso de Rafael Correa, desde la perspectiva de la Comunicación Política, mediante la aplicación del Análisis Crítico del Discurso (ACD), para interpretar las estrategias, el lenguaje, el contexto y el diálogo entre estos elementos, a fin de comprender las particularidades de su universo discursivo.

II. Planteamiento del problema

A partir de la eclosión de la figura de Correa en el escenario político ecuatoriano se empieza a discutir varios temas excluidos del debate público, entre ellos la comunicación.

La confrontación ante el poder que representan los medios desató la reacción y resistencia de varios sectores que vieron afectados sus intereses, contexto que es preciso entender en su magnitud política, histórica y económica.

Discutir el ámbito de la comunicación no solo se presentaba como una necesidad del Estado ecuatoriano, sino que además se erigía como un debate de relevancia en toda la región. En todos los casos, las políticas y acciones emprendidas para regular y garantizar el derecho a la comunicación, fueron duramente criticados por parte de los actores empresariales y políticos en nombre de “la libertad de expresión”.

En ese sentido, pretendemos desentrañar lo enunciado por Correa respecto a la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) y ante el papel político de los medios privados, así como la manera en que estos enunciados se enmarcan en un contexto complejo y contradictorio. Contexto que se define por el conflicto entre la democratización estatal y el monopolio privado que caracteriza a la comunicación mediática en el país y en América Latina. Para ello, nos valdremos del Análisis Crítico del Discurso como enfoque teórico metodológico.

Este trabajo propone un acercamiento a las estrategias discursivas de Rafael Correa que permita localizar los aspectos centrales que construyen el escenario político y comunicativo contemporáneo. Así mismo, busca comprender el contexto, las dinámicas del poder y la disputa por la hegemonía de la opinión pública que se generó a partir del debate en torno a la regulación de la comunicación.

III. Objetivos de investigación

Para afrontar esta investigación, en el marco del contexto ecuatoriano conocido como Revolución Ciudadana, nos planteamos establecer como objetivo general:

Analizar y comprender cómo opera el discurso del presidente Rafael Correa respecto a la LOC.

Para el cumplimiento de este objetivo planteamos dos objetivos específicos, que son:

Identificar los sistemas de significación que subyacen en los discursos de Rafael Correa en torno a la aprobación de la LOC.

Interpretar la dimensión discursiva de Rafael Correa alrededor de la LOC y su puesta en escena, considerando cómo se inserta en la trama política y en el conflicto entre el interés público y el interés privado, derivado de la lucha por la opinión pública.

IV. Hipótesis

Desde el punto de vista investigativo, las hipótesis se definen como aproximaciones, o respuestas probables que se corroboran o refutan una vez finalizado el estudio. Las hipótesis surgen del abordaje de los marcos teórico y contextual, además de la influencia de la formación y experiencia del investigador y se plantean entorno al objeto de estudio para orientar el proceso investigativo en sus distintas fases. Considerando el objetivo general de nuestra propuesta, la hipótesis general de partida es que:

- Correa evoca un modelo de comunicación que confronta al paradigma liberal imperante históricamente en el panorama mediático ecuatoriano. Desde su perspectiva, la regulación es fundamental para democratizar este campo y contrarrestar su incidencia negativa en la opinión pública. Su discurso y praxis suponen una estrategia política para mantener su estabilidad ante la arremetida que enfrentan los gobiernos postneoliberales por parte de las empresas mediáticas. Los rasgos de los enunciados tienen una conexión con formas populistas y carismáticas, apoyadas con un discurso académico que presenta datos, cifras o estadísticas, cuya finalidad es legitimar su liderazgo y sus decisiones políticas.

Por consiguiente, planteamos las siguientes hipótesis específicas que nos permitirán conectar los aspectos teóricos con los hallazgos empíricos:

- Las estrategias discursivas de Correa para legitimar la LOC, por un lado apuntan a entender a la comunicación como derecho y servicio público, y por otro se basan en ilustrar cómo el control de los medios está concentrado en las manos de pocas familias interrelacionadas con la banca, el sector empresarial, el agrícola y la oligarquía tradicional. Para esto, su mensaje recurre a una lexicalización de los ámbitos de la comunicación, la política, lo jurídico y lo pedagógico, fundamentalmente.
- El discurso de Correa tiene la capacidad de diversificar sus audiencias, espacios y momentos. En esa disputa por el sentido, entre lo público y lo privado, la intergenericidad e interdiscursividad de sus enunciados se fundamenta en el conocimiento y en el poder, en la capacidad de actuar con inteligencia en la coyuntura. Su posicionamiento sugiere una dirección moral y ética que le permite hacer frente al poder fáctico que representan los medios.

CAPITULO I

1. La convergencia de la regulación de la comunicación como estrategia regional

1.1 Cambios políticos, escenario propicio para la regulación de los medios

1.1.1 El giro posneoliberal en América Latina

Los pueblos de América Latina comparten un recorrido político caracterizado por etapas que han definido a sus sociedades. La historia reciente podría resumirse en ciclos que explican sus circunstancias socioeconómicas: años sesenta y setenta de dictaduras militares, violación de derechos humanos, políticas de industrialización por sustitución de importaciones; ochentas de retorno a las democracias, crisis económica, dependencia de Estados Unidos, eclosión neoliberal; noventas de fortalecimiento del modelo neoliberal, crisis política y económica, privatización de lo público, endeudamiento desmedido; cambio de siglo de colapso político, desencanto democrático, crisis de la institucionalidad del Estado, surgimiento de una nueva izquierda como alternativa.

Las distintas políticas establecidas por los países que experimentaron gobiernos llamados progresistas, desde principios del siglo XXI, se han convertido en una cuestión de debate permanente, sus particularidades, dificultades y conquistas, devienen en una disputa de implicaciones históricas. Ante esta pugna (política, económica, cultural y simbólica) por el control del poder del Estado, se manifiesta una resistencia estratégica y sistemática, cuyo fin es contener cualquier “proceso emancipativo”, lo que García Linera denomina “contrainsurgencia perpetua” (2016: 11).

En ese sentido, la comunicación constituye un campo fundamental del antagonismo, luego de décadas de ultra concentración de la riqueza propiciada por políticas neoliberales, su regulación se torna fundamental en pos de la democracia y la participación. Para comprender la magnitud de este fenómeno, es preciso abordar su contexto en el marco de

los gobiernos de tendencia de izquierda, quienes emprenden acciones concretas para establecer políticas públicas de comunicación.

Con la llegada de Chávez a la presidencia de Venezuela en 1999, se inaugura lo que algunos teóricos han denominado *posneoliberalismo* (Sader, 2008; Borón, 2003; De Sousa Santos, 2009). A este posteriormente se suman en 2003 Luiz Inácio “Lula” Da Silva en Brasil y Néstor Kirchner en Argentina. Los tres mandatarios lideraron cambios profundos en sus políticas de Estado, con una postura crítica ante la ideología neoliberal y el poder mediático.

Se iba consolidando un bloque fuerte, que apostó por propuestas antineoliberales. Sucesivamente nuevos presidentes de la misma tendencia fueron apareciendo, como Tabaré Vázquez (2005) en Uruguay, Evo Morales (2006) en Bolivia, Michelle Bachelet (2006) en Chile, Rafael Correa (2007) en Ecuador, Daniel Ortega (2007) en Nicaragua, Fernando Lugo (2008) en Paraguay y Mauricio Funes (2009) en El Salvador. En varios países se dio continuidad a estos procesos con la elección de Cristina Fernández de Kirchner (2007) en Argentina, José Mujica (2010) en Uruguay, Dilma Rousseff (2011) en Brasil, Nicolás Maduro (2013) en Venezuela y Lenin Moreno¹ (2017) en Ecuador, además de las reelecciones de Morales (2010), Correa (2013), Bachelet (2014) y Ortega (2017).

El crecimiento y la estabilidad económica de la región fueron elementos clave para crear una base material de justicia y fortaleza política. En síntesis, fue lo que permitió el cambio y generación de mayor equilibrio para las mayorías en todas sus dimensiones.

Lenin, el gran revolucionario ruso, argumentaba con mayor sabiduría que la política es economía concentrada, es decir, que detrás de toda decisión política, incluida la más extrema que es una guerra, lo que está en juego son proyectos, intereses y recursos económicos de tal o cual clase social, tal o cual país, tal o cual sector. (García Linera, 2016: 22)

¹ Cabe señalar que Moreno fue electo bajo el partido Alianza País con una propuesta de campaña de continuidad de la Revolución Ciudadana. Sin embargo, el desarrollo de su gobierno ha visto un distanciamiento en el discurso, política económica, reformas institucionales, relaciones internacionales, entre otras particularidades, que distan del proyecto original.

La economía en este contexto es decisiva, ya que permitió satisfacer necesidades básicas de la población, lo que hizo del discurso político de los nuevos gobiernos, mucho más eficaz, creando expectativas y esperanzas colectivas. Condiciones adecuadas para pensarse como alternativa sostenible (*ibid.*) y para emprender transformaciones sustanciales.

Sin embargo, no se puede considerar a estos gobiernos como un bloque homogéneo, aunque su direccionamiento coincide en varios cauces, como la integración regional mediante organismos como la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur) y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (Celac), o la regulación de la comunicación, como un ámbito estratégico para cambiar las relaciones de poder, a través de políticas, leyes y el fortalecimiento de medios públicos y del tercer sector. En el caso de Venezuela, Brasil, Argentina, Bolivia y Ecuador optó por crear medios estatales que contrarrestasen la hegemonía del sector privado. Así mismo Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Venezuela y Uruguay, incluyeron en sus legislaciones el acceso al espectro radioeléctrico para medios comunitarios (De Moraes, 2011).

1.1.2 Crisis política: preámbulo de la Revolución Ciudadana

Desde la Constitución de 1830, el Estado ecuatoriano se convirtió en garante de la reproducción de un sistema excluyente que benefició a la oligarquía y a las élites. La desigualdad se sustentó en bases constitucionales e institucionales. La evolución constitucional del Ecuador (tomando en cuenta las 19 constituciones anteriores a la actual) evidencia una clara inclinación a favor de intereses privados, erigiéndose en instrumentos institucionalizados de exclusión y estratificación de la población ecuatoriana (Paz y Miño, 2007: 2).

Hay hitos históricos importantes que contribuyeron a la ruptura del “pacto social excluyente”, como la Revolución Liberal a principios del siglo XX, la Revolución Juliana en 1925, la Reforma Agraria de los sesenta o las políticas nacionalistas de la dictadura de los setenta.

En 1979 Ecuador se convirtió en el primer país de Latinoamérica en retornar constitucionalmente a la democracia luego de una etapa de dictaduras militares. Ya en el contexto de la democracia formal, los gobiernos de turno emprendieron políticas neoliberales sugeridas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

Lo que predominó en las tres décadas subsiguientes fue una alternancia en el poder de los partidos políticos de centro y derecha. Como lo apunta Martínez (2008: 178) las condiciones sociales agudizaron la inestabilidad política de Ecuador. El desempleo, el subempleo, la caída de la inversión social, el aumento de la desigualdad y de la pobreza, la corrupción y la pérdida de confianza, fueron las características que marcaron la crisis en el país.

Ecuador asumió, como el resto de la región, las consecuencias sociales de un esquema político y económico que provocó el debilitamiento del Estado y su institucionalidad. “El modelo desarrollista y la modernización truncada que este alcanzó, produjeron una arquitectura del bienestar caracterizada por altas expectativas con respecto al papel del Estado, así como accesos clientelares diferenciados según la relación de la población con el poder político” (*ibid.*:175).

A diferencia de todos los países latinoamericanos, durante 2 décadas se han sucedido 10 gobiernos (5 gobiernos entre 1996 y 2000), cada uno con una orientación “ideológica” distinta. Pero, a diferencia de las dictaduras de los 70, a partir de 1982, y coincidiendo con un proceso similar en América Latina, los gobiernos constitucionales del Ecuador debieron obrar en el marco de una acelerada y progresiva crisis económica, originada en la desestabilización de la economía petrolera, el deterioro de la producción interna y del comercio externo, el brutal impacto de la deuda externa (hoy unos 16 millones de dólares), y la arremetida de la “variables internacionales”: el derrumbe del socialismo real, la difusión del neoliberalismo, los condicionamientos del Fondo Monetario Internacional, el retiro del Estado, las privatizaciones, etc. (Paz y Miño, 2002: 13-14).

La crisis de 1999 se agudizó por el salvataje a la banca privada a través de un feriado bancario y la incautación de los depósitos de sus clientes, con un perjuicio para el Estado de más de 3000 millones de dólares.

El 21 de enero del año 2000 las movilizaciones populares llegaron a su punto más álgido, provocando la salida del presidente Jamil Mahuad. Su vicepresidente Gustavo Noboa asumió el poder bajo la misma línea de gobierno.

A nivel regional, varios países experimentaron condiciones similares, como dictaduras militares, retorno a la democracia, gobiernos de corte neoliberal, crisis económica e institucional y gobiernos progresistas, autoproclamados como “socialistas del Siglo XXI”.

El costo social de la crisis de comienzos de siglo constituyó un hecho sin precedentes para la región y produjo una nueva ola migratoria que desestructuró el núcleo familiar de la sociedad ecuatoriana, y paradójicamente permitió sostener la economía luego de la dolarización.

La desconfianza en las instituciones y en la banca generó un ambiente de inseguridad, a tal punto que la gente prefirió guardar su dinero en casa o en entidades ilegales y clandestinas. Un caso emblemático de este fenómeno fue el notario José Cabrera en Machala, que en 2005 se descubrió que manejó cientos de millones de dólares captados en su oficina a cambio de altos intereses.

Desaciertos en política económica, irrespeto de la independencia de las funciones del Estado, violación de la Constitución, intromisión en la función judicial, advenimiento en el poder, entre otras razones, indignaron a la población dando lugar a la “Rebelión de Abril”. Los “Forajidos”, como el presidente Gutiérrez bautizó a los radioescuchas de Paco Velasco de Radio La Luna, protagonizaron las protestas en su contra convocados y organizados mediante correos electrónicos y Short Message Service (SMS), al grito de “que se vayan todos”.

La movilización, los debates permanentes, las asambleas populares, como en otras ocasiones no lograron concretar un cambio sustantivo en el gobierno. Los grupos de poder liderados por el Partido Social Cristiano capitalizaron la lucha en las calles y designaron como Primer Mandatario al vicepresidente Alfredo Palacio, quien contaba con Rafael

Correa como uno de sus asesores económicos. Ya en el cargo lo nombró Ministro de Economía.

En este punto aparece la figura de Correa como detractor de la dolarización, el libre comercio, de los organismos financieros internacionales y de la deuda externa.

[...] Si bien el ex ministro de economía declaró que la dolarización fue la peor decisión para el país, el gobierno no buscó salir de ella. El proyecto del ministro fue redireccionar el uso de los fondos del excedente petrolero del pago anticipado de la deuda externa para ser utilizado en gastos de salud, educación, ciencia y tecnología. (De la Torre, 2006: 37).

Esta postura, contraria al direccionamiento económico del país, le dio un protagonismo mediático que aprovechó oportunamente para proyectarse como presidenciable.

Correa asume la presidencia de Ecuador el 15 de enero del 2007 en medio de una profunda crisis política e institucional. Los esquemas económicos, políticos y sociales implantados en décadas anteriores afectaron gravemente al desarrollo de la sociedad. Entre 1997 y 2007 pasaron por Carondelet siete mandatarios, lo que provocó desconfianza y desencanto con la clase política. Una coyuntura oportuna para la eclosión de la nueva izquierda encarnada en el movimiento Alianza País, alejado de los grupos tradicionales de poder y cercano (en ese momento) a los movimientos sociales, la academia y ciertas ONG.

Correa se proyectó entonces como un revulsivo a la recalcitrante tradición política del país, dominada por la partidocracia, por los escándalos y la corrupción. Su condición de outsider y la promesa de transformar la política a través del fortalecimiento de la democracia, le dieron el triunfo ante el hombre más rico del país, Álvaro Noboa.

1.1.3 La incidencia política y comunicacional del gobierno de Rafael Correa.

La figura Correa emerge como un ícono del cambio, orientado a recuperar un Estado dismantelado por el neoliberalismo y por la crisis política e institucional de los primeros años del siglo XX.

La acumulación de frustraciones y el desencanto de la población respecto a los partidos tradicionales y las pugnas por el poder entre las élites, permitieron a Correa innovar en un escenario político caracterizado por una débil institucionalidad y una escasa representatividad social, recogiendo ampliamente las demandas populares y apuntando hacia una renovación profunda de la clase política responsable de la aplicación de medidas neoliberales desde mediados de la década de los 80 (Ramírez, 2012: 110).

Una de las primeras decisiones relevantes de su gobierno fue el convocar una Asamblea Nacional Constituyente para elaborar una nueva Constitución y reemplazar al poder legislativo. Con la mayoría asegurada (80 de 130) para el movimiento Alianza País y con el aporte de organizaciones, colectivos y movimientos sociales, mediante la instalación de mesas de diálogo donde participaron alrededor de 1500 delegaciones de varios sectores, con más de 1000 propuestas, incluso de académicos como Boaventura de Sousa Santos, Galo Ramón y Catherine Walsh, se logró conquistar algunas luchas históricas, como derechos a la naturaleza, derechos colectivos de pueblos y nacionalidades del país, reconocimiento de la justicia indígena y la eliminación de la precarización laboral (De la Torre, 2010a: 160).

Aprobada la nueva Constitución, se llevaron a cabo elecciones el 26 de abril de 2009, en las que se eligieron presidente, vicepresidente, parlamentarios andinos, Asamblea Nacional, prefectos, alcaldes, concejales y vocales de juntas parroquiales rurales. Para estas elecciones, en conformidad con la Carta Magna, militares, policías, residentes en el país y jóvenes desde los 16 años se incorporaron al padrón electoral. Correa ganó en primera vuelta (51,9 %) y logró 57 escaños en la Asamblea, una mayoría (47 %) que facilitaría las aspiraciones de Alianza País (Hernández y Buendía, 2011: 134).

Para el 2013 nuevamente Correa se postula a la presidencia y gana en primera vuelta con el 57,79 %. Ante estas cifras, la política y economía ecuatoriana mantuvieron cierta estabilidad y le dotaron al presidente de legitimidad popular. Su popularidad crecía no solo a nivel nacional, sino que se perfilaba como figura política mundial con gran aceptación.

Expertos atribuyen a varios factores la aceptación popular de Correa, el carisma, la campaña permanente, el discurso populista, una propuesta neodesarrollista (Sumak Kawsay), la debilidad de la oposición, el descrédito de las élites nacionales, la estabilidad económica desde el año 2001, los ingresos más altos del Estado en toda su historia desde el 2007 y la religión como dispositivo legitimador determinante (Jaramillo; et al., 2008: 9; Mejía, 2012: 172-181).

El gobierno de la Revolución Ciudadana puso en marcha un plan para la recuperación de las capacidades económicas y políticas del país. Entre otras medidas, destacaron la creación de empresas públicas a cargo de los sectores estratégicos con la finalidad de fomentar una industria nacional, la regulación del accionar de la banca, la implementación de un plan estratégico con éxito para mitigar la deuda externa así como de una política pública de desconcentración y descentralización, acompañadas de una alta presencia estatal en territorio. Este retorno del Estado, gracias en gran medida a la renta petrolera, significó una modernización de lo público y un robusto Gobierno central.

Las exportaciones de petróleo representaban aproximadamente el 35% de los ingresos del Gobierno. Correa asumió el poder en el 2007 cuando los precios del petróleo se dirigieron a 100 dólares el barril y los ingresos se incrementaron en más del 200%. Uno de los espacios donde rápidamente se pudo palpar los ingresos provenientes del petróleo fue en el aumento del gasto social (Conaghan, 2011: 275).

Durante los 10 años de gobierno de Rafael Correa la inversión en el ámbito social fue palpable con programas educativos que incluían dotación de libros, uniformes, alimentación, infraestructura educativa, de salud y de carreteras, lo que convirtió al Estado y a la inversión pública como uno de los principales motores de la economía.

Sin embargo, Correa se distanció de los movimientos sociales, de la izquierda tradicional, y del movimiento indígena, clave en su ascensión al poder. Mantuvo un conflicto permanente con el sector educativo, los sindicalistas, los gremios y la prensa, al mismo tiempo que “desde el poder se crean y promocionan organizaciones sociales afines al gobierno, a la vez

que se fragmentan, debilitan y cooptan a las organizaciones autónomas de la sociedad civil” (Ramírez, 2010: 169).

Entre los aspectos centrales de la Revolución Ciudadana de Correa sobresale también su visión de la política comunicacional y mediática, estableciendo estrategias de relacionamiento directo, como el Enlace Ciudadano, además de tener a su disposición los nuevos medios públicos y los medios privados incautados a la banca por parte de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD). Posteriormente también contaría con El Ciudadano, medio oficial del gobierno.

– **El Enlace Ciudadano como estrategia de relacionamiento**

El Enlace Ciudadano (EC) también conocido como sabatina, nació de la iniciativa presidencial e influenciado por el programa “Aló Presidente” de Chávez. Fue un programa de televisión que se transmitía los sábados desde las 10h00 hasta cerca de las 13h00, dependiendo de la coyuntura y las necesidades del presidente. Al inicio se denominó “Diálogo con el Presidente” y se emitía en el sistema radial (53 estaciones) con una duración de una hora, en un formato que incluía la participación de periodistas y de ciudadanos vía telefónica. Su primera emisión fue el 20 de enero de 2007, apenas a cinco días de la posesión presidencial.

El fundamento del programa fue la rendición de cuentas a los mandantes, cuyo sustento jurídico se ampara en el dar a conocer la gestión pública, como lo define el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.

Una de las características del programa fue la descripción minuciosa de la agenda gubernamental, combinando con reflexiones, críticas, comentarios y explicaciones del primer mandatario. Al inicio contó con tres segmentos: agenda de la semana, diálogo con los periodistas y ciencia y tecnología.

Luego del sonado altercado del 19 de mayo de 2007, entre Correa y el periodista Emilio Palacio, editor de opinión de diario El Universo, que terminó con la expulsión del periodista por la actitud inadecuada que tuvo al involucrar a la familia del presidente durante la entrevista, se dio un giro radical al programa, omitiendo definitivamente la interacción con los medios.

Tras este incidente y con la creación del medio público Ecuador Tv, el Enlace Ciudadano se convirtió en un espacio audiovisual y de encuentro entre Correa y la ciudadanía, donde se podía acceder a información y a los servicios de varias entidades públicas mediante ferias ciudadanas. Cada sábado se transmitía en vivo desde distintos puntos del país, inclusive desde el exterior, desplegando toda la logística operativa del canal.

Cada programa estaba precedido por el Gabinete Itinerante, un esquema de contacto directo de los principales funcionarios del gobierno con la ciudadanía, autoridades locales y representantes comunitarios y barriales. En este espacio se promovía la vigilancia, el control y el cumplimiento de los compromisos gubernamentales.

La sabatina suponía todo un ritual para los asistentes, que eran recibidos con música nacional y material comunicacional del gobierno. Al ingreso de Correa al lugar se entonaba siempre *Patria*, una exaltación simbólica nacionalista, mientras saluda e intercambia palabras con los asistentes.

La estructura del discurso de Correa seguía un orden similar en cada uno de los programas del Enlace Ciudadano. Se desarrollaba de forma cronológica, iniciando con la llegada a la comunidad el viernes, mencionando lo que acabó de desayunar, destacando la cultura gastronómica local, además de algún dato histórico de la zona o alguna anécdota, mostrando así su cercanía con el pueblo. Luego desarrollaba su disertación dando cuenta de sus actividades en la semana, deteniéndose en los principales temas de interés nacional y los proyectos y programas emprendidos por su administración.

El enlace además ayuda a que semanalmente y por dos horas se renueve el lazo carismático entre el presidente y sus electores que escuchan al menos parte del programa en las tiendas de los pueblos, en los autobuses o en sus hogares. Los enlaces se transmiten desde lugares

remotos a los que casi nunca llegó un presidente y se invita a los pobladores a que estén presentes y a que aparezcan en la televisión. (De la Torre, 2010:166)

“La libertad de expresión ya es de todos”, “La cantinflada de la semana”, “La caretucada de la semana”, “La amargura de la semana”, “Aprendamos de la historia”, “La doble moral”, son varios de los segmentos donde Correa se dedicó a contrarrestar la opinión de periodistas, oposición, críticos, académicos, así como a dirigirse a la opinión pública mediante argumentos morales y éticos.

– **La relación de Correa con los medios de comunicación**

La relación entre Correa y los medios puede abordarse desde dos cauces. Por un lado, la confrontación, caracterizada por una serie de impases, en las que el expresidente identifica al sector mediático como un actor político, enemigo de su proyecto y de la democracia, parte de la oligarquía y la partidocracia. Por otro lado, mediante estrategias concretas, como la implementación de políticas de comunicación, que cambia el sistema de medios hacia la democratización y estructura condiciones favorables para la regulación.

En ese sentido, Reyes sostiene que las diferencias entre los medios y el gobierno respecto al sector de la comunicación y su normativa responden a una “disputa por el poder persuasivo”, reconociendo en los medios un espacio de sedimentación del consenso y la construcción del imaginario social (2014: 108-109). Para el sociólogo, lo emprendido como estrategia tiene además una clara direccionalidad en pos de la democratización de la información y la cultura.

En esa misma línea, Ramos coincide al pensar las empresas mediáticas como un poder fáctico en un espacio y circunstancias privilegiadas, que “son capaces de movilizar a partir de sus intereses económicos y políticos propios, que tienen gran poder de decisión en las cuestiones nacionales, incidencia en las agendas políticas y habilidad para construir climas de opinión dominantes” (Ramos, 2012: 76).

Es recurrente en el discurso de Correa referirse a la “mediocridad” y “corrupción” de la prensa, así como desenmascarar los vínculos comerciales, sus mecanismos para evadir impuestos, y las verdades a medias, o las “mentiras” que publican.

Los altercados con periodistas son innumerables, el primero fue con el editor de opinión de diario El Universo, Emilio Palacio, en el que se expulsó al periodista del Palacio de Carondelet por una inadecuada interpelación. Esto marcó una serie de impases, que incluso pasaron al ámbito judicial.

El presidente siguió juicio a diecinueve periodistas y aun medio privado. Los dueños y el editor político de El Universo fueron condenados a tres años de cárcel y a pagar US\$10 millones por causar daños morales al presidente que luego los perdonó (De la Torre, 2013: 45).

Varios periodistas y líderes de opinión renunciaron a sus espacios, entre ellos los más reconocidos de los principales medios televisivos, Carlos Vera de Ecuavisa y Jorge Ortiz de Telem Amazonas, quienes adujeron presiones del gobierno a los directivos de los medios.

Esta postura y las decisiones políticas en el campo de la comunicación le permitieron a Correa, además de reorganizar el sistema de medios, desacralizar el halo de independencia, neutralidad y objetividad de la actividad periodística, identificando a la “prensa corrupta”, como hasta ahora la llama, con la oposición y la élite dominante.

La relación beligerante con los medios supone también una estrategia para deslegitimarlos como actores políticos en busca recuperar el protagonismo del Estado y sus instituciones, tras la crisis neoliberal.

Desde esta perspectiva, todo proyecto político, y más aún si se acerca a un cambio estructural, tiende a devenir en reforma (dirección) intelectual y moral de la sociedad, y tiene afectación en las formas de pensar y conocer, así como de explicar la realidad, con el propósito de unificar el bloque social, que es siempre heterogéneo y contradictorio. Es decir, la política no puede existir sin comunicación, puesto que esta opera siempre mediante una construcción de «discursos» que tiene un objetivo claro: que los ciudadanos perciban la acción política como necesaria e incuestionable (Reyes, 2014: 110).

1.2 El proceso de la regulación de la comunicación

1.2.1 Marcos normativos, una tendencia regional

El ímpetu por democratizar la comunicación y contrarrestar el poder mayoritario del mercado mediático privado no se origina con los llamados “gobiernos progresistas” latinoamericanos. En 1980 se produce un documento que evidencia la trascendencia estratégica de la comunicación como cimiento del desarrollo, la identidad nacional y la democracia. En su contenido se recogía la reflexión respecto a la complejidad política de la comunicación a nivel mundial. Este era el Informe MacBride, donde aparecen dos términos clave para definir un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, “justicia” y “eficiencia”. (Reyes, 2016: 243)

Latinoamérica, de acuerdo con Becerra y Mastrini (2009), se ha caracterizado por poseer los mayores niveles de concentración de desigualdad de la distribución de la riqueza a nivel del mundo, lo que afecta a los derechos y al ejercicio de una democracia plena. El campo de la comunicación no escapa a las lógicas del mercado, que, en este caso, al igual que en la mayoría de los sectores, es dominado por un determinado grupo.

El principal peligro de la concentración es la tendencia de los mercados a configurar regímenes de oligopolio o de monopolio, situación que se produce cuando no operan las reglas propias de la fase concurrencial y, en su lugar, unas pocas empresas de gran dimensión ocupan la totalidad del mercado reduciendo las opciones disponibles (*ibid*:15).

Todo lo que comprende lo info-comunicacional, integrado por las industrias culturales (literatura, música, cine, prensa, radio y televisión) y las telecomunicaciones (comunicación a larga distancia) en promedio representan en América Latina alrededor del 6 % del PIB (Mastrini y Becerra, 2005). El acceso a esta clase de industrias corresponde a la posibilidad de acceder a los bienes y servicios ofertados por las empresas mediáticas, pero no supone la posibilidad de que la ciudadanía acceda a ser productor o distribuidor. La televisión, la radio y la prensa escrita, se han convertido en un sector determinante por su alto impacto económico y por su nivel de penetración en la sociedad, investido de un poder implacable, en el ámbito de la cultura, la política y la opinión pública.

La importancia del acceso social a estas actividades refiere, por un lado, a la presencia de la telefonía como factor de desarrollo de comunidades alejadas de los centros urbanos; y, por otra, a la ampliación de la oferta audiovisual en el caso de la televisión de pago, tomando en cuenta la predominancia de la televisión como espacio de canalización de la mayor parte del tiempo de ocio entre los latinoamericanos (*ibid*:33).

Ecuador, Perú y Bolivia son los países que menor desarrollo de este tipo de industria tienen en la región, lo que implica bajos niveles de acceso a los medios y de volumen de facturación, en relación con el resto de naciones. El denominador común en lo que se refiere específicamente a prensa, radio y televisión, es el dominio absoluto de este último en ingresos por publicidad, lo que lo convierte en el más importante desde el punto de vista económico.

La arremetida neoliberal en la región de la década de los 90 e inicios del 2000 afectó no solo la dimensión económica de las sociedades, sino también la cultural, donde el sector de la comunicación se caracteriza principalmente por un predominio de la lógica mercantil, ausencia de medios públicos, medios estatales precarios y cooptados por el gobierno de turno, concentración de la propiedad, y una programación ajena a la realidad y diversidad de cada país. Todo esto en el marco de reducción del Estado, privatización de lo público y crisis de la institucionalidad.

En América Latina predominó el modelo comercial norteamericano, conformado por un sistema de radiodifusión oligopólico, comercial y centralizado en los grandes centros urbanos. Los gobiernos alcanzaron acuerdos tácitos con los propietarios de medios y facilitaron su desarrollo económico a cambio de recibir un trato amigable de parte de la radio y la televisión (Califano, Rossi y Mastrini, 2013: 14).

Para Reyes (2016), el discurso neoliberal se valió del poder de los medios de comunicación para sostener y perpetuar su modelo privado, consolidado además mediante un esquema político-económico robusto, que pronto evidenció graves efectos sociales como la crisis que caracterizó a la región desde mediados de los años noventa.

Por su carácter dependiente y en el caso latinoamericano, al igual que en los espacios del capitalismo central, los grandes medios privados, apropiados del mercado comunicacional y cultural, generaron el discurso ideológico que los actores políticos neoliberales requerían; es decir, actuaron como agentes discursivos de la globalización y el neoliberalismo, a la vez que como agentes económicos adueñados de estos mercados, subordinando su oferta simbólica a los intereses comerciales potenciados por el modelo empresarial de la vida (*ibid.*: 245).

Desde el análisis de Sierra y Vallejo (2016), el siglo XXI trajo consigo el resurgimiento del debate sobre el derecho a la comunicación, basado en el acceso equitativo a la información, condición indispensable para la democratización real de las sociedades, algo que ya fue pensado en los años 60 desde Latinoamérica con autores como Beltrán, Marqués de Melo, Martín Barbero, Mattelart, entre otros. Son los llamados gobiernos progresistas los que reconocen la importancia de este debate y la necesidad de regulación del accionar mercantil de los medios, dando inicio mediante varias vías, a procesos de democratización de la comunicación.

A partir de estos gobiernos se empiezan a discutir e implementar políticas de comunicación como respuesta a la ruptura propuesta por sus planes de trabajo, experimentando transformaciones de los sistemas de medios en procesos muy particulares en cada país (Becerra, 2014).

Es necesario tener en cuenta la manera en que los negocios de la comunicación están íntimamente ligados a otros sectores económicos, como con la banca en Ecuador, la agricultura en Argentina, los hidrocarburos en Bolivia, entre otros (Checa Godoy, 2012). Esta circunstancia provocó tensiones y fricciones en la intervención estatal de los gobiernos progresistas en la comunicación (Natanson, 2014: 55).

Así, estos grupos de comunicación, que históricamente han presentado una propiedad de origen familiar, han visto modificadas sus formas de participación y control, debido a que en los últimos años varios países han aplicado políticas públicas para regular su ejercicio en el marco de una apelación por parte de los poderes públicos a la necesidad de una

democratización de la comunicación, lo que para por la garantía del pluralismo y la diversidad de voces en los sistemas de medios. Todo ello habida cuenta de la alarmante tendencia de concentración de los medios y del resto de industrias culturales en Latinoamérica (Becerra y Mastrini, 2009: 18).

Los cambios en el escenario mediático latinoamericano toman fuerza con una de las acciones emblemáticas del presidente Chávez en Venezuela, la promulgación de la Ley de Telecomunicaciones en el año 2000, como parte de una política para fomentar el equilibrio de la propiedad de los medios y del tratamiento de la información (Morales y González, 2005). Pero fue Argentina, durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, la que inicio la nueva tendencia en políticas de medios, con medidas más radicales, como la expedición de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la N° 26.522, el 10 de octubre de 2009, aprobada por la Cámara de Diputados, que reemplazó a la Ley de Radiodifusión vigente desde 1980 creada por la dictadura militar, la misma que fue modificada durante el gobierno neoliberal de Carlos Menem durante los años noventa para facilitar las prácticas monopólicas y oligopólicas (Sel, 2010: 184).

Siguiendo esta línea la Asamblea Nacional de Venezuela aprobó la Ley de Responsabilidad Social en Radio Televisión y Medios Electrónicos, la conocida Ley Resorte.

El contenido de la Ley Resorte permite la discusión pública de innovadores procedimientos que puedan modificar las interacciones entre los ciudadanos y los medios para lograr mayor calidad en el contenido de su programación habitual. Entre otros: 1) abrir nuevos espacios para la difusión de la producción nacional; 2) diversificar la oferta de programas educativos y culturales dirigidos a los niños y adolescentes; 3) regular el tiempo de transmisión de la publicidad comercial y 4) establecer tipos y bloques de horarios de transmisión, considerando el contenido de los mensajes y el público al cual se dirige (Morales y González, 2005: 2).

El 8 de agosto del 2011 Bolivia aprueba en el seno de la Asamblea Legislativa Plurinacional la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y Comunicación, proyecto impulsado por el Movimiento Al Socialismo (MAS), partido

político del presidente Evo Morales, que reemplazó a la Ley de Imprenta que data de 1925 (Crespo, 2013: 6).

(...) la legislación boliviana establece dos grandes tipos de políticas: redistributivas (sobre todo respecto de la propiedad) y constitutivas. En la rama redistributiva se aprueba el Plan Nacional de Frecuencias, con un 17% de frecuencias reservadas a cada sector público. A su vez, se crea el Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social (Prontis), cuya función es corregir las posibles externalidades del mercado en cuanto a los procesos de comunicación y participación igualitaria. Por otra parte, directrices constituyentes se pueden ver en la creación del Comité Nacional contra el Racismo y toda forma de Discriminación y de la Comisión Multidisciplinaria encargada de asignar las frecuencias a los sectores comunitarios e indígena originarios (Gómez y Ramos-Martín, 2014: 507-508).

En el caso particular de Uruguay, no contaba con una ley sino con algunos artículos del Código Penal de 1989 que se refieren a comunicación, y no es hasta el 2014 en que el Senado aprueba la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual promulgada por el gobierno del presidente José Mujica (Becerra, 2014: 67).

México, sin tener un gobierno considerado progresista, al igual que Venezuela y Bolivia, modificó su legislación para el campo de la comunicación mediática dentro de la normativa que regula la radiodifusión y la telecomunicación. Cabe recalcar que durante los últimos 20 años han existido varias reformas al marco legal mexicano, las que corresponden al 2006 sobre radio y televisión fueron bautizadas como “Ley Televisa” (Gómez García, 2015: 42).

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión fue impulsada por el presidente Enrique Peña Nieto y entró en rigor una vez aprobada en el Congreso el 14 de julio de 2014, con 318 votos a favor y 107 en contra (El Telégrafo, 2015).

La nueva normativa está llena de claroscuros. aspectos negativos son, que a diferencia de lo que ocurre en otros países de América Latina y de las recomendaciones de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la OEA, no hay reserva significativa del espectro radioeléctrico para el tercer sector. Para la nueva legislación mexicana los medios comunitarios siguen siendo marginales. Asimismo, no hay un impulso importante, tanto en materia de financiación como de autonomía, para la gestión de las televisiones públicas y

culturales. En cuanto a los límites a la concentración, no se establecen controles a la propiedad cruzada. Por otro lado, la legislación tiene algunos aspectos positivos en materia de telecomunicaciones y convergencia (Gómez García, 2015: 43).

En el caso de Ecuador la Ley Orgánica de Comunicación fue promulgada por el asambleísta de Alianza País Mauro Andino, siendo aprobada por la Asamblea Nacional con 107 votos a favor y 20 en contra. Esta ley fue mandato de la Constitución del 2008 y entró en vigor el 23 de junio del 2013. Nos ocuparemos de dicho proceso en los apartados siguientes.

Los debates y resistencias en estos seis procesos de América Latina tomaron varios años antes de que tomaran forma definitiva los proyectos finales. Estas controversias y conflictos muestran la importancia de la comunicación para los distintos sectores de la sociedad.

En 2015 Paraguay, Perú y Brasil también plantearon la discusión de leyes de comunicación pero no llegaron a concretarse. Sin embargo dicho debate constituye un avance en cada uno de esos países en la tarea de contrarrestar el dominio del panorama mediático por parte del sector privado. En Paraguay el proyecto de ley fue promovido por el Frente Guasú y varias organizaciones sociales que pretendían cambiar el marco normativo vigente desde 1992. En Perú fue el mismo gobierno de Ollanta Humala el que propuso la modificación de la reglamentación que rige desde 1993. Por su parte en Brasil fue el expresidente Luiz Inácio “Lula” Da Silva quien lideró la propuesta de reforma ante un marco legal de 1962 (Becerra, 2014).

1.2.2 El panorama mediático en Ecuador previo a la Ley Orgánica de Comunicación

La relación antagónica entre los medios y el Estado en el país se remonta a la época de la Revolución Liberal, cuando surgieron las empresas de comunicación formales y estructuradas por impulso del auge cacaotero de finales del siglo XIX. Desde ese entonces los medios tomaron partido y definieron un rol político, por un lado, los que apoyaban al liberalismo de Eloy Alfaro, los que se unieron a las reformas conservadoras de Leónidas Plaza, y los que estaban a favor de la iglesia católica en defensa del espacio que iba

reduciéndose por el laicismo y la libertad de pensamiento instituida en la Constitución de 1897 (Ayala Mora, 2012).

Hubo toda una generación de intelectuales y dirigentes que combinaron la resistencia armada con la producción periodística. Para ellos, la tarea era compleja porque la mayoría de los periódicos, sobre todo los diarios, se identificaba con el liberalismo. La oposición, en cambio, debía crear y sostener periódicos que difundieran su mensaje. Adicionalmente debía también enfrentar al poder del Estado, que limitaba y a veces perseguía la acción de los periódicos opositores (*ibid.*: 18).

De la misma manera a nivel de Latinoamérica, como observa Jacobsen (2007) el papel de la prensa en el siglo XIX estuvo en sintonía ideológica con los intereses de las élites, lo que propicio un desarrollo económico y político de bases oligárquicas.

En regímenes liberales o conservadores ideológicamente doctrinarios, esto significaba que la opinión que se publicaba tendía a apoyarlos. De esta forma, al diseminar interpretaciones acerca de economía política que no eran imparciales, la prensa servía más que nada para reforzar las políticas económicas ya existentes, en lugar de promover su cambio (*ibid.*: 135).

Con el pasar de los años el vínculo de la comunicación y del sector empresarial se afianzó por un control absoluto del ámbito privado. La tecnología y la profesionalización de esta actividad fueron modificando los hábitos cotidianos de su consumo, con la llegada de la radio y posteriormente de la televisión. En 1940, en el contexto de la II Guerra Mundial, el periodismo en Ecuador tomó un sentido corporativo, fundándose en este período la Unión Nacional de Periodistas (UNP). En 1945 se crean las primeras escuelas de periodismo en la Universidad Central en la capital y en la Universidad de Guayaquil en el litoral. Sin embargo el periodismo se siguió formando en las mismas empresas de comunicación y muchos de los que ejercían esta profesión lo hacían sin título o con títulos de otras carreras (Ayala Mora, 2012: 24).

En 1959, Hoy Cristo Jesús Bendice (HCJB) hace la primera emisión de la televisión ecuatoriana, con una programación dedicada a evangelizar, convirtiéndose en el primer canal misionero (HCJB, s/f). El 12 de diciembre de 1960, el canal privado RTS, propiedad

de la familia Rosenbaum, inicia transmisiones desde Guayaquil con una incipiente producción (RTS, 2015).

En esta época la familia Mantilla ya monopolizaba varios frentes de la industria cultural nacional, siendo dueña de periódicos, radios, teatros, cines y beneficiándose de los decretos supremos 533 de 1963 y 1852 de 1965 expedidos por la Junta Militar, que exoneraba a los dueños de empresas mediáticas del pago del impuesto a las ventas y a las ganancias (Villarruel, 2006).

Además de las ventajas económicas ya mencionadas, el Estado ecuatoriano ha legitimado la participación de los dueños de medios en espacios políticos y administrativos en los cuales se toman decisiones que inciden en sus propias actividades empresariales. Por ejemplo, la posición de legislador nacional “por el periodismo y las instituciones culturales”, consagrada en las Constituciones de 1929, 1945 y 1967, fue ocupada casi siempre por empresarios o por empleados jerárquicos de empresas mediáticas. No resulta sorprendente, por ello, que, entre 1956 y 1960, Jorge Mantilla Ortega, accionista del Grupo El Comercio, uno de los conglomerados mediáticos más importantes del país, haya ejercido esa diputación funcional y que, unos años más tarde, su hermano Carlos la ocupara en la Asamblea Constituyente de 1966 (Ramos, 2013: 73-74).

En los años sesenta la introducción del transistor en la radio permitió que toda la sociedad ecuatoriana tuviera acceso a ese medio de comunicación, lo que incidió en la gran población analfabeta y sin servicio eléctrico. Para los 60 y 80, los avances de la electrificación permitieron que inclusive los más pobres tuvieran acceso a la televisión (Ayala Mora, 2012: 27).

Los avances de la tecnología acapararon todos los ámbitos de la vida social, y los medios fueron definiendo nuevas formas de composición mediante el uso de computadoras. En 1982 se funda el diario *Hoy*, el primero en el país en ser producido por computadora a *full color*.

En 1990, Ecuador contaba con 324 estaciones de radio, 16 de televisión y 36 diarios de prensa escrita (Grijalva, 1994: 194). La tendencia a la concentración de la propiedad, como

particularidad de la economía ecuatoriana, también afectó al campo de la comunicación, a pesar de contar con una normativa creada en 1975 que evitaba esta circunstancia.

Desde la lectura de Becerra y Mastrini (2003: 23), Ecuador se puede caracterizar como un importador de contenidos de ficción, debido a que cuenta con escasa producción editorial discontinua (libros) y carece de industria cinematográfica. No obstante, el mercado de prensa escrita exhibe indicadores de acceso superiores a los del promedio latinoamericano y la expansión de otros sectores que demandan inversiones menos cuantiosas, como la radio, también se expresa en indicadores más altos en términos relativos

No se puede pensar en la acción de los medios tradicionales como la televisión, la radio o los impresos de manera aislada. Se encuentran íntimamente articulados y orquestados por los mismos intereses, debido a que son parte de grupos oligopólicos y monopolísticos. No es de extrañar, por tanto, el paralelismo temático de los medios, que se complementan, se imitan, se retroalimentan y son referente de sí mismos.

La banca tuvo una presencia importante en el sistema mediático como propietaria de los principales medios de comunicación, privilegio obtenido gracias a una legislación deficiente, que se utilizó para proteger sus intereses y mejorar su imagen frente a la crisis del sistema financiero (1999 - 2006), incluso para enfrentarse en disputas entre diferentes grupos económicos, un ejemplo de ello fue la “guerra de los canales” en 2004, entre Telemazonas, del grupo Egas, propietario de Banco Pichincha, y TC Televisión, de la familia Isaías, dueña del desaparecido Filanbanco, en el que en una serie de reportajes se atacaban unos a otros, acusando a estos últimos como responsables del feriado bancario de 1999, que en respuesta se cuestionó la solvencia del Pichincha.

(...) cuando a alguien se le asigna una frecuencia de radio o un canal de TV, de hecho se le da un privilegio, se le permite el uso en beneficio propio de un bien que es de la sociedad, lo que a la vez reclama determinadas obligaciones por parte del beneficiario (*ibid.*:17).

El panorama mediático en Ecuador para principios de siglo mantuvo un promedio de 38 diarios de prensa escrita, de ellos una docena de ámbito nacional y editados en Guayaquil y Quito, y una veintena regionales o provinciales, editados en una docena de ciudades. De

acuerdo a la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) a finales de 2004 existían 287 emisoras de radio en onda media y 487 en frecuencia modulada, cifra excesiva considerando la población de la época que alcanzaba los doce millones de habitantes. Ese mismo año según el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (Conartel), existían 314 canales de televisión en el país (Checa-Godoy, 2012: 316-323).

La evolución del acceso de los ecuatorianos a los bienes y servicios infocomunicacionales entre el 2000 y 2004, destaca un incremento significativo de las ventas de entradas de cine (420%), de la telefonía móvil (348%) y del acceso a Internet (259%). Así mismo la telefonía básica y la radio muestran crecimiento en los primeros cuatro años del siglo XXI (Becerra y Mastrini, 2009: 93-94).

De acuerdo con el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) a nivel de Latinoamérica alrededor del 50 % de la población tiene acceso a Internet, mientras que en Ecuador llega al 46 %.

Tabla 1. Crecimiento de usuarios de Internet en Ecuador.

Año	Población	Población %	Usuarios de Internet	Internet %	Total %
1997	11.936.858	6,1%	0	0%	0%
1998	12.174.628	6,2%	4.064	0,03%	0,03%
1999	12.411.232	6,3%	37.538	0,2%	0,3%
2000	12.646.095	6,4%	57.627	0,4%	0,4%
2001	12.479.924	6,3%	85.630	0,6%	0,6%
2002	12.660.728	6,4%	100.663	0,7%	0,7%
2003	12.842.578	6,5%	158.579	1,1%	1,2%
2004	13.026.891	6,6%	191.903	1,3%	1,4%
2005	13.215.089	6,7%	514.020	3,5%	3,5%
2006	13.408.270	6,8%	823.483	6,9%	6,1%
2007	13.605.485	6,9%	993.180	6,9%	7,3%
2008	13.805.095	7%	1.329.713	9,3%	9,5%
2009	14.005.449	7,1%	1.977.687	13,7%	14,1%
2010	14.111.640	7,2%	3.097.315	21,5%	21,9%

2011/2012	14.483.499	7,4%	4.913.356	34,3%	33%
2012	“...”	“...”	6.633.029	45,8%	46%

Fuente: Anuario de las Empresas de Comunicación 2011-2012. Universidad Técnica Particular de Loja

El promedio de la concentración de las industrias comunicacionales de Ecuador en 2004 es muy elevado, apenas inferior al promedio regional: representa el 81% por parte de los primeros 4 operadores en el dominio del mercado, existiendo una influencia determinante por parte del primer operador, que en promedio en 2004 era del 48% (Becerra y Mastrini, 2009: 99).

Tabla 2. La relación de los bancos ecuatorianos y los medios (1999–2011).

Banco	Medios	Nueva propiedad / Otras situaciones
Filanbanco (Grupo Isafías)	El Telégrafo (d)	Estado
Filanbanco (Grupo Isafías)	La Razón (d)	Cesa el periódico
Filanbanco (Grupo Isafías)	GamaTV	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isafías)	Cablevisión	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isafías)	TC Televisión	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isafías)	La Prensa, El Telégrafo, Carrousel, Super K–800 (e)	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isafías)	La Onda, El Agro (e)	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Banco Amazonas	Edimpress (planta impresora)	El banco se desprende de sus acciones
Bancomer (Grupo Cevallos–Balda)	El Metropolitano (d)	Cesa el periódico
Banco del Pichincha (Grupo Egas)	Teleamazonas	Empleados afines / Plural TV (Perú)
Banco del Pichincha (Grupo Egas)	Mundo Diners, Gestión, Fucsia, Soho (r)	Empleados afines
Banco del Austro (Grupo Eljuri)	Telerama	Venta a afines
Banco Guayaquil	Centro de radio y televisión Cratel	El banco se desprende de sus acciones
Banco de Machala (Grupo Caravana)	Caravana TV, Radio Caravana (e)	El banco se desprende de sus acciones
Banco Bolivariano	Radiodifusora Trafalgar (e)	El banco se desprende de sus acciones

Produbanco	Radiodifusora Sol (e)	El banco se desprende de sus acciones
------------	-----------------------	---------------------------------------

Fuente: Checa-Godoy (2012: 327-328) Sobre datos de distintos medios ecuatorianos.

Para Jesús Martín Barbero (2003) la hegemonía de lo privado en la comunicación es motivo de desenganche y ruptura, originada por la lógica del mercado. Una lógica que es parte de los discursos y de la política, con la capacidad de modificar e influir en la cotidianidad. El mercado al contrario de la política, el arte o el lenguaje, no puede sedimentar tradiciones y todo lo que produce es evanescente. El mercado solo puede engendrar satisfacciones y frustraciones, nunca sentido.

1.2.3 El proceso hacia la Ley Orgánica de Comunicación

De acuerdo con Ramos (2013) los primeros registros de un marco normativo en Ecuador en materia de comunicación tienen origen en la dictadura de Federico Páez Chiriboga, quien mediante Decreto Supremo N° 26 del 7 de diciembre de 1935, permitió instalar radiodifusoras y exonerarlas de impuestos para la compra de equipo técnico, implementación de tecnología y adquisición de recursos humanos. Páez era conservador convencido y simpatizante del nacional socialismo, conocido también por atropellos y persecución a periodistas y políticos velasquistas.

Posterior a los decretos supremos de la Junta Militar de 1963 que exoneró de impuestos a los medios de comunicación, en 1969 mediante Decreto Ejecutivo N° 1661 se los declaró dentro de las “actividades industriales”, incorporándolos a la lista de beneficiarios de la Ley de Fomento Industrial. Esta medida se dio en el marco de las políticas de industrialización por sustitución de importaciones. Aparte de estos beneficios, también el Estado se encargó de otorgar privilegios arancelarios en la importación de insumos, materiales y bienes de capital, subsidios y financiamiento a través de créditos en condiciones preferenciales en el sistema financiero estatal como el Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional. En 1987 con Acuerdo Legislativo N° 105 se definió tanto a la radiodifusión como a la televisión como “industrias de la publicidad” (*ibid.*: 72).

Antes del proceso y el fomento de políticas de comunicación por parte del gobierno de Rafael Correa ya existía una legislación *antitrust* que “evitaba” posiciones dominantes en los servicios públicos de radio y televisión. Nos referimos a la Ley de Radiodifusión y Televisión de 1975, reformada con estas características en 1995, que contemplaba medidas en contra del “acaparamiento de medios”, sorteadas por diversos mecanismos y de compleja aplicación por la abundancia de empresas ficticias o a nombre de testaferros, los continuos cambios de propiedad y fraudes de ley, como los curiosos procesos de devolución-concesión (la empresa con concesión renuncia a ella y la devuelve al Estado, al tiempo que vende los medios técnicos a otra empresa, que pasa a ser prioritaria para la nueva concesión) (Checa Godoy, 2012: 314).

Los rasgos de estas etapas que configuran el marco legal en torno a la comunicación dan cuenta de una tendencia a favorecer al ejercicio empresarial de las familias propietarias de los medios, consolidando un esquema oligopólico sobre todo en el contexto de las dictaduras y el neoliberalismo.

El año 2007 constituye un hito para la comunicación pues, con la presidencia de Correa se emprenden varios cambios sustanciales que intentan desequilibrar la concentración de la propiedad y el manejo de la información.

Ese mismo año se crean varios medios públicos como: Ecuador TV (ECTV), el periódico El Telégrafo incautado por la AGD a la familia Aspiazu Seminario (Banco del Progreso), la Radio Pública del Ecuador (RPE), el conglomerado gubernamental El Ciudadano (prensa escrita, radio, televisión, portal web), la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES), entre otros. En el caso de El Telégrafo y RTV Ecuador están constituidos bajo la figura de empresas públicas de acuerdo a la autoridad de la Ley Orgánica de Empresas Públicas vigente desde el 16 de octubre de 2009.

Varios medios de comunicación pasan a ser administrados por el Estado y puestos a la venta, tras la incautación de los bienes de la banca privada que quebró luego de la crisis financiera de 1999, entre los que figuran las empresas del grupo Isaías Dassum: GamaTV,

TC Televisión, Cablenoticias, Radio Carrusel, Súper K, revistas La Onda y El Agro, el servicio de televisión de pago TVCable, entre otros (La Hora, 2008; Ramos, 2013).

Una vez concluido el proceso constituyente 2007 - 2008, la discusión respecto a la regulación de la comunicación pasa a un nuevo nivel. El Artículo 19 y la Transitoria Primera de la Constitución del 2008 plantean la creación de una Ley de Comunicación, bajo el sustento de que es una demanda social postergada y de que es gravitante la regulación de los medios (Abad Ordóñez, 2012: 8). Esta ley se introduce en los Derechos de la Comunicación e Información, en el Régimen del Buen Vivir y la Sección de Áreas Estratégicas.

Los debates respecto a la LOC tienen lugar en la Asamblea Nacional a partir del mes de septiembre del 2009. En junio de 2010, la ley se presenta a segundo debate sin llegar a acuerdo alguno, al mismo tiempo que los medios privados emprendían una campaña de críticas al proyecto, cuestionando fuertemente el Consejo de Regulación y sus atribuciones sancionatorias, además de calificarla la propia ley como “Ley Mordaza”.

Para el debate del proyecto de ley se presentaron varias propuestas, entre las principales la conducida por el oficialismo a cargo del periodista y asambleísta Rolando Panchana, otra por la asambleísta indígena Lourdes Tibán, y una por el también opositor César Montufar.

Los acalorados y largos debates en la Asamblea no lograban concretar acuerdos, mientras que varios periodistas, activistas políticos y organismos internacionales criticaban la posibilidad de tener una ley que “vulnera las libertades de expresión, opinión y prensa” (Fundamedios, 2013).

Ante esta coyuntura, la estrategia para viabilizar su aprobación se traslada al ámbito electoral, aprovechando la alta aceptación y popularidad del mandatario. El 7 de mayo de 2011 se convoca a Referéndum Constitucional y Consulta Popular, que contenía 10 preguntas de diversa índole, entre ellas una que se refería a la expedición de la Ley de Comunicación y la creación de un Consejo de Regulación que vigile la difusión de contenidos que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o

discriminatorios; y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o medios emisores. Triunfó el sí con amplia mayoría, lo que dio legitimidad al proceso en respuesta a los obstáculos que se presentaron en el legislativo. La ley entró en vigor una vez publicada en el Registro Oficial el 21 de junio del 2013.

Finalmente, luego de 4 años, el oficialista Mauro Andino presentó al presidente del legislativo, Fernando Cordero, el proyecto definitivo el miércoles 4 de abril de 2012, que “recoge en el texto los cambios propuestos por diversos sectores que participaron en los foros que se realizaron en todo el país” (El Telégrafo, 2012).

1.2.4 Fisonomía del nuevo marco legal

Con la Constitución del 2008 cambiaron algunas de reglas de juego para el negocio de la comunicación. Ya ningún accionista de la banca o el sector financiero podía tener participación accionaria en un medio de comunicación. En el capítulo de Derechos de la Comunicación se garantiza la coexistencia de medios públicos, privados y comunitarios. Asimismo, se establece la conformación de una comisión que se encargue de realizar un informe técnico respecto a la asignación de frecuencias de radio y televisión a nivel nacional (Constituyente, 2008).

Una vez realizado este informe técnico, se determinó la ilegalidad e irregularidades en la concesión de frecuencias, así como la concentración (horizontal, vertical y cruzada) de la propiedad de los medios en ocho grupos económicos: Alvarado, Egas, Eljuri, Mantilla Anderson, Mantilla Mosquera, Martínez, Pérez y Vivanco (Checa-Godoy, 2012: 328).

Una vez aprobada la LOC y su correspondiente reglamento, se crea el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) y la Superintendencia de la Información y Comunicación (Supercom), entidades que se encargarían del cumplimiento de los derechos de la comunicación e información.

La institucionalidad de la política de comunicación se complementa con dos agencias más: la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) y la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM).

Cordicom específicamente se encarga de planificar, diseñar y ejecutar normativas inherentes a la comunicación. Supercom, por su parte se responsabiliza del control y vigilancia de dichas normativas. Arcotel ejerce la competencia de administrar y normar el ámbito de las telecomunicaciones. Finalmente SECOM se constituye como el rector de las políticas, estrategias, imagen y difusión gubernamental (Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

Una de las diferencias fundamentales de la LOC respecto al anterior cuerpo legal, es que abarca toda la actividad de lo comunicacional, ya no se trata aisladamente lo técnico y lo institucional (El Telégrafo: 2013). Esta ley no solo controla medios y periodistas, sino que incentiva la producción nacional, al menos en su espíritu, propicia la existencia de medios públicos y del tercer sector, en una distribución de 34 % para comunitarios, 33 % para públicos y 33 % para privados, de acuerdo al artículo 106.

Vemos así como se otorga un reconocimiento a los medios comunitarios como un actor fundamental del sistema de comunicación. A diferencia de la normativa que precede a la LOC, que beneficiaba ampliamente a los medios privados en lo tributario con la exoneración de obligaciones, incentivos económicos o financiamiento estatal, entre otros privilegios, la actual legislación en su artículo 86 garantiza créditos preferenciales y eximir de impuestos a los comunitarios “para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013). Este artículo además incluye la consideración de acciones afirmativas para fomentar nuevos medios comunitarios y por ende formulación de política pública.

Los artículos 108, 109 y 110 establecen el mecanismo de concurso público para la concesión de frecuencias para los medios comunitarios y privados, en el caso de los públicos la adjudicación es directa.

El artículo 113 establece un límite a la concentración de frecuencias para una misma persona natural o jurídica, evitando el acaparamiento indebido. En ese sentido el artículo 117 de la ley evita la transferencia de las concesiones, ya que las frecuencias son del Estado y no deben estar sujetas a negociación. En el caso de irregularidades o procesos fraudulentos la ley exige la devolución al Estado, mediante el proceso correspondiente de la autoridad competente.

Además, la LOC contempla la prohibición de la censura previa (Art. 18), la responsabilidad ulterior (Art. 20), y el linchamiento mediático (Art. 4) lo que facilita el ejercicio periodístico y precautela el bienestar de la ciudadanía. De esta manera se intenta erradicar prácticas comunes en la producción de contenidos que caen en la infamia, la calumnia o la injuria.

1.2.5 Tensiones y críticas entorno a la ley

Las críticas alrededor de la LOC impulsadas por los medios privados y por varios organismos internacionales como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la organización Human Rights Watch (HRW), el Instituto Internacional de la Prensa (IPI, por sus siglas en inglés) o Reporteros sin Fronteras, se limitaron al aspecto sancionatorio de la Ley en cuanto al ejercicio del periodismo, concentrándose en los apartados que se refieren a “la censura previa, la responsabilidad ulterior, el derecho a la réplica y a la rectificación” (Línea de Fuego, 2012) dejando de lado algunos atributos favorables para el desarrollo de la comunicación, como la profesionalización y el mejoramiento de las condiciones laborales de los comunicadores, el establecimiento del 34 % del espectro de frecuencias para los medios comunitarios, el fomento de la participación de la ciudadanía, el desarrollo de políticas de contenidos, la restricción de contenidos sexistas y racistas que atenten a la integridad de las personas, entre otros avances significativos.

Uno de los objetivos de la arremetida mediática ante la LOC fue convencer a la opinión pública de que la mejor ley es la que no existe. Innumerables editoriales, plantones, y una

gran cobertura en defensa de la “libertad de expresión” minimizaron el debate a lo que se consideró una intervención gubernamental.

De acuerdo con Ramos (2010: 26) la aplicación de la LOC tiene indudables repercusiones políticas y económicas en las dinámicas de los medios de comunicación comerciales. Debido a ello, los empresarios mediáticos emprendieron estrategias para deslegitimar la ley en su conjunto, resistiéndose a toda posibilidad de regulación estatal.

Parte de la campaña en contra de la LOC fue una publicación en 22 medios gráficos a nivel nacional de una sobrecubierta a página completa a blanco y negro, con el texto:

Querido Lector, te agradecemos por preferir nuestro diario. Sabemos que podrías escoger otro, estas en la libertad de hacerlo, es tu derecho, tu elección y eso se respeta. Tienes todo nuestro respeto. Elegiste leer esto en total libertad y por tu derecho a estar informado. Por respeto a tu decisión asumimos con seriedad la tarea de informar.

Ramos también observa que las notas periodísticas emitidas referentes a la ley usan como fuente a actores afines a los intereses mediáticos. Las entrevistas a “expertos” excluyen e invisibilizan las propuestas alternativas gestadas desde la academia, los movimientos sociales, y los trabajadores de la comunicación (*ibid.*: 28).

Para la autora existe otro elemento importante en el manejo de las noticias respecto a la regulación de la comunicación, en la que además de criticarla posicionan su imagen y profesionalismo como estrategia.

(...) en la mayoría de medios gráficos del país, de segmentos o de secciones enteras cuyos títulos intentan destacar que estos medios han cumplido siempre con su obligación de informar: “Lo conoces porque pudimos informarte”, “Periodismo positivo”, “No hemos callado” y “La historia en los medios”. De este modo, los contenidos encaminados a posicionar una imagen positiva de los medios son presentados como si se tratara de notas informativas o de grandes reportajes (Ramos, 2012: 72).

El principal argumento de la respuesta de los medios fue la defensa a la “libertad de expresión y del libre flujo de la información”.

Esta reivindicación de la libertad en *abstracto* esconde un hecho fundamental: en nuestro país, los medios de comunicación únicamente han garantizado la expresión libre de los voceros y los representantes de los sectores de poder. Es decir, no se han constituido en espacios a través de los cuales las mayorías puedan informarse, comunicar libremente sus opiniones y posicionar sus demandas (Ramos, 2010: 29).

Los medios también recurren a diversas voces externas para legitimar su posición ante el régimen y la normativa, en todos los casos el tono de estas intertextualidades es el del peligro que corre el ejercicio del periodismo.

La relatora especial para la libertad de expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Catalina Botero también manifestó su preocupación por la aprobación de la Ley que, a su criterio, tiene elementos que “podrían resultar incompatibles con los estándares internacionales en materia de derechos humanos” y que podrían “impedir de forma severa el ejercicio del derecho a la libertad de expresión y generar un fuerte efecto intimidatorio incompatible con una sociedad democrática” (Fundamedios, 2013).

A través de un comunicado difundido el 17 de junio, Frank la Rue, relator especial de las Naciones Unidas para promoción y protección de la Libertad de Expresión lamentó, “que se haya emitido esta Ley sin tomar en cuenta las recomendaciones que hiciera al Congreso en el 2011” y reiteró su “preocupación de que dicha Ley no se haya sometido a una amplia consulta con los diferentes actores sociales incluyendo los periodistas” (*ibid.*).

El proyecto de la LOC tuvo una atención mediática sin precedentes por todas sus implicaciones políticas para la sociedad ecuatoriana. Sin embargo, su socialización fue deficiente, considerando la magnitud y potencial de la respuesta de los medios privados. En ese sentido las nociones que se iban configurando en la opinión pública reproducían la polarización discursiva de las miradas a favor y en contra.

En cuanto a su estructura y tono punitivo, Gustavo Abad, catedrático y ex secretario de Ciespal, considera que hubiese sido deseable una ley que generase más política pública con la finalidad de que no se la instrumentalice en contra de un determinado sector (Línea de Fuego, 2012).

La activista feminista y comunicadora Sandra López (2016) del Observatorio Ciudadano de la Comunicación en Cuenca, también ha criticado que la LOC no contemple disposiciones sobre género, la estructura de las entidades de control por el excesivo número de delegados del gobierno, que no garantice diversidad y participación ciudadana, y también coincide en que la ley se está instrumentalizando políticamente sin atender los casos en los que se vulneran los derechos de la mujer, el tratamiento machista y el sexismo de los medios.

(...) los funcionarios públicos y la Supercom son los que más han aplicado la LOC. El 73% (290) de las denuncias analizadas, fueron presentadas por estos actores entre octubre de 2013 y abril de 2016. Los ciudadanos usaron el sistema en un 27% (108) (Fundamedios, 2015).

Para Fundamedios (2015) hay un abuso de los artículos 23 y 24, que corresponden a los derechos a la rectificación y la réplica respectivamente, la evidencia es el porcentaje de denuncias del sector público recibidas por la Supercom.

Para los medios comunitarios, que a pesar de tener un reconocimiento sustancial, el esquema burocrático ha significado un obstáculo en el cumplimiento de sus funciones, entre otras razones por no considerar su naturaleza, características y alcances.

Para dar cumplimiento a la LOC el 2016 se realizó el concurso público para la concesión de frecuencias de radio y televisión para medios públicos y privados. Una inconformidad con el proceso, de las varias observaciones que recoge un análisis (Acosta, Calvopiña y Cano, 2017) realizado por la organización Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS), fue que

Los requisitos para los dos actores fueron prácticamente los mismos: plan de sostenibilidad económica, plan de gestión, estudio técnico, proyecto comunicacional. Había pequeñas diferencias en los formularios para medios comunitarios en los primeros dos requisitos, disminuyendo ciertas exigencias de proyección económica por su finalidad no lucrativa. Asimismo, se permitió que tanto medios comunitarios como privados concursaran por la concesión de las mismas frecuencias de alta, baja y mediana potencia sin ninguna discriminación (*ibid.*: 43).

Otro elemento que fue duramente criticado fue el considerar medios gestionados por organizaciones religiosas como medios comunitarios, fruto de la falta de comprensión de la definición de medio comunitario, lo que provocó que grupos religiosos se beneficiasen de acciones afirmativas.

Los estudios técnico y financiero también fueron otra dificultad para varios colectivos y comunidades, puesto que no contaban con técnicos ni expertos en contabilidad o finanzas.

Durante la primera etapa del concurso, que se desarrolló bajo la supervisión de Arcotel, los medios comunitarios recibieron 30% de puntaje extra por ser una propuesta comunitaria frente a una privada, mientras que los privados que eran ya concesionarios recibieron 20% por experiencia acumulada. Eso quiere decir que si un medio comunitario competía contra una frecuencia privada, tenía 30% de ventaja por sobre la propuesta privada; pero si esa propuesta privada ya era concesionaria, el medio comunitario solamente tenía una ventaja de 10%. Este puntaje fue colocado en las bases del concurso y aplicó para toda propuesta de medio comunitario, sea de organización social o religiosa. De las 268 frecuencias solicitadas como comunitarias, 143 frecuencias fueron pedidas por grupos religiosos (iglesias: católica, evangélica, cristiana, adventista o pentecostés) mientras que 123 fueron solicitadas por organizaciones sociales (indígenas, campesinas, gremiales, sindicales, mujeres, jóvenes, afrodescendientes) y 2 por personas naturales (*ibid.*: 44-47).

En septiembre de 2018 Arcotel dispuso la anulación del concurso de frecuencias luego de que la Contraloría General del Estado, en su informe final del examen especial a los procesos de concesión de frecuencias para los servicios de radiodifusión y televisión analógica y digital, sugirió dejar sin efecto la adjudicación debido a las irregularidades presentadas (El Telégrafo: 2018).

CAPÍTULO II

2. La comunicación política y la mediatización de lo político

2.1 Comunicación Política

La comunicación política como campo de estudio debe ser asumida desde una perspectiva multidisciplinar, que considere variables sociológicas, económicas, políticas, psicológicas, y comunicativas. Su abordaje en la actualidad va de la mano de la comprensión histórica de la interrelación y dinámica de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC), así lo entiende Gómez García (2009).

La dimensión conceptual de la comunicación política es cambiante y amplia, depende de las transformaciones de orden económico, político y sociocultural que las sociedades han experimentado desde la segunda mitad del siglo XX. Su estudio, dentro de la investigación de los medios y la comunicación, es de las líneas de trabajo más antiguas, que se remiten a las obras de Walter Lippmann, de los años 20 del siglo XX, Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld y Carl Hovland, cuyos trabajos datan entre 1940 y 1960, y se caracterizan por medir: los “efectos de la comunicación” de los líderes de opinión en la prensa y la “efectividad” de las campañas políticas. Joseph Goebbels, ministro de propaganda de la Alemania nazi, es otro caso emblemático como precursor de su estudio y práctica (*ibid.*: 281- 283).

Por su parte, Canel (2006) reconoce que el estudio de la comunicación política es reciente y responde a la necesidad de entender los procesos políticos vigentes atravesados por los medios de comunicación. Desde su análisis, destaca tres grupos teóricos que han hecho su esfuerzo por definirla conceptualmente: los juristas; los autores que consideran que la política es comunicación; y los investigadores que no asumen que toda política sea comunicación, ni que toda comunicación sea política. Desde estas posturas, la autora considera necesario tener una teoría de la comunicación política.

Comunicación Política (con mayúsculas) es una expresión que designa un campo de reciente y creciente desarrollo en el ámbito académico científico; la comunicación política

(con minúsculas) es un término amplio, apenas utilizado en el mundo profesional, pero que incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como propaganda, marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación institucional política (*ibid.*: 17).

La política como campo o ejercicio se desarrolla en situaciones complejas, flexibles y cambiantes, donde el político está sujeto a tomar decisiones estratégicas, donde los resultados pueden ser aciertos o desaciertos, que de cualquier manera requieren comunicación para lograr objetivos e influenciar a la sociedad. En ese sentido, tanto la política como la comunicación se basan en el marco de proyectos, planes y programación (*ibid.*).

Otra perspectiva de análisis de la comunicación política es la de Mazzoleni (2010), quien coincide con Gómez García, respecto a la evolución de los medios de comunicación como determinante de las democracias modernas. En el siglo XX con el apogeo de la radio, la televisión y el cine se establecen las condiciones para hablar de comunicación política en sentido pleno. Posteriormente, con la aparición de los programas de debate político en la televisión, alrededor de la década de 1980, tanto políticos como gobiernos empiezan a configurar un nuevo espacio público para ejercer el poder, momento en el que se vuelve fundamental la visibilización del político mediante la pantalla, por su amplio alcance y aceptación. De esta manera, se define a la comunicación política como la interacción que surge de tres actores: instituciones políticas, medios de comunicación y ciudadanos-electores. Para comprender estas relaciones, el autor propone tipologías de las interacciones que sostienen los medios y los sujetos políticos, que pueden manifestar su cooperación o antagonismo (*ibid.*:21-95).

El *modelo adversario* se basa en una relación donde “los medios y los políticos se mantienen a distancia, cada cual en su lógica, sus fines y sus estrategias, que en muchos casos pueden entrar en colisión” (*ibid.*:96), es la típica disputa por el sentido, en donde existe tensión por la hostilidad y por las retaliaciones que puede sufrir la prensa por acción de alguna instancia gubernamental que los castigue mediante medidas económicas o fiscales.

El *modelo de colateralismo*, al contrario del anterior, se basa en la compatibilidad tanto de intereses como de finalidades, en esta tipología los protagonistas de la comunicación política evitan la confrontación si esta provoca inconvenientes a sus partes, lo que no significa una garantía de que en algún momento se tome partido en el conflicto.

El *modelo de intercambio*, en la misma línea que el anterior, se produce cuando los medios y los políticos optan por “preferir la negociación o intercambio de recursos al conflicto”. (*ibid.*:98)

En el *modelo de competición* lo que está en disputa entre los sujetos políticos y los medios es “el liderazgo de la opinión pública, el consenso y la legitimación” (*ibid.*: 99), donde los periodistas asumen un posicionamiento y se convierten en “actores políticos”. En estos casos, de acuerdo con el autor, los gobiernos enfrentan a la oposición encarnada en los medios, mediante sus propios medios de comunicación (públicos o gubernamentales) aplicando una lógica publicitaria y estratégica de la comunicación política, basada principalmente en la figura presidencial o institucional.

Otra propuesta importante del estudio de la comunicación política es la que plantean Blumler y Gurevitch (2000: 106), quienes consideran la interacción de los distintos procesos, para comprender las afectaciones de sus diversos componentes. Esos componentes del sistema de la comunicación política serían: las industrias culturales y sus profesionales, las instituciones y organismos políticos, los partidos, las audiencias como receptoras de mensajes, y el contexto político y social en el que se hallan inmersos.

La comunicación política puede expresarse en muchas arenas o abrazar diversas arenas, desde la misma conferencia de prensa hasta el debate parlamentario, pasando por las asambleas generales, los coloquios, los congresos de los partidos, las comisiones investigadoras, los programas televisivos políticos o de interés general, los debates y todas las formas mediatizadas de encuentros y confrontaciones (Gauthier, Gosselin y Mouchon, 1998: 12).

Cabe mencionar que más allá de los medios de comunicación, los sondeos de mercado, la publicidad y el cálculo electoral, para Wolton (1992: 36), es muy importante incorporar a

todos los actores sociales y las problemáticas que intervienen en la política actual, desde el punto de vista comunicacional. Eso incluye a los movimientos sociales y a la sociedad civil, con sus formas de comunicar como, por ejemplo, la protesta, entre otras manifestaciones, en ruptura con la noción tradicional de pensar la comunicación política en una esfera pública compuesta por políticos y medios.

2.1.1 La comunicación desde la arista del marketing

La comunicación política, según Mazzoleni (2010), se caracteriza por su unidireccionalidad, al menos la que se establece desde el ámbito dominante y tradicional, marcado por intereses propagandísticos que definen lo que es de interés público, sin posibilidad real de diálogo o discusión, en un orden reduccionista, vertical y sin participación plural.

Una de las consecuencias es que una parte de los políticos cambia los enfoques inspirados en las ideologías y en los ideales cívicos por una comunicación más atenta a las variaciones en el clima de la opinión. Otra consecuencia es la organización más científica de las campañas electorales: los candidatos ya no expresan sus ideas directamente a los electores sin antes someterse a una prueba de eficacia comunicativa de la mano de expertos (*ibid.*:48).

Desde la lectura de Maarek (2009), en la actualidad la comunicación y el marketing están íntimamente enlazados, el marketing político o *politing* requiere mayor planificación y estrategia, en comparación con el marketing comercial, debido a que el objeto, en este caso el político o la institución, requieren aumentar significativamente su valor simbólico para lograr aceptación e influencia en la ciudadanía, ya que su naturaleza no implica un beneficio directo o tangible.

Hacer comunicación política ya no consiste en diseñar y hacer imprimir carteles con un mensaje sin preocuparse del destinatario: es efectuar un proceso complejo de marketing, desde la encuesta que precede a la definición del concepto hasta las pruebas de ensayo, pasando por la definición del público objetivo, etc. (*ibid.*: 82).

En esa línea, Maarek establece cuatro principios de comportamiento del marketing político para la obtención de resultados favorables: coherencia de los componentes de la campaña, no repetir nunca una campaña, focalizar las particularidades positivas del político y no adelantar criterios o resultados que no hayan sido debidamente verificados con antelación (*ibid.*:83-85).

La imagen de un político se construye en una estrategia dividida en etapas, donde se analiza el entorno, el electorado, la campaña y su ejecución, en un proceso altamente complejo en el que confluyen la personalidad del político, el contexto y los destinatarios (*ibid.*:99).

Según Verón (1994), estos rasgos de la comunicación política reafirman un modelo neo-utilitarista (marketing), instrumental, basado en un modelo económico de rentabilidad, orientación teórica dominante que desestima la articulación del sistema político y la comunicación, como fundamento del sistema democrático.

En este punto es importante señalar que los medios imponen una agenda, dirigen la opinión pública, y por otro lado existen diversas formas particulares de consumir esa información, de apropiarse de ella. No existe una fórmula o mecanismo probado y efectivo de marketing político, la comunicación política se desarrolla en un terreno complejo y fluctuante, de posiciones políticas, ideología, prácticas de consumo e interacciones entre los diferentes actores, donde no es posible separar lo cultural y lo político, lo que Jesús Martín Barbero denomina mediaciones.

En esta instancia, Martín Barbero (2008), marca uno los aportes más relevantes de la escuela latinoamericana de la comunicación, donde destaca lo simbólico, el imaginario de la población, la introducción en lo doméstico de los discursos políticos, las nociones de poder, democracia, participación, y las negociaciones informales marcadas por el beneficio mutuo. Una posición que supera la visión funcionalista y estructuralista, basada en la anulación de la potencialidad de los sujetos, que dominó el estudio de la comunicación.

2.1.2 Nuevas perspectivas de la comunicación gubernamental

La comunicación gubernamental, entendida como estrategias directas y concretas de la comunicación política, en la actualidad ha implementado espacios permanentes de interlocución con sus audiencias, lo que Noguera (2009) llama campaña permanente. Más allá de la aplicación en época electoral o en el específico de coyuntura, esta no diferencia límites temporales, siempre está ahí, legitimando y posicionando el proyecto.

La comunicación política acuña el concepto de campaña permanente para referirse a la utilización del cargo por parte de los elegidos, tanto en el poder legislativo, como en el ejecutivo, ya sean del ámbito nacional o local, para construir y mantener una amplia y suficiente base de apoyo popular. Para ello, se valen de los nuevos instrumentos de la comunicación política a fin de abrirle espacios a sus programas, facilitar la victoria de su partido y sus candidatos en la siguiente elección y lograr una permanencia o continuidad del proyecto o grupo político (Sánchez, 2013: 49).

Estas estrategias contemplan varias vías de relación con la ciudadanía, la tradicional del cara a cara, los medios masivos y mediante internet (redes sociales). En estos espacios y formatos, es fundamental para los gobiernos o cualquier actor político, la construcción de su propia imagen, lo que permitirá controlar y modular las estrategias según las necesidades del caso.

El accionar de los políticos en el campo de la comunicación se da en un marco en el que el desarrollo tecnológico ha posibilitado la eliminación de las barreras espaciales y temporales, donde las sociedades experimentan procesos complejos y contradictorios de una globalización de las comunicaciones.

El nuevo sistema global que se constituye a partir de redes de intercambio y flujos de comunicación es a la vez extremadamente incluyente y extremadamente excluyente. Incluyente de todo lo que tiene valor según los códigos dominantes en los flujos y excluyente de todo aquello que, según dichos códigos, no tiene valor o deja de tenerlo (Castells, 1999: 2).

En otras palabras, es un sistema flexible y dinámico, capaz de articular o aislar a grupos sociales o territorios, una lógica de la que no escapa ningún país, ni sociedad. En lo

político, se expresa en una descomposición del Estado, donde la clase política apuesta entre la liberalización o el Estado tradicional. Desde esa visión, el Estado-nación latinoamericano en los noventa dejó su carácter nacional, rompiéndose la base del sistema político, constituido por las clases medias urbanas y populares organizadas (*ibid.*:11).

Ello conduce a la recomposición del sistema político de representación y liderazgo, y a la creación de una política dependiente de personalidades y de una relación mediática con las masas populares. Un populismo mediático agente de la globalización en contraste a un estatismo corporativo defensor de la nación son los dos proyectos en competencia y en busca de apoyos sociales. Entre ambos, la capacidad integradora del Estado se ha perdido. Y la ideología del mercado sustituye a la ideología de la nación. (*ibid.*:11-12).

En ese sentido, se configura en los medios de comunicación la manera más eficaz de proyectar los liderazgos y su credibilidad, como valor fundamental en la formación de la opinión ciudadana. Esa es la batalla más importante que se libra en la actualidad, ya que la forma en la que piensa la gente determina el camino de las normas y valores en los que se fundamenta la sociedad. La transformación de la tecnología de la comunicación en la era digital amplifica el alcance de los medios a todas las esferas de la vida de una sociedad en red que convive en un tiempo global y local, con relaciones de poder que se definen en el ámbito de la comunicación (Castells, 2008: 3).

Los actores sociales pueden establecer su posición de poder constituyendo una red que acumule recursos valiosos y después ejerciendo sus estrategias de filtro para impedir el acceso a aquellos que no añaden valor a la red o ponen en peligro los intereses dominantes en sus programas (Castells, 2009: 73).

En ese sentido, la implementación de estrategias mediáticas por parte de los gobiernos, de acuerdo al análisis de Klitzberger (2010) tiene como objetivo una comunicación directa y sin ruido, sin intervención de los medios, un *bypass* mediático, que junto a la formación de medios gubernamentales permite acceder a la ciudadanía de manera efectiva.

Respecto a esto último, Ruiz (2010) cree que la creación de medios estatales gracias a la economía boyante, permitió a los gobiernos posneoliberales de Latinoamérica fortalecer su

poder mediático. Así mismo, sostiene que otro elemento a destacar de estos liderazgos es el conformar equipos de comunicación política altamente calificados, así como mantener un discurso crítico ante los medios, identificándolos como parte de los grupos económicamente poderosos.

Estas características definen lo que Exeni (2006) denomina gobernabilidad mediática, en otras palabras, es un ejercicio en el poder sujeto e inmerso en la lógica de la comunicación política, con la capacidad de influir en la agenda de los medios.

Los gobiernos en la actualidad tienen la capacidad de generar su propia agenda mediática, con sus propios recursos, medios, formatos y productos, tanto de información como de opinión, con la finalidad de amplificar su presencia e influir en la agenda de los otros medios. Un ejemplo de ello es la incidencia que provocaba en su momento el Enlace Ciudadano del presidente Correa, quien marcaba la coyuntura y la cobertura de la misma (Ayala y Cruz 2010).

En el caso específico del Enlace Ciudadano, se sustentaba su importancia desde el Gobierno como un mecanismo de rendición de cuentas, amparado en la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social.

Art. 89.- Definición.- Se concibe la rendición de cuentas como un proceso sistemático, deliberado, interactivo y universal, que involucra a autoridades, funcionarias y funcionarios o sus representantes y representantes legales, según sea el caso, que estén obligadas u obligados a informar y someterse a evaluación de la ciudadanía por las acciones u omisiones en el ejercicio de su gestión y en la administración de recursos públicos (Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social, 2010).

Este tipo de gestión de la comunicación de los gobiernos, es una respuesta a una problemática de larga data que caracteriza la relación entre los políticos y la ciudadanía, que no es sino la falta de representatividad, por lo que las nuevas democracias optan por entablar mediante la comunicación, mecanismos que permitan mejorar las decisiones, ampliar la capacidad institucional, posibilitar la gobernabilidad, el consenso y la participación (Exeni, 2006; Riorda, 2006).

De esta manera, la comunicación de gobierno pretende de acuerdo con sus intereses, necesidades y definiciones, direccionar y dotar de sentido sus acciones frente a las audiencias. Perfilando un liderazgo mediático, que se combina con el cálculo estratégico, que de acuerdo con Blumenthal (1980) se trata de un “programa de escenografía”, noción que coincide con el modelo de Noguera de campaña permanente. Donde el esquema comunicacional se focaliza en la figura presidencial, en la incidencia de sus actos simbólicos, que a su vez dependen en gran medida de la imagen que proyecta, el carisma, la personalidad, la aceptación, factores que incluso influyen en momentos de crisis. Un buen manejo de imagen puede contener hasta las situaciones más adversas, en términos políticos.

2.2 La espectacularidad de la política

La lógica imperante, que resulta de la relación entre el discurso político y los medios, es el fenómeno conocido como mediatización, problemática ampliamente abordada por Wolton.

(...) la lógica de la comunicación llega a ser el criterio último, en virtud del siguiente silogismo: lo que se conoce se mediatiza y por lo tanto lo que es legítimo se mediatiza. Lo que no es mediatizado, no solo no se conoce, sino que en definitiva no es legítimo. Es el nexo “conocido legítimo” lo que se ha vuelto demasiado fuerte (Wolton, 1998:119).

El resultado de esta forma de instrumentalizar la comunicación deviene en una distorsión de lo que debería ser la política, en su acepción idealizada en beneficio de las mayorías, por una gestión concentrada en las estrategias para hacer más efectivos los enunciados, mediante la presencia y peso en lo mediático (*ibid.*: 118).

Cabe preguntarse en este punto, si la lógica mediática domina lo político o si la lógica política domina lo mediático. Al parecer ninguno de los dos niveles en la actualidad asume una autonomía, la política, según Verón (1992), se basa ampliamente en los medios como fuente de información, medios que ejercen un rol central en la sociedad como agentes de transformación y estructuración.

La televisión, en ese sentido, es el espacio en el que se representa lo político. Históricamente los medios han posibilitado a las sociedades tener registros significativos,

con la escritura de manera esquemática, en la fotografía y el cine creando un universo figurativo, la radio y especialmente la televisión, estableciendo un tipo particular de contacto. “En lo que se refiere a la televisión, se habla mucho de la imagen; pero en ésta lo fundamental es el registro del contacto: el cuerpo significativo y la economía de la mirada” (*ibid.*: 2).

Durante los años 90, las estadísticas de todos los países desarrollados mostraban que la televisión era el medio más seguido, propiamente el único medio de masas, y revelaban igualmente que una abrumadora mayoría no recibía más información política que la que le llegaba por la pequeña pantalla. (Muñoz, 1999:18)

Estas formas de conexión con los ciudadanos buscan más que informar, intentan llamar la atención, ser parte de la cotidianidad. Pero no solo en la radio o televisión adquiere relevancia la figura presidencial. En la última década a partir de la eclosión de las redes sociales, como Twitter, Facebook o YouTube, la imagen de los políticos también ha copado internet, siendo los pioneros Estados Unidos, dándole utilidad política y electoral, como nuevo soporte de la mediatización. (León, 2007:56).

Evidentemente, los medios tienen la capacidad de determinar la importancia y la atención pública respecto a ciertos problemas o asuntos, a través de la priorización de unos temas sobre otros, lo que algunos teóricos han llamado *agenda setting* (McCombs y Shaw, 1972). Esa exposición selectiva de contenidos conduce a una agenda pública, es decir a problemáticas públicas a ser resueltas por los actores políticos. Y a su vez, esta conduce a una agenda de gobierno, en otras palabras, los temas que requieren algún tipo de acción por parte de quienes detentan el poder (Roth, 2010).

Otra perspectiva de análisis de la información difundida por los medios masivos, es la teoría del *framing*, que se refiere al tratamiento y proceso de producción noticiosa, que de acuerdo a sus postulados, influye en las maneras de recepción y percepción de las audiencias, lo que deviene en opinión (Entman, 1993).

Por otro lado, es importante también mencionar que la esfera pública y privada, con el desarrollo de las sociedades modernas, han modificado su naturaleza. Los medios de comunicación han posibilitado el surgimiento de los llamados escándalos mediáticos, bajo la idea de que “los escándalos venden”.

A medida que las empresas comerciales comenzaron a preocuparse por generar ingresos mediante la modificación de las formas simbólicas, las compañías impresoras, las casas editoriales, los periódicos y otras organizaciones mediáticas descubrieron el interés financiero de mantener o incrementar la venta de sus productos, y en este sentido, los escándalos les proporcionaron vívidas y chispeantes historias que les ayudaban espléndidamente a conseguir ese objetivo (Thompson, 2000: 55).

Los escándalos políticos se han convertido en la materia prima de la producción de información, dotan de sentido y atractivo a los contenidos, configuran un marco de interpretación, desde una perspectiva liberal de la comunicación. Sin embargo no es una generalización, ni la única fuente para generar noticias. La espectacularidad como característica genera homogeneidad entre las organizaciones productoras de noticias políticas, y es un requisito fundamental del suceso que se convertirá en noticia (*ibid.*: 121).

Como consecuencia del rol central de los medios en las sociedades modernas, en la actualidad los políticos dedican sus mayores esfuerzos y tiempo a los medios de comunicación, ya que la opinión pública es clave en los regímenes representativos.

2.2.1 El papel hegemónico de los medios

La hegemonía desde la acepción gramsciana, es un concepto complejo que nos ayuda a comprender el poder político y la relación entre lo ideológico y lo cultural. Es usualmente utilizada como sinónimo de dominación, autoritarismo o prepotencia.

Gramsci asume, durante su etapa de militancia en el Partido Comunista Italiano, que la hegemonía representa el liderazgo intelectual, moral y político de la sociedad, apuntando a la construcción de una identidad colectiva nacional. Posteriormente, enriquece su análisis

reflexionando respecto a la posición que un actor o sector debe cumplir en el proceso de producción para aspirar a ser hegemónico (*ibid.*: 2007).

La hegemonía se expresa por tanto como predominio en el campo intelectual y moral, diferente del “dominio” en el que se encarna el momento de la coerción. Pero esa “dirección” tiene raíces en la base, componentes materiales junto a los “espirituales”: no hay hegemonía sin base estructura, la clase hegemónica debe ser una clase principal de la estructura de la sociedad, que pueda aparecer como la clase progresiva que realiza los intereses de toda la sociedad (Campione, 2007: 75).

Las diversas interpretaciones (en algunos casos parciales, reduccionistas o contradictorias) del pensamiento gramsciano respecto a la hegemonía, conducen a entenderla como un proceso en el que los subordinados consienten su condición por consenso, mientras que la predominancia del poder es discreta a través de cooptación, persuasión, internalización y naturalización de un sentido común que legitima el orden de las relaciones sociales (*ibid.*).

Para Reyes (2014), el objeto de la disputa por la hegemonía de la información masiva, la comunicación social y la cultura, es el control de la opinión pública, reconociendo el peso de los medios de comunicación como espacio de sedimentación del consenso y la construcción del imaginario social.

Desde la visión gramsciana, es en la sociedad civil (conjunto de organismos privados), frente a la sociedad política o Estado, donde se ejerce la hegemonía. “Es en ella donde se forma la voluntad colectiva, se articula la estructura material de la cultura, y se organiza el consentimiento y la adhesión de las clases dominadas al sistema imperante” (Acanda, 2007:10).

Los medios de comunicación juegan el papel de articuladores del consenso que posibilitan la posición de las clases dominantes. “La cultura es siempre políticamente funcional a los intereses de las distintas clases. La clase dominante es hegemónica precisamente por su control de la producción cultural. Este es el punto de anclaje fundamental de la dominación” (*ibid.*: 34).

Otro concepto gramsciano para entender el papel de los medios en la sociedad es el de sentido común, que se refiere a la ideología dominante transmitida y reproducida en lo cotidiano, que se enriquece con nociones científicas, políticas y opinión. El deber ser de los medios de comunicación, el sentido común construido alrededor de ellos, tiene que ver con atributos como: liberal, pluralista, imparcial, objetivo, neutral. En otras palabras, son los modos de entender los medios de comunicación y cómo han sido naturalizados.

Los medios detentan un tipo de poder, al que Bourdieu (1985) denomina simbólico, un poder que tiene la capacidad de construir la realidad, y que depende del poder material, que garantiza el predominio de una clase sobre otra. El propio Bourdieu afirma que “la eficacia específica de estas manifestaciones se deriva de una apariencia: el principio de un poder que en realidad reside en las condiciones institucionales de su producción y su recepción, parece estar contenido en ellas mismas” (*ibid.*: 71). La condición del medio, otorga legitimidad, autoridad y reconocimiento, gracias a sus atributos simbólicos, como vehículo de ideología y capacidad de interpelación.

Para Sánchez Ruiz (2005) el carácter comercial de los medios de comunicación desvirtúa el “interés público” con el que estos deben operar. La falta de representación de los grupos sociales, la carencia de un marco de políticas y normas legales, entre otras carencias, no permiten un funcionamiento plural y democrático de los medios masivos. De cualquier manera, la comunicación ejerce influencia sobre la sociedad, y esta influencia puede instrumentalizarse a favor o en contra de la democracia.

2.2.2 “Populismo” mediático

Los estudios sobre populismo y acción social han adquirido una relevancia particular a partir de los procesos políticos de varios países que han optado por gobiernos identificados con la nueva izquierda.

La relación del populismo con lo mediático, tiene que ver con los espacios y los discursos, donde la comunicación, como se mencionó en el apartado anterior, tiene la función de articulación con lo colectivo. Para el populismo, desde cualquiera de sus acepciones, los

medios constituyen el canal de una narrativa que se identifica con los imaginarios, necesidades y demandas populares.

Fair (2009) aborda el populismo tomando como referencia la obra de Arendt, Laclau y Rancière, autores que desde la filosofía reflexionan el rol histórico del ejercicio político. Todos ellos coinciden en una reivindicación del sentido original (occidental) de la participación y la deliberación ciudadana, cada uno desde sus contextos y fijaciones particulares que permiten entender la necesidad de la inclusión. Para estos pensadores, es importante la crítica a la praxis política tradicional, que genera conflictos y antagonismos, su propuesta promueve una sociedad activa, plural y de infinita libertad. Alternativas de acción, apropiación del espacio público, visibilización de los excluidos, entre otros mecanismos, son los elementos que le dan sentido a la política a partir de un proyecto colectivo.

En ese contexto, a diferencia de quienes señalan que este concepto se encuentra vinculado a la aplicación de políticas demagógicas y asistencialistas, para Laclau el populismo no implica un concepto «peyorativo», sino que representa la más pura lógica de politización social. (*ibid.*: 107)

Laclau entiende al populismo como una reivindicación necesaria e histórica, en contraposición a la noción negativa construida en el contexto neoliberal. Y emerge a partir de estos rasgos: movilización equivalencial de masas, construcción de un pueblo, símbolos ideológicos alrededor de los cuales se plasma una identidad colectiva, y finalmente la centralidad del líder como factor aglutinante (Laclau, 2006: 60).

Según Weyland (2004), el populismo puede ser entendido como estrategia o como discurso político, que profundiza la polarización y las contradicciones entre los estratos sociales, marcando un antagonismo basado en identidades.

Otras posturas críticas al populismo, concretamente a los casos latinoamericanos, consideran al discurso populista como emocional, irracional, peligroso e irresponsable, frente a la objetividad y racionalidad de la democracia liberal. Discursos que desafían las

lógicas del mercado, y suponen altos riesgos por la demagogia personalista, antiimperialista y en contra de las políticas de los organismos financieros (De la Torre, 2013).

En el contexto latinoamericano, el populismo surge desde el Estado, fortaleciendo su rol central frente a los poderes fácticos, principalmente por iniciativas que se originan entre las clases medias y populares durante la primera mitad del siglo XX (Laclau, 2005).

[...] el lenguaje de un discurso populista –ya sea de izquierda o de derecha- siempre va a ser impreciso y fluctuante: no por alguna falla cognitiva, sino porque intenta operar performativamente dentro de una realidad social que es en gran medida heterogénea y fluctuante (*ibid.*: 151).

Para los actores políticos que asumen un discurso populista en Latinoamérica, como Chávez, Morales o Correa, los medios de comunicación constituyen una estrategia, un instrumento para captar apoyo, donde se construye y representa el conflicto entre dominados y dominantes. Lo que Laclau llama “ruptura populista”, marcado por un rechazo, en estos casos, al neoliberalismo, en sus dimensiones económica y política.

El pueblo de la política populista no está formado necesariamente por los pobres, y tiene poco que ver con las nociones marxistas de alianzas de clases contra la clase económicamente dominante. Está formado por aquellos que se consideran a sí mismos privados del derecho de representación y excluidos de la vida pública (Panizza, 2009: 31).

Para Laclau, el populismo ha permitido que los excluidos accedan a la participación en la vida política, como componente favorable que posibilita el ejercicio democrático, una oportunidad de ser parte del juego.

El panorama mediático presentado en el primer capítulo, permite entender como la estructura de propiedad de los medios, dominado por grupos privados y corporativos, incide en las líneas editoriales, y cómo los llamados gobiernos populistas han provocado un conflicto en torno a las políticas democratizadoras de comunicación.

Desde la postura de Waisbord (2014), para los gobiernos populistas del contexto latinoamericano, el cambio en el sistema de medios responde a una clara intención de

definir liderazgos fuertes, sólidos, legitimados, con la capacidad de disputar la hegemonía que detentan los sectores privilegiados.

En ese sentido, para llevar a cabo un proyecto de corte populista, es necesaria la conducción de un líder carismático, que funcione como catalizador del proceso, bajo un movimiento, ya que el personalismo y la estructura del partido político no posibilitan explotar su protagonismo (Weyland, 2004: 37).

– **Liderazgo y carisma**

Como lo entiende Flavia Freidenberg (2008), el populismo fundamentalmente se expresa por un fuerte personalismo, y por la identificación de sus seguidores. Sin embargo, reconoce que el tipo de liderazgo “populista” es impreciso para lo que se quiere describir.

“Cuando una política, un movimiento, un liderazgo o un gobierno se escapan de lo que se espera de la política tradicional, se la ve como anómala o no se sabe bien qué es, entonces, se la suele denominar como populista” (*ibid.*:3-4).

Los sectores populares, o los que se identifican con el líder, reproducen en él su deseo aspiracional, y asimismo el líder encarna al pueblo y se muestra con cualidades únicas para resolver los problemas. El líder es una proyección simbólica idealizada, que llega a ser investido de poder por veneración (Freidenberg, 2008; Martín, 1987).

La construcción del líder es parte de las estrategias de visibilidad de un proyecto político, en cuanto a lo mediático se define su imagen, discurso, apariencia, que dependen de un contexto histórico, social, cultural, donde las estrategias comunicativas se adaptan a la ciudadanía y al poder.

La manera en que los individuos perciban al líder, las evaluaciones que realicen producto de esa percepción y el modo en que procesen lo que él significa para cambiar la situación en la que viven, resulta fundamental para comprender las decisiones que esos individuos asuman (Freidenberg, 2008: 193).

Los elementos que constituyen al líder se basan en la apropiación de los símbolos que son valorados como populares. De acuerdo a Chantal Delsol (2016), el carisma se torna fundamental para el relacionamiento con la ciudadanía, donde la carencia de credibilidad en las instituciones hace del líder un depósito de fe.

a menudo es una persona con talento, y en todo caso atrae la simpatía y la fidelidad de sus adeptos mediante una fuerte presencia que lo hace titular de un papel, más que de una función (...) El electorado populista coloca, pues, todas sus esperanzas en un personaje solo, que se cree capaz de luchar contra un sistema, y esa lucha de David contra Goliat aumenta aún más su aura” (*ibid.*: 123).

Una de las maneras en las que opera discurso populista es convirtiendo a sus seguidores en una masa que confronta a un grupo opuesto, por lo general a quienes detentan el poder. Ese tipo de retórica otorga un reconocimiento a los excluidos, como en el caso ecuatoriano, Velasco Ibarra, cinco veces presidente (1934-1935, 1944-1947, 1952-1956, 1960-1961, 1968-1972), los denominaba “querida chusma”, Abdalá Bucaram (1996-1997) “pobres de mi patria” o Rafael Correa (2007-2017) “ciudadano”. Fenómeno al que Álvarez Junco (1987:172) llama “comunidad de intereses solidarios”, en la que la sociedad se divide en pueblo y anti pueblo.

Masas de seguidores desorganizados, manipulables, ha sido un argumento cuestionado desde el punto de vista histórico, ya que los movimientos obreros, la base de los populismos clásicos demostraron organización, proyección, estrategia, articulación, durante el tiempo de Getulio Vargas (Brasil 1930-1945, 1951-1954), Domingo Perón (Argentina 1946-1955, 1973-1974) o Lázaro Cárdenas (México 1934-1940) (De la Torre, 2010).

Estos personajes en sus contextos, utilizaron estrategias y herramientas en su discurso para posicionar su proyecto político y mostrarse como el centro del mismo, un personalismo que los conecta con la ciudadanía.

La manera de apelar al pueblo, el tipo de vínculo que establecen, la ausencia de intermediación organizada, el modo de incorporar a los sectores que movilizan y la

personalización del liderazgo son elementos de identificación común entre las diferentes manifestaciones populistas ecuatorianas (Freidenberg, 2008: 229).

Desde la vertiente weberiana, el carisma concede poder, ese poder es la razón por la que seduce a quienes lo siguen, en algunos casos de manera irracional. El líder tiene una posición especial, extraordinaria, que le permite actuar a voluntad. Para Weber (2002) existen tres tipos puros de dominación legítima, la racional o legal, la tradicional y la carismática. La primera se refiere al orden burocrático legitimado en la ley, en otras palabras, es una jerarquización de los individuos en autoridades y los que no son autoridades. La segunda, tiene que ver con las costumbres y tradiciones de obediencia. La carismática se legitima en el reconocimiento de cualidades especiales del líder por parte de los seguidores.

Debe entenderse por "carisma" la cualidad, que pasa por extraordinaria (condicionada mágicamente en su origen, lo mismo si se trata de profetas que de hechiceros, árbitros, jefes de cacería o caudillos militares); de una personalidad, por cuya virtud se la considera en posesión de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas -o por lo menos específicamente extra cotidianas y no asequibles a cualquier otro-, o como enviados del dios, o como ejemplar y, en consecuencia, como jefe, caudillo, guía o líder. El modo como habría de valorarse "objetivamente" la cualidad en cuestión, sea desde un punto de vista ético, estético u otro cualquiera, es cosa del todo indiferente en lo que atañe a nuestro concepto, pues lo que importa es cómo se valora "por los dominados" carismáticos, por los "adeptos" (*ibid.*: 193).

En ese sentido, Roberts (2008) considera que el populismo, en su resurgimiento de principios del siglo XXI, cobra fuerza en ambientes caóticos, de crisis, transformación, ruptura, momentos en los que la institucionalidad del Estado se debilita y es incapaz de conectarse con las identidades populares. Los líderes carismáticos aparecen para contrarrestar la adversidad en contextos de crisis del principio de representación política (Rivas, 2013:319).

Para Blanca Deusdad el poder carismático de un líder político pone en riesgo la democracia, puesto que "el carisma incide en mayor medida, y tiene mayor probabilidad de

acción, ante la falta de cultura política de la población” (2003: 9). El peligro, sostiene, es que se profundicen las condiciones que llevan a una sociedad a la inestabilidad.

– **Significante vacío**

Como ya se había mencionado, el discurso populista polariza, divide a los actores políticos, responsabiliza e identifica a un enemigo a través del consenso y disenso entre los sectores subordinados, dando forma a “un proceso de construcción política” (Laclau, 2005: 114).

Así, lo que dota de sentido al populismo son precisamente las anomalías del sistema, un fundamento en contra del statu quo, que permite su aparición. “Si la sociedad lograra alcanzar un orden institucional de tal naturaleza que todas las demandas pudieran satisfacerse dentro de sus propios mecanismos inmanentes, no habría populismo, pero, por razones obvias, tampoco habría política” (*ibid.*: 149).

A partir del proceso de confrontación, surgen significantes o denominaciones hacia el otro, la identidad grupal adquiere un significado momentáneo respecto a la representatividad de lo subalterno. En su momento se convertirá en la representación hegemónica de la sociedad, como resultado de esa lucha, una ruptura que reivindica las múltiples demandas insatisfechas y permanecerá en esas condiciones durante un tiempo (*ibid.*: 148).

Bajo esta lógica de antagonismos, se excluye a quienes no se reconozcan como parte del pueblo. El significante vacío, como elemento de la propuesta teórica de Laclau, tiene una doble función, por un lado provoca un efecto aglutinante y por otro representa a ese mismo efecto. El significante vacío se llena y dota de sentido con aspiraciones, deseos, afectos, en otras palabras, representa al pueblo.

En el momento en que el significante vacío tiene la capacidad de anclar los significantes en disputa, y los incorpora a un discurso, pone el campo político a su favor. La articulación adecuada de esos significantes “flotantes” es fundamental para evitar la recomposición de los elementos aislados por parte del régimen antagónico.

Desde la perspectiva de Laclau, cualquier propuesta, demanda o ideología puede asumir el espacio del significante vacío. Así la construcción del pueblo, representar el todo, depende esencialmente del discurso en la lucha por alcanzar la hegemonía.

Si la unidad de los actores sociales fuera el resultado de un vínculo lógico que subsumiría todas sus posiciones subjetivas bajo una categoría conceptual unificada, la “nominación” solo implicaría la elección de un rótulo arbitrario para un objeto cuya unidad estaría asegurada por medios diferentes, puramente apriorísticos. Sin embargo, si la unidad del agente social es el resultado de una pluralidad de demandas sociales que se unen por relaciones equivalenciales (metonímicas) de contigüidad, en ese caso, el momento contingente de la nominación tiene un rol absolutamente central y constitutivo” (*ibid.*: 281).

Otras miradas al populismo advierten los riesgos a la democracia al llevarse proyectos radicales que caigan en democracia delegativa o minimalista (Peruzzoti, 2008; O’Donnell, 2009), donde el mandatario constituye el centro de la legitimidad democrática, lo que reduce la participación de otros actores políticos, instituciones o ciudadanía.

Para O’Donnell (2009) la sociedad se limita a elegir autoridades en elecciones, sin la posibilidad de intervenir de la vida política. Dentro de la democracia delegativa, el presidente legitima su condición mediante elecciones limpias, fuertemente mayoritarias, “[...] su base política debe ser un movimiento; la supuestamente vibrante superación del faccionalismo y de los conflictos asociados a los partidos” (*ibid.*: 12). La ciudadanía, al delegar el poder, se convierte en audiencia pasiva y el elegido en una figura paternal que interpreta sus demandas.

– **La posverdad**

El concepto de posverdad aparece en los noventa, pero en 2016 a partir de los resultados electorales del Brexit de Reino Unido y de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos, toma importancia para explicar estos fenómenos. Estos eventos, trascendentes en la

geopolítica, hicieron que el Diccionario de Oxford la elija como la palabra del año (*post-truth*), un adjetivo para denominar a la nueva forma de política (Nieto; de Pozo, 2017).

El término aparece bajo algunas acepciones, en 1992 por Steve Tesich en la revista *The Nation*, con el significado “después de que se conociera la verdad”. En 2004 Ralph Keyes la usa en el libro *The Post-truth Era*, con el concepto de “parecer o sentirse verdadero”. En 2010 David Roberts la emplea en su artículo para Grist.org, Política Post-verdad, donde hace una crítica sobre la desconexión entre la cultura política y la política, debido a la acción de los medios de comunicación que no propenden el sentido crítico y analítico en la ciudadanía (Zarzalejos, 2017: 11).

El nuevo sentido del concepto, que se refiere a “la verdad en un sentido irrelevante”, lo da Katharine Viner (2016), directora de *The Guardian*, en un artículo en el que aborda el factor tecnológico como movilizador de masas, donde el periodismo tradicional pierde peso ante el auge de nuevos canales de comunicación (YouTube), redes sociales (Facebook, Twitter, Snapchat) y la mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram o Messenger).

De acuerdo a la periodista, la posverdad “denota circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y la creencia personal” (Viner, 2016).

Las posibilidades que otorgan las tecnologías, paradójicamente no amplían los derechos, en este caso el derecho al saber. Sin información o con información falsa, son los rumores, intrigas o percepciones las que forman la opinión.

El desarrollo tecnológico tiene la capacidad, en ese sentido, de convertirse en una herramienta poderosa para irrumpir el orden social, de grandes implicaciones sin la presencia de una mediación periodística, “la nueva medida de valor para demasiados medios es la viralidad, en vez de la verdad o la calidad” (*ibid.*).

La comunicación, desde esa perspectiva instrumental, está reducida a una competencia por el impacto de los contenidos, donde el sensacionalismo, la superficialidad y lo emotivo juegan un rol determinante.

Para De la Serna (2017) la esencia del estilo el populista es la política de las emociones, la mentira y la desinformación se vuelven recurrentes en las estrategias de campaña electoral, que tienen como medio principal de difusión a las redes sociales. Desde la postura del autor el populismo y la posverdad mantienen una compatibilidad en la que los hechos y la verdad pasan a segundo plano por apelar a las emociones y deseos de las mayorías.

La posverdad es también el resultado de la pérdida de confianza y credibilidad en las instituciones, como los medios de comunicación, ante los cambios experimentados de consumo de información mediante Internet, que para la política es una manera efectiva de acercarse a la ciudadanía y difundir sus iniciativas.

CAPÍTULO III

3. El ACD como enfoque teórico y metodológico

3.1 Propuesta metodológica

Para orientar los resultados de esta tesis de investigación, en base a los objetivos planteados, la hipótesis de partida y la naturaleza del objeto de estudio, es preciso un diseño metodológico que considere y delimite de manera adecuada el fenómeno, la muestra y las técnicas a emplearse. En este caso se ha optado por desarrollar este trabajo desde una perspectiva metodológica cualitativa.

Lo cualitativo en las ciencias humanas tiene siempre una pretensión amplia por comprender e intervenir la realidad. Por mucho tiempo ha sido objeto de un constante debate epistemológico frente a la metodología cuantitativa. Las investigaciones cualitativas que abordan lo social surgen de la epistemología post positivista y se enfrentan al reto de captar significados profundos, de conocer exhaustivamente el contexto y los matices de los fenómenos, comunidades y elementos implicados en la investigación.

Al ser los discursos de Rafael Correa el objeto de estudio de esta tesis, el enfoque cualitativo resulta apto por caracterizarse por ser descriptivo, inductivo, flexible y holístico. Lo cualitativo de ninguna manera se opone a lo cuantitativo, sino que lo considera como un aspecto fundamental de la investigación que se integra cuando es necesario. La cuantificación es útil para orientar la investigación, pero resulta limitada para analizar los comportamientos, las creencias, los significados o la cultura, que no pueden ser segmentados, sino que deben comprenderse desde su totalidad.

La investigación cualitativa permite tener proximidad con lo empírico, observar la vida cotidiana de las personas, escuchar sus ideas, mirar los documentos que producen, como en el caso de nuestro estudio. Se basa en procedimientos rigurosos, aunque no necesariamente estandarizados. En este tipo de investigaciones se siguen lineamientos, mas no reglas, desde esta perspectiva los investigadores no son esclavos de un procedimiento o técnica (Taylor y Bogdan: 23).

Existen varios métodos de investigación cualitativa, cuya selección depende del tipo de preguntas que se busquen resolver en la investigación. Para este trabajo se ha optado por el Análisis Crítico del Discurso (ACD), método que se inscribe en el enfoque semiótico-estructural entre las distintas tradiciones y recorrido de lo cualitativo.

Para comprender el objeto de estudio, nuestro análisis intenta hacer un acercamiento al contexto en sus dimensiones política, económica, social e histórica, que configuran lo discursivo y performativo del mensaje político del presidente Correa respecto a la LOC. Una vez analizados paradigmas, teorías y conceptos en el apartado anterior, es oportuno encontrar su conexión con el contexto en el que se sitúa el estudio. Estos hallazgos podrían acercar, profundizar o contradecir la hipótesis de partida, que sugiere a partir de varias pistas, un discurso multigenérico sobre el que se sustenta y legitima la estrategia discursiva de Correa.

De cualquier modo, el camino del ACD busca ampliar la definición del discurso de Correa. En una primera instancia de este documento ya se ha aplicado la revisión documental en la construcción del marco contextual y teórico, abordando la LOC como un proyecto de un momento histórico y significativo para la sociedad ecuatoriana, con sus características y vicisitudes.

El ACD aborda el fenómeno desde una perspectiva integral, donde el lenguaje, el contexto, las estructuras y las relaciones de poder dan cuenta de su propia constitución e interrelación, en otras palabras, desde este método se espera encontrar lo implícito a partir de los rasgos explícitos del discurso.

3.2 Delimitación del corpus

Desde el ACD, esta fase es fundamental para la investigación, puesto que se justifica y define el corpus y muestra de análisis del total de intervenciones relevantes y públicas, en este caso, de Correa respecto a la LOC. Como se revisó en el capítulo primero de esta tesis, que se refiere al marco contextual, se identifican varios momentos que configuraron los

hechos, el contexto y los discursos de los distintos actores políticos que intervienen en el proceso de aprobación de la LOC. Entre los hitos relevantes, se pueden mencionar los siguientes:

Tabla 3. Cronología de eventos en el proceso de aprobación de la LOC.

Fecha	Suceso
28 de septiembre de 2008.	Mediante referéndum se aprobó la nueva Constitución de la República del Ecuador, cuya Disposición Transitoria Primera, fue expedir una Ley de Comunicación.
Septiembre de 2009.	Primeras propuestas para la LOC a cargo de los legisladores Rolando Panchana (oficialista), Lourdes Tibán y César Montúfar (oposición).
18 de noviembre 2009.	Los diarios privados incluyeron en sus ediciones un texto dirigido a los lectores: "Querido lector, te agradecemos por preferir nuestro diario. Sabemos que podrías escoger otro, estás en tu libertad de hacerlo, es tu derecho, tu elección y eso se respeta. Tienes todo nuestro respeto".
23 de diciembre de 2009.	Inicia el primer debate en el seno legislativo.
Diciembre de 2009 a abril de 2012.	<p data-bbox="570 1182 1403 1436">La Comisión de Comunicación de la Asamblea, integrada por 11 parlamentarios (6 oficialistas y 5 de oposición), recibió a delegaciones de 28 organizaciones de medios de comunicación, de la sociedad civil, organismos no gubernamentales y de instituciones del Estado.</p> <p data-bbox="570 1436 1403 1740">Mientras los medios privados, líderes de opinión y varias ONG en contra del proyecto, emprendieron una intensa campaña beligerante que incluyó vocerías, foros, plantones, publicaciones, entre otras acciones, con la finalidad de deslegitimar el proceso, bajo el lema “la mejor ley es la que no existe” y la defensa a la “libertad de expresión y el libre flujo de la información”.</p>
5 de enero de 2010.	Continuación del primer debate en la Asamblea Nacional.
1 de julio de 2010.	Presentación del informe para el segundo debate.
7 de mayo de 2011.	En Consulta Popular se decidió elaborar la LOC. La ciudadanía fue

	consultada respecto a: regulación de contenidos difundidos por los medios de comunicación, responsabilidad ulterior, Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y regulación de la relación entre el sistema financiero y empresas mediáticas.
Noviembre de 2011.	Arranca al segundo debate legislativo.
4 de abril de 2012.	Mauro Andino (oficialista) presentó al presidente del legislativo, Fernando Cordero, el proyecto definitivo de la LOC.
11 de abril de 2012.	La Asamblea Nacional acogió la moción del legislador Tomás Zevallos (independiente) de votar artículo por artículo.
13 de junio del 2013.	Entre las múltiples apariciones e intervenciones públicas de Correa, se destaca la “Posesión de 80 jueces y juezas especializados en violencia intrafamiliar”, en la que aprovechó para referirse a la regulación de la comunicación.
19 de junio del 2013.	En el marco de la Cumbre para un periodismo responsable (CUPRE), evento organizado por la SECOM, el presidente Correa presentó la ponencia magistral: “La Información como Derecho y los Medios como Poder”.
21 de junio del 2013.	Expedición de la LOC.
22 de junio del 2013.	Durante el Enlace Ciudadano N°. 327, Correa firmó el ejecútese de la LOC.
Julio de 2013.	Presentación de tres demandas de inconstitucionalidad apenas aprobada la Ley, por parte de sectores políticos y mediáticos de oposición. Fueron rechazadas por la Corte Constitucional en septiembre de 2014.
Enero de 2014.	Aprobación del Reglamento de la LOC.

Elaboración: propia.

Como se puede apreciar en este sucinto recorrido, el proceso desde que se empezó a discutir la ley tomó alrededor de cinco años, hasta su aprobación definitiva, entrando en vigor el 21 junio del 2013, una vez publicada en el Registro Oficial No. 20. De todos los momentos mencionados, para el desarrollo de esta investigación se define la delimitación temporal en el último período, que corresponde la ejecución de la Ley (junio del 2013).

Este punto particular está cargado por una serie de elementos que lo vuelven significativo, como una amplia cobertura mediática, respuesta crítica de varios organismos internacionales e intensificación del discurso de Correa, tanto en sus canales habituales como en intervenciones en eventos públicos, en un claro intento por legitimar la necesidad de regular la comunicación,

Estas particularidades hacen de este hito uno de los puntos más álgidos dentro del amplio proceso del proyecto, por lo que resulta apropiado para descifrar la praxis y el trasfondo ideológico del discurso de Correa. De la misma manera, este momento significativo, servirá para identificar las dinámicas del poder y la disputa de los sentidos entre lo público y privado alrededor de la comunicación.

De esta manera, se determina el momento mencionado como una muestra cualitativa, cuya finalidad es estudiar “la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos” (Rodríguez, 1996: 1). Esta muestra es de tipo no probabilística y estructural, es decir que se basa en la “selección de individuos en virtud de posiciones conectadas dentro de una estructura o cadena, siendo útil en el estudio de estructuras sociales jerarquizadas o dimensiones comunicacionales de los problemas” (Serrano, Gloria 2003: 22).

Este procedimiento se conoce como muestreo selectivo, de juicio o intencional. El interés fundamental de este no es la medición, sino la comprensión de los fenómenos y los procesos sociales en su complejidad. Decisiones que en un diseño de muestreo probabilístico serían consideradas como fuentes de sesgo, mientras que en una indagación cualitativa son una vía para garantizar el rigor de la aproximación. (Martínez-Salgado, 2012: 615).

Bajo estos criterios, se escogieron tres discursos, dos de eventos públicos y uno del Enlace Ciudadano (dispositivo oficial de comunicación del gobierno difundido por radio y televisión los sábados en la mañana durante los 10 años en los que Correa se mantuvo en el poder).

El primer discurso que se abordará es la “Posesión de 80 Jueces y Juezas Especializados en Violencia Intrafamiliar”, evento efectuado el 13 de octubre, a pocos días de la aprobación de la LOC. En este espacio, Correa destacó las transformaciones del sistema judicial y la necesidad de modernizar su institucionalidad, como parte fundamental del proceso de refundación del Estado. Para tal efecto, el discurso del presidente hizo hincapié en el contraste de su administración con los anteriores gobiernos, donde la normativa respecto a la violencia de género e intrafamiliar fue rezagada.

La transformación de la justicia se presenta como condición para el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad mediante la equidad de género, eje que se conecta con el discurso sobre los medios de comunicación. En ese marco, el de generar política pública en beneficio de la ciudadanía, Correa afirma que:

"Hace 18 años está vigente la Ley contra la Violencia a la Mujer y a la Familia, pero no existían juzgados, ni unidades judiciales. No teníamos los cambios reales que estaban en la Ley. Esta problemática no se iba a solucionar con *shows mediáticos*, sino con políticas contundentes. Nadie deberá mendigar, ni negociar justicia en nuestro Gobierno".

Al igual que en todas sus intervenciones, Correa mantiene sus líneas argumentales e ideas fuerza durante la coyuntura. Debido a ello es frecuente que pasajes de sus discursos se adapten a diversas circunstancias y momentos, es así como le pareció oportuno en este discurso referirse a la regulación de la comunicación como algo imperioso e impostergable.

El segundo discurso que formará parte de esta investigación es uno que atañe directamente al ámbito comunicacional, y tiene que ver también con una de las estrategias políticas del Gobierno para el posicionamiento en la opinión pública de la aprobación de la LOC. Es la CUPRE, evento organizado por SECOM y que contó con varias ponencias de académicos, políticos, periodistas, entre otros actores, donde Correa intervino con la conferencia magistral titulada “La Información como Derecho y los Medios como Poder”, en la que desde su experiencia como primer mandatario da cuenta, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, de cómo se estructura el poder mediático y su relación beligerante con los llamados gobiernos progresistas.

El tercer discurso es la firma de Correa del ejecútese la LOC en el Enlace Ciudadano N° 327, donde en un acto simbólico el presidente celebra con sus idearios la aprobación del proyecto que promete democratizar la comunicación y cambiar las reglas de juego para los dueños de las empresas mediáticas, identificados desde el discurso de Correa como parte del poder fáctico, quienes no permiten el desarrollo y la democracia en el país y la región.

Tabla 4. Corpus de análisis.

Fecha	Autor	Tipo de autor	Texto seleccionado	Identificación del texto
13.06.2013	Rafael Correa	Gubernamental / institucional	Posesión de 80 jueces y juezas especializados en violencia intrafamiliar.	(Correa, 2013a) ²
19.06.2013			La Información como Derecho y los Medios como Poder.	(Correa, 2013b) ³
22.06.2013			<u>Enlace Ciudadano N° 327</u>	(Correa, 2013c) ⁴ TC: 01:44:24 – 02:19:20

Elaboración: propia.

Cabe señalar que para la estructuración y el análisis del corpus se empleó como auxiliar el software NVivo 12 (QSR Internacional), un programa destinado al análisis cualitativo que permite la sistematización de datos con mayor agilidad. Con NVivo se puede exportar informes, gráficos, cuadros, codificar y seleccionar partes del texto, relacionar palabras, frases, representar mediante gráficos los códigos asignados, entre otras características.

² Anexo 1

³ Anexo 2

⁴ Video 1 / Enlace de YouTube: <https://bit.ly/2OVLarW>

3.3 Análisis Crítico del Discurso

El poder, según el ACD, se fundamenta por el acceso privilegiado de ciertos grupos al discurso público sobre el resto de la sociedad, Ibáñez (1985: 120) y Van Dijk (1999: 5) sostienen que la relación entre el discurso y la estructura social está mediada por la cognición social de tal modo que la recepción, la comprensión o la apropiación de un discurso tiene un antecedente en la estructura de percepción de las personas, en las redes de sentido mediante las cuales se conoce la realidad.

Las ideologías están ligadas a los sistemas de ideas, especialmente a ideas sociales, políticas y religiosas que comparten entre sí las comunidades. Por lo general se asocia la palabra ideología a concepciones negativas, como por ejemplo nazismo, fascismo o racismo, pero también a las utopías en contra del dominio o la injusticia social.

La palabra ideología puede designar cualquier cosa, desde una actitud contemplativa que desconoce su dependencia de la realidad social hasta un conjunto de creencias orientadas a la acción, desde el medio indispensable en el que los individuos viven sus relaciones con una estructura social hasta las ideas falsas que legitiman un poder político dominante (Žižek, 2003: 10).

Para entender la ideología, de acuerdo con Van Dijk (2003), es importante abarcar desde el ACD los aspectos estructurales del lenguaje hasta las construcciones discursivas más complejas y sus formas de reproducción en la sociedad. La ideología se refiere a formas simbólicas que se construyen y transmiten socialmente, generando significados, sentidos y saberes. Los acontecimientos comunicativos como experiencias cotidianas representan la esencia de la interacción entre el poder y el lenguaje.

(...) el lenguaje no es únicamente un fenómeno que pueda ser analizado desde el punto de estructuras formales profundas o de superficie, sino que es asimismo un 'tesoro', una realidad compuesta de signos, que son a la vez necesariamente significantes y significados. Todos ellos orgánicamente relacionados sobre la base de múltiples formas codificadas por esa misma sociedad (Roig, 1993:108).

Para Van Dijk (2000) el ACD es un tipo de investigación con enfoque interdisciplinar, donde se encuentran la lingüística, la psicología, la sociología, la teoría de la comunicación, entre otras. Desde esta visión, el discurso es práctica social, resultado de un acceso desigual a los recursos lingüísticos y sociales, por lo tanto, su estudio contempla tanto la estructura gramatical de los actos del habla, como los contextos en los que se producen. Los problemas que se convierten en objeto de estudio del ACD por lo general son situaciones donde se muestra dominación o desigualdad, y se generan en el campo discursivo, en la reproducción del poder. De esta manera, el ACD asume un compromiso político para develar los mecanismos del discurso que contribuyen a la injusticia.

Desde el ACD, Wodak y Meyer (2003) sostienen que es necesario replantear los cuestionamientos en torno a los problemas sociales, tomando como referente a los responsables que detentan el poder. Siendo el lenguaje una institución y práctica social, manifiesta las relaciones de dominación, discriminación y control, donde la naturaleza discursiva es el soporte de los cambios sociales y culturales, por lo que se hace necesaria una reflexión en cuanto a la producción, usos y funciones de los discursos mediáticos. Los estudios del discurso, desde la perspectiva teórica contemporánea, no lo asumen únicamente como un método de la metodología cualitativa, sino más bien como un enfoque de análisis.

El ACD posibilita un análisis más profundo del corpus textual del discurso de Correa respecto a la LOC, conduciendo a su construcción y subjetividad, lo que hace de este método un recurso adecuado para responder las necesidades de esta investigación, considerando al texto como un elemento de la producción discursiva.

El análisis del texto es una parte del ACD que también incluye las condiciones sociales de producción e interpretación de este (Fairclough, 1989: 24), es decir, el lenguaje escrito se lee considerando los demás componentes semióticos en el contexto, con la finalidad de comprender de qué, cómo y quién habla, y quiénes tienen la potestad social y cultural para hacerlo.

El análisis de un texto particular, como pieza de una determinada práctica discursiva se focaliza sobre el proceso de producción, de circulación y consumo del texto. Todo este proceso es social y se debe hacer referencia al contexto económico, político e institucional en el cual ese discurso fue generado (Fairclough, 1998: 54).

El discurso es un fenómeno social que se define a partir del uso del lenguaje, que cumple una función específica más allá del sentido estructural y depende de un contexto histórico determinado.

El discurso se configura como un dispositivo que sostiene el poder y el orden cultural, “el discurso 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, 1992: 6).

En la producción del discurso también se ejerce la exclusión de voluntad de verdad o saber, entre lo verdadero y lo falso, que se refuerza mediante lo institucional y en relación con otros discursos. Es decir, todo aquel que por alguna razón no sea parte del saber científico, de la ley, o de algún tipo de parámetro, será aislado.

No se trata esta vez de dominar los poderes que conllevan, ni de conjurar los azares de su aparición; se trata de determinar las condiciones de su utilización, de imponer a los individuos que los dicen un cierto número de reglas y no permitir de esta forma el acceso a ellos, a todo el mundo. Enrarecimiento, esta vez, de los sujetos que hablan; nadie entrará en el orden del discurso si no satisface ciertas exigencias o si no está, de entrada, calificado para hacerlo (*ibid.*: 23).

La configuración del discurso está definida socialmente, las sociedades, las instituciones y sus dominios particulares sustentan las prácticas discursivas que coexisten en un entramado de normas y convenciones. Estas convenciones que subyacen a los eventos discursivos son lo que se denomina órdenes del discurso. Por lo general la relación compleja entre evento discursivo y convención incluye la combinación de varios tipos de discurso. Estas relaciones pueden expresar complementariedad, inclusión, exclusión u oposición. Por lo tanto, el ACD explora sistemáticamente las relaciones de causalidad y determinación entre

prácticas discursivas, eventos y textos, por un lado, y, por otro, estructuras, procesos, relaciones sociales y culturales, de tal modo que den cuenta de cómo se configuran y aseguran las relaciones de poder. Un evento discursivo tiene tres dimensiones, un texto (oral, escrito, visual), práctica discursiva que implica la producción y la interpretación del texto, y práctica social (Fairclough, 2008: 172-178).

Tabla 5. Resumen de conceptos.

Términos	Aproximación
Discurso (nombre abstracto)	Uso lingüístico concebido como práctica social.
Evento discursivo	Instancia de uso lingüístico, analizada como texto, práctica discursiva, práctica social.
Texto	Lengua hablada o escrita producida en un evento discursivo.
Práctica discursiva	La producción, distribución y consumo de un texto.
Interdiscursividad	La constitución de un texto a partir de diversos discursos y géneros.
Discurso (sustantivo ‘contable’)	Modo de significar la experiencia desde una perspectiva particular.
Género	Uso lingüístico asociado con una actividad social particular.
Orden del discurso	Totalidad de las prácticas discursivas de una institución, y las relaciones que se establecen entre ellas.

Fuente: (*ibid.*: 176-177)

3.3.1 Dimensiones de análisis

El análisis del discurso político se orienta a descifrar, comprender y explicar las razones y las tácticas empleadas, en este caso de una autoridad como Correa con la consecución del proyecto LOC. Para entender esta construcción discursiva que pretende la hegemonía de un

campo en disputa como es la comunicación, se propone un modelo de análisis que conjuga las competencias políticas e intelectuales del enunciador en su contexto.

El esquema técnico de este diseño de ACD se ha extraído y adaptado del trabajo de Maniglio (2014), se ha nutrido también de los postulados de Fairclough (1998, 2003), Van Dijk (1999), Franquesa (2002), Calsamiglia y Tusón (1999), Pardo (2013), y Ramalho y Resende (2011), de los cuales se consideraron en base a nuestros objetivos las siguientes dimensiones de análisis:

– **Frecuencia**

El análisis de frecuencia no es más que identificar los temas con significado potencial, delimitando las palabras como conceptos que son más recurrentes, lo que también es conocido como modelo del vocabulario (Fairclough, 1998: 58).

“La forma más obvia, y por lo tanto más ampliamente estudiada, de expresión ideológica en el discurso puede encontrarse en las palabras escogidas para expresar un concepto” (Van Dijk, 1999: 337). Sin embargo, el significado de las palabras no únicamente debe considerarse en el diccionario, debido a que existen vocabularios de diverso dominio, prácticas, instituciones, valores y perspectivas. Para Fairclough (1998: 58) lo adecuado es referirse como lexicalización, porque es más específico e implica nombrar al mundo en sus distintos tiempos, lugares y grupos de personas.

– **Posición**

La posición o cohesión, se refiere a que “la elección de palabras en un texto depende de las relaciones sociales entre los participantes, a la vez que ayuda a crear estas mismas relaciones. Esto significa que las palabras suelen tener valores relacionales simultáneamente con otros valores” (Franquesa, 2002: 6).

Es decir, las palabras no están solas, sino que son parte de una enunciación y por ende su contenido tiene un acompañamiento valorativo, donde es preciso analizar la colocación y la distancia con adjetivos u otros elementos, que definen el sentido ideológico y político de los conceptos. La gramática se encarga de la combinación en las oraciones y cláusulas, y la cohesión, de cómo se ligan entre sí esas oraciones y cláusulas para constituir unidades mayores o textos (Fairclough 1998: 59).

– **Presuposición**

La presuposición muchas veces es parte de los contenidos implícitos, lo no dicho se desprende necesariamente del significado de las palabras enunciadas y de ello depende que una oración pueda someterse a una prueba veritativa. La llamada presuposición pragmática tiene que ver con el conocimiento previo, que se da por supuesto y compartido con las personas que son parte del acto de comunicación, depende de factores contextuales. Cuando se habla o escribe, se parte de que la audiencia tiene una serie de conocimientos y saberes, por lo que no es necesario decirlo todo (Calsamiglia y Tusón, 1999: 190).

Una manera de identificar a las presuposiciones, es mediante las relaciones adversativas, que pueden funcionar como estrategias para establecer formas argumentales con una falsa apariencia de racionalidad. Los conectores adversativos (no obstante, a pesar de, etc) pueden ayudar a construir una presuposición, cuya finalidad es edificar un consenso hacia la constitución del ethos epistémico del emisor (Ramalho y Resende 2011: 134).

– **Modalidad**

Este apartado se encargará de resaltar el valor relacional y expresivo de las estructuras gramaticales del discurso y como estas están relacionadas con las funciones del sujeto, mediante el análisis de los verbos modales.

La principal tesis con respecto a la formación de modalidades enunciativas en Foucault es que el sujeto social que produce enunciados no es una entidad que existe por fuera e independientemente del discurso como fuente del enunciado (como autor) sino que por el contrario es una función más del mismo enunciado (Fairclough, 1998: 39).

Los sujetos y sus funciones se definen en este caso en varios tipos de modos, como el enunciativo, que consiste en presentar el contenido del enunciado de manera afirmativa o negativa. Así también está el modo exhortativo, que se manifiesta con la intención de influir mediante enunciados impositivos (designios, órdenes, restricciones, prohibiciones) o no impositivos (ruegos, súplicas, consejos, recomendaciones, sugerencias). En este modo es frecuente la presencia de textos que sugieren necesidad u obligación. También hay modos interrogativo, dubitativo, desiderativo, que se muestran con el uso de adverbios y expresiones valorativas.

– **Ethos**

El ethos es la manera en la que se construye, proyecta y legitima la imagen de sí del orador a través de su discurso. Tiene que ver no tanto con lo que se dice sino con lo que se muestra, con la persuasión argumentativa, ligado al contexto y a la cultura. Fairclough (1998) sostiene que en la definición de la identidad social de los participantes del discurso son convocados varios géneros y tipos de discursos.

La identidad social involucra varios elementos como las circunstancias sociales en las que alguien nace, la clase social o la formación. Mientras que la identidad personal se refiere a los aspectos idiosincrásicos resultado de la vivencia personal de esos roles sociales (Fairclough, 2003: 223), es decir de alguna manera es un fenómeno intertextual.

En esta dimensión se conecta sobre todo con las funciones deóntica y epistémica, y también con las otras dimensiones descritas, que sirven para definir el ethos del discurso.

– **Intertextualidad**

La intertextualidad tiene que ver con los procesos de producción e interpretación de los textos, es también entendida como polifonía (Calsamiglia y Tusón, 1999: 148), son los textos de otros presentes explícita o implícitamente en el discurso.

Esta dimensión será útil para analizar la disputa hegemónica en la que se inserta el objeto de estudio, ya que de acuerdo con Fairclough (1998: 65), la hegemonía se estructura por la intertextualidad. En términos de producción, lo intertextual recalca la historicidad de los textos, que son siempre resultado de una serie de cadena de discursos existentes.

Em textos específicos, a ausência, a presença, assim como a natureza da articulação desses outros textos, que constituem “vozes particulares”, permitem explorar práticas discursivas existentes na sociedade e a relação entre elas. (Ramalho y Resende, 2011: 133)

Cabe en esta instancia discernir entre intertextualidad manifiesta e intertextualidad constitutiva, la primera se refiere a los textos abiertamente presentes en el discurso, mientras que la segunda se entiende como interdiscursividad, como transformaciones del pasado en el presente, en otras palabras, cómo interactúan otros tipos de discurso dentro del discurso (*ibid.*).

– **Evaluación**

Mediante ciertas prácticas se puede establecer una hegemonía sociolingüística, las relaciones de dominación y subordinación se hacen evidentes cuando se atienden los distintos tipos de discursos que adquieren una significación ideológica, donde el emisor emana sus evaluaciones o clasificaciones.

Como maneira particular de se posicionar diante de aspectos do mundo, avaliações são sempre parciais, subjetivas e, por isso, ligadas a processos de identificação particulares. Caso tais processos envolvam posicionamentos ideológicos, podem atuar em favor de projetos de dominação.

Avaliações, então, são significados indenticacionais que podem ser materializados em traços textuais como afirmações avaliativas, afirmações com modalidade deônticas, avaliações afectivas e presunções valorativas (Ramalho y Resende 2011:119).

Para Pardo (2013: 184) la evaluación implica asignar nominaciones a los actores con una carga valorativa y normativa, lo que conlleva una estrategia para presentar de manera positiva el “nosotros” respecto de una construcción negativa del “ellos” (otros). En este tipo de casos es frecuente recurrir a la metonimia, es decir, designar una cosa con el nombre de otra.

El valor expresivo muestra la evaluación del productor del texto del aspecto de la realidad con la cual se relaciona una característica formal, por lo que tiene que ver con sujetos e identidades sociales. Cualquier característica formal puede tener simultáneamente dos o tres de estos valores; adicionalmente, una característica formal puede tener también un valor conectivo al relacionar partes de un texto (Franquesa, 2002: 453).

– **Coherencia**

Esta dimensión podrá orientar a ampliar las estrategias discursivas inherentes al objeto de estudio, no en la propiedad de los textos, sino más bien a su interpretación, en este nivel se reconocen las temporalidades, el objeto del discurso y las relaciones internas (Pardo, 2013: 142).

Según Fairclough (1998: 64) un texto es coherente cuando sus constituyentes, episodios u oraciones, están significativamente relacionados de forma que produzcan un sentido. Para formar una unidad coherente es necesario una interconexión de argumentos ideológicos que puedan leerse como totalidad.

Hay varias pautas desde diversos autores para analizar esta dimensión, como la propuesta a continuación:

- a) Regla de la repetición: es necesario que la mayor parte de las proposiciones se encadenen tomando como base la repetición de los elementos.

- b) Regla de la progresión: es necesario que el desarrollo se produzca con una aportación constante de información nueva.
- c) Regla de la no-contradicción: es necesario que no se introduzca ningún elemento semántico que contradiga un contenido establecido previamente (de forma explícita o implícita).
- d) Regla de relación: es necesario que los hechos referidos estén relacionados en el mundo – real o imaginado- representado (Calsamiglia y Tusón, 1999: 221).

Esta dimensión será útil para evidenciar la manera en la que circulan las ideas, la forma estable o conflictiva en la que los discursos convergen para generar una estrategia que legitime los enunciados.

CAPÍTULO IV

4. Análisis del corpus: Discursos de Correa en el proceso de aprobación de la LOC

4.1 Definición de actores a partir del análisis de coyuntura

Para empezar con este apartado es preciso sistematizar un breve análisis de coyuntura con los datos obtenidos de las fuentes primarias y secundarias de este estudio, con la finalidad de determinar el rol de los actores implicados en el proceso de aprobación de la LOC. Esto nos permitirá estructurar la información, las posturas y las tendencias de los actores en mención, así como también facilitará el abordaje de los principales aspectos contextuales, históricos e institucionales.

Tanto el análisis documental como el bibliográfico han constituido fuentes complementarias de gran valor, no solo por todo el material proporcionado, sino sobre todo en el proceso de reconstrucción del contexto y su interpretación, lo que resulta pertinente para las necesidades empíricas de este trabajo.

El análisis de coyuntura, como parte del ACD, tiene como objetivo obtener una valoración política del evento significativo que tomamos como muestra para el desarrollo de esta tesis, es decir, dotarlo de sentido para nuestros propósitos académicos.

La coyuntura también se puede definir como la forma de manifestación de la lucha de los diferentes actores, grupos, en una sociedad específica y en un momento determinado. Una sociedad que está dividida en clases sociales, grupos económicos y políticos que juegan un papel determinado en la estructura social de que se trate (INCEP 2002: 11).

Lo que pone de manifiesto esta técnica es cómo los actores configuran sus alianzas, estrategias, intereses, ideología y correlación de fuerzas, entendiendo a la realidad social como una articulación compleja de fenómenos, acciones y prácticas que definen un escenario. Una vez identificado y delimitado el evento significativo, como se detalló y justificó en el capítulo que antecede, es momento de correlacionarlo con los actores sociales.

Un actor es alguien que representa, que encarna un papel dentro de una trama. Un determinado individuo es un actor social cuando representa algo para la sociedad, para el grupo, la clase o el país; encarna una idea, una reivindicación, un proyecto, una promesa, una denuncia (*ibid.*: 24).

Para ilustrar el análisis de la escena política que seleccionamos, presentamos el siguiente esquema donde se puede distinguir las categorías de actores, considerando la caracterización del Instituto Centroamericano de Estudios Políticos (INCEP) (*ibid.*: 13-16).

Tabla 6. Actores, funciones y acciones en el contexto de estudio.

Actores		Función	Acción
Categorías	Tipo		
Actores de clase	Sociedad civil	destinatario	Recibe los enunciados respecto a la LOC.
	Ciudadanía	destinatario	Recibe los enunciados respecto a la LOC.
Actores políticos	Rafael Correa	protagonista	Promueve la LOC como elemento democratizador.
	LOC	proyecto / dispositivo	Contiene preceptos que marcan una ruptura con la lógica mercantil de la comunicación.
	Enlace Ciudadano	ayudante / dispositivo	Es el medio utilizado por Rafael Correa para legitimar el proyecto de la LOC.
	Asambleístas de AP	ayudante	Produce y debate proyecto de la LOC.
	Asambleístas de oposición	opositor	Critica y obstaculiza la aprobación de la LOC.
	Secretario Nacional de Comunicación	ayudante	Construye una estrategia reactiva y argumentativa respecto a la necesidad de la

			LOC.
Actores culturales	Academia	destinatarios	Discute los preceptos de la LOC.
Actores complejos	Dueños de medios	opositores	Emprenden una campaña en contra de la LOC, bajo el argumento de que atenta a la libertad de expresión y al libre flujo de la información.
	Trabajadores de la comunicación	destinatario	Reciben los enunciados respecto a la LOC y se mantienen expectantes ante los beneficios que tendrían. Aunque muchos, ante el espíritu de cuerpo, también optaron por rechazar el proyecto.
	Periodistas / comunicadores sociales	destinatarios / opositores / ayudantes	Los que pertenecen a medios privados se alinean al rol político en contra del régimen, mientras que los públicos defienden la necesidad de la LOC.

Elaboración: propia.

Como se puede apreciar, la definición de actores y funciones muestra cómo los diferentes actores sociales se relacionan entre sí, evidenciando en unos casos confrontación, cooperación u oposición, también plantea una aproximación para entender las relaciones existentes de fuerza, dominio, igualdad o subordinación, que se analizarán en los apartados siguientes con mayor detenimiento.

4.2 El proceso de significación en la construcción del mensaje de Correa

En esta fase de la investigación, como un acercamiento a la dimensión ideológica del discurso de Correa, se analizarán las palabras empleadas en los discursos que componen la muestra: “Posesión de 80 jueces y juezas especializados en violencia intrafamiliar” (Correa, 2013a), “La Información como Derecho y los Medios como Poder” (Correa, 2013b), y “Enlace Ciudadano N°. 327” (Correa, 2013c).

Considerando a los tres elementos del corpus como un todo, su análisis será general. Como se ha definido previamente, el evento significativo es la aprobación de la LOC. En esta parte del estudio se podrá constatar que tipo de conocimientos o creencias se valorizan en el discurso y cómo se articulan los significantes en la estrategia de Correa. Con la consulta de *frecuencia de palabras* se ubican los temas de significado potencial, determinados por los conceptos que se utilizan con mayor frecuencia, lo que Fairclough (1998: 58) denomina lexicalización.

Tabla 7. Significación ideológica (Frecuencia de vocabulario tecno-político).

Palabra	Longitud	Conteo	Porcentaje (%)	Palabras similares
medios	6	61	0,76	medio, medios
comunicación	12	52	0,65	comunicación
poder	5	46	0,58	poder, poderes
gobierno	8	45	0,56	gobierno, gobiernos
derecho	7	43	0,54	derecho, derechos
información	11	37	0,46	información
prensa	6	33	0,41	prensa
estado	6	32	0,4	estado, estados
libertad	8	26	0,33	libertad, libertades
ecuador	7	24	0,3	ecuador
diario	6	22	0,28	diario
periodistas	11	22	0,28	periodista, periodistas
políticos	9	22	0,28	político, políticos
bien	4	21	0,26	bien, bienes
sobre	5	21	0,26	sobre
mercado	7	20	0,25	mercado

país	4	20	0,25	país
público	7	20	0,25	público, públicos
expresión	9	19	0,24	expresión
intereses	9	19	0,24	intereses
nuestros	8	19	0,24	nuestro, nuestros
propiedad	9	18	0,23	propiedad
empresas	8	17	0,21	empresa, empresas
nacional	8	17	0,21	nacional, naciones
canal	5	16	0,2	canal, canales
contra	6	16	0,2	contra
ejemplo	7	16	0,2	ejemplo, ejemplos
humanos	7	16	0,2	humano, humanos
capital	7	15	0,19	capital
cuando	6	15	0,19	cuando
caso	4	14	0,18	caso, casos
mayor	5	14	0,18	mayor, mayores
negocios	8	14	0,18	negocio, negocios
verdad	6	14	0,18	verdad, verdades
business	8	13	0,16	business
ciudadanos	10	13	0,16	ciudadanos
problema	8	13	0,16	problema, problemas
américa	7	12	0,15	américa
grandes	7	12	0,15	grande, grandes
televisión	10	12	0,15	televisión
ecuatoriano	11	11	0,14	ecuatoriano, ecuatorianos
grupos	6	11	0,14	grupo, grupos
informe	7	11	0,14	informe, informes
libre	5	11	0,14	libre, libres
mediático	9	11	0,14	mediático
nuestra	7	11	0,14	nuestra, nuestras
nueva	5	11	0,14	nueva
otros	5	11	0,14	otro, otros
pueblos	7	11	0,14	pueblo, pueblos
puede	5	11	0,14	puede
ética	5	11	0,14	ética
antes	5	10	0,13	ante, antes
banco	5	10	0,13	banco, bancos
comercio	8	10	0,13	comercio
cualquier	9	10	0,13	cualquier
democracia	10	10	0,13	democracia, democracias

ellos	5	10	0,13	ello, ellos
mentiras	8	10	0,13	mentira, mentiras
política	8	10	0,13	política, políticas
presidente	10	10	0,13	presidente, presidentes
social	6	10	0,13	social, sociales
solo	4	10	0,13	solo
ahora	5	9	0,11	ahora
años	4	9	0,11	años
gran	4	9	0,11	gran
lucro	5	9	0,11	lucro
lógica	6	9	0,11	lógica
periódicos	10	9	0,11	periódico, periódicos

Elaboración: propia -NVivo 12 QSR Internacional-

La ocurrencia de determinadas palabras en estos documentos da cuenta de un lenguaje que se orienta a un uso ideológico con fines políticos. Entre los discursos de esta muestra, existe una convergencia en el uso del lenguaje, alineándose a las mismas líneas argumentales. Estos patrones comunes, se caracterizan por un vocabulario eminentemente político complementado con uno jurídico que sustenta las estrategias del discurso por legitimar la necesidad de democratizar y regular la comunicación.

Cabe recalcar que para esta fase del estudio se han excluido las palabras vacías, mediante la codificación de NVivo, que permite enlistar las palabras que carecen de carga semántica. De la misma manera se han omitido las palabras con menos de 4 caracteres, de tal forma que el análisis destaque los conceptos con valor para este trabajo.

Medios, comunicación, poder, gobierno, derecho, información, prensa, estado, libertad, Ecuador, diario, periodistas, políticos, son las palabras que más se repiten en el texto, remitiéndonos a los elementos principales con los que Correa compone su mensaje. La esencia de este discurso podría sintetizarse en que los medios de comunicación representan un poder que va en contra de la democracia y del desarrollo de los pueblos, que cumplen con una función específica que es la de mantener los intereses de los grupos dominantes, por lo que es necesario que el Estado regule su actividad y la LOC es el mecanismo para

y con poca capacidad de argumentación que produce sus mensajes en base a mentiras y manipulación. Aquí algunos ejemplos del uso de *medios* en el discurso.

¿cuándo en la historia un concurso de estos no ha tenido la maledicencia, el boicot, el tratar de ser desprestigiado por los *medios de comunicación*, por los grupos de poder? (Correa, 2013a).

Para hacerle daño al gobierno, a cualquier persona que se le aplique la ley y los *medios* la denominen como “perseguido político” ya no se le puede aplicar la ley y si cometió un delito hay que dejarlo en la impunidad (Correa, 2013a).

he pensado que el título más adecuado para esta intervención sería: “La Información como Derecho y los *Medios* como Poder”, y más exactamente poder económico (Correa, 2013b).

Entendiendo que los *medios* de comunicación no son otra cosa que *big business* (Correa, 2013b).

Incluso los *medios* impresos, una vez que se compra un diario lo pueden leer muchas personas, sigue siendo de bastante fácil acceso y no hay rivalidad en el consumo (Correa, 2013b).

los *medios* mercantilistas no venden información a los ciudadanos, sino que venden ciudadanos a los patrocinadores (Correa, 2013b).

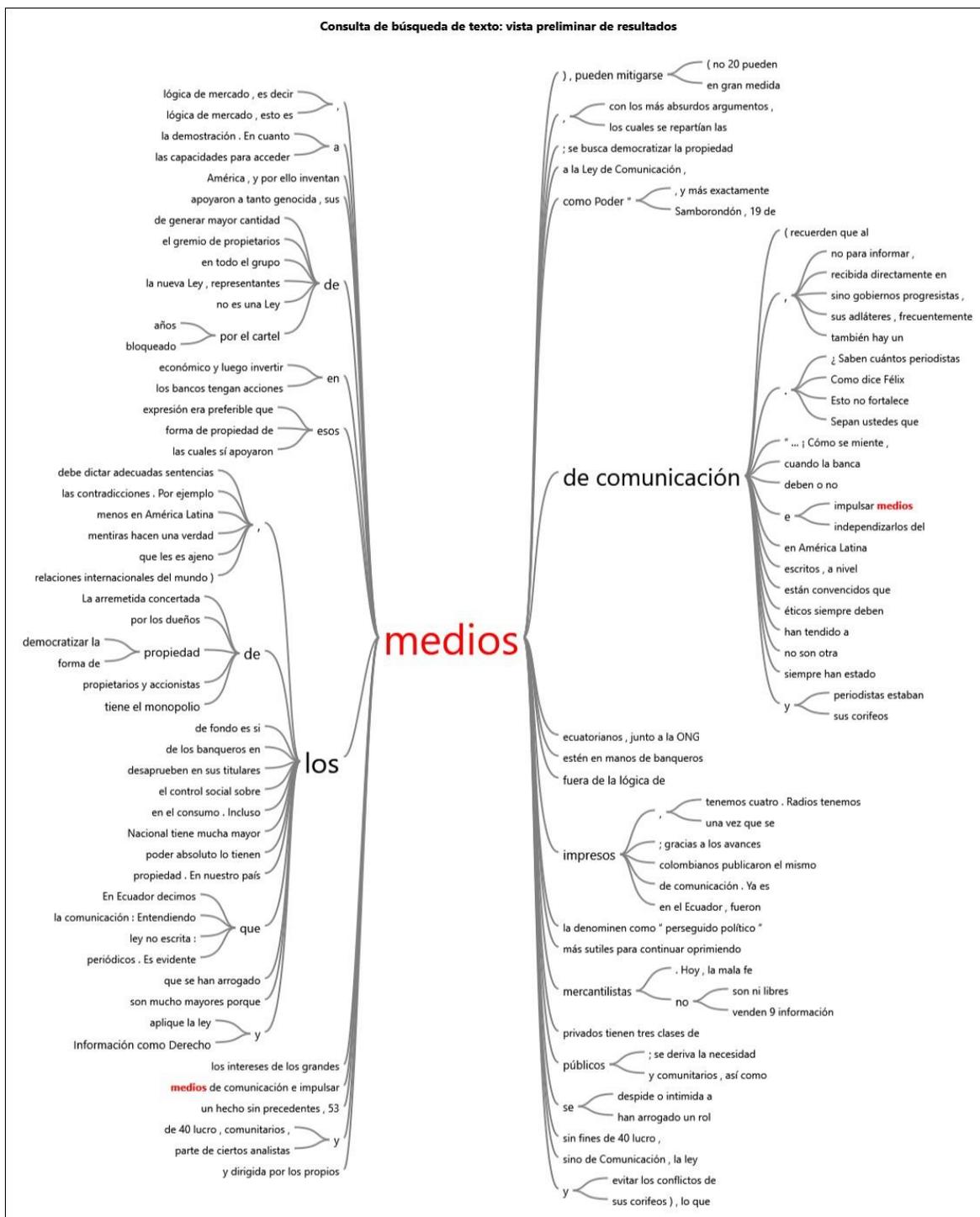
La arremetida concertada de los medios, con los más absurdos argumentos, fue impresionante (Correa, 2013b).

los *medios* mercantilistas no son ni libres ni independientes, sino sometidos al capital, el de los dueños del *medio* y el de sus (Correa, 2013b).

ley que había sido bloqueada cuatro años por el cartel de medios de comunicación y sus corifeos en la Asamblea (Correa, 2013b).

Es evidente que los medios de comunicación en América Latina han sido monopolios de las oligarquías (Correa, 2013b).

Gráfico 2. Consulta de ítem medios (árbol de palabras).

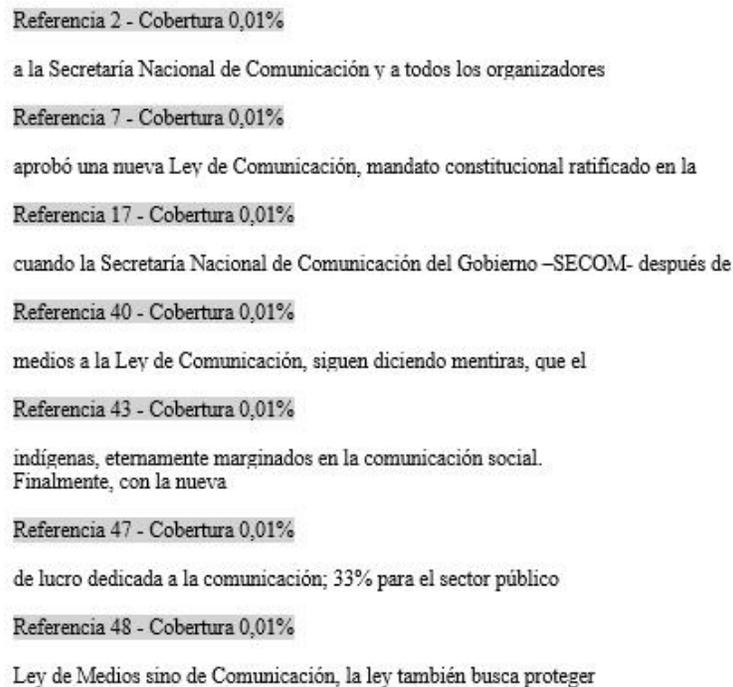


Elaboración: propia -NVivo 12 QSR Internacional-

La asociación directa de los términos *medios, poder, big business, negocio o mercantilista*, puede entenderse como una acción estratégica de *interdiscursividad*, en la producción de un discurso tecno-político, puesto que estos elementos ajenos al significado potencial de la palabra *medios* remiten a otro tipo de discursos.

De la misma forma la palabra *comunicación* se relaciona con todo el conjunto de significantes antagonistas de *medios*, pero además de esta significación ideológica que rompe con el sentido histórico determinado de su significado potencial, en el discurso también se presenta al ítem *comunicación* con una variación que la relaciona con el contexto institucional y con el proyecto LOC (Ley, Secretaría Nacional de Comunicación, gobierno, mandato, constitucional) con frases que hacen alusión al cambio de las condiciones que puede propiciar la regulación y cómo esto beneficiará a la sociedad y a la democracia.

Gráfico 3. Colocación del ítem comunicación en el contexto institucional y como proyecto en la muestra.



Elaboración: propia -NVivo 12 QSR Internacional-

sentido con el que operan los *medios* como aparatos o dispositivos del poder, en otras palabras, se lo asume como una significación ideológica.

4.3 La fundamentación tecno-política del discurso de Rafael Correa

El aseguramiento de la gobernabilidad de Correa mucho tuvo que ver con una postura política firme, posibilitada por una serie de factores que le permitieron la aplicación de políticas y estrategias para lograr objetivos como la regulación de la comunicación. Sin embargo, la relación beligerante con los medios desató un conflicto inédito en la historia del país, generando una resistencia agresiva ante la necesidad de plantear mecanismos y procesos para el ejercicio pleno de los derechos relacionados a la información, la comunicación y la cultura, ámbitos que históricamente se mantuvieron subalternizados por un potente andamiaje neoliberal y antiestatista.

En este apartado se abordará la dimensión ideacional del discurso de Correa, tomando como punto de partida la categoría de la *presuposición*, desde la que se puede aproximar a las estrategias que proyectan las competencias, saberes, conocimientos y virtudes del emisor, mediante la exploración del uso de conectores adversativos (pero, sino, no obstante, sin embargo, pero sí, aunque, menos, solo, excepto, salvo, más que, en cambio, ahora bien). Algunos ejemplos de este caso.

Pero existe otro problema. La información no es sólo un bien indispensable para una sociedad moderna, sino que técnicamente es lo que en Economía se conoce como un bien público (Correa, 2013b).

Pero lo que ocurre es precisamente lo contrario: existe una absoluta colusión (Correa, 2013b).

Sólo con un análisis de mercado ya hay graves problemas en el supuesto, entre comillas: “mercado de la información”, pero en realidad estos problemas son mucho mayores porque los medios se han arrogado un rol político (Correa, 2013b).

De hecho, la práctica generalizada era hacer un emporio económico y luego invertir en medios de comunicación, no para informar, sino para defender los intereses del emporio (Correa, 2013b).

Sin embargo, todavía el desbalance entre lo público y privado es fenomenal a nivel de comunicación (Correa, 2013b).

Para el caso ecuatoriano, aunque el problema de fondo es la forma de propiedad de los medios de comunicación, también hay un problema muy grave de concentración y transparencia en dicha propiedad (Correa, 2013b).

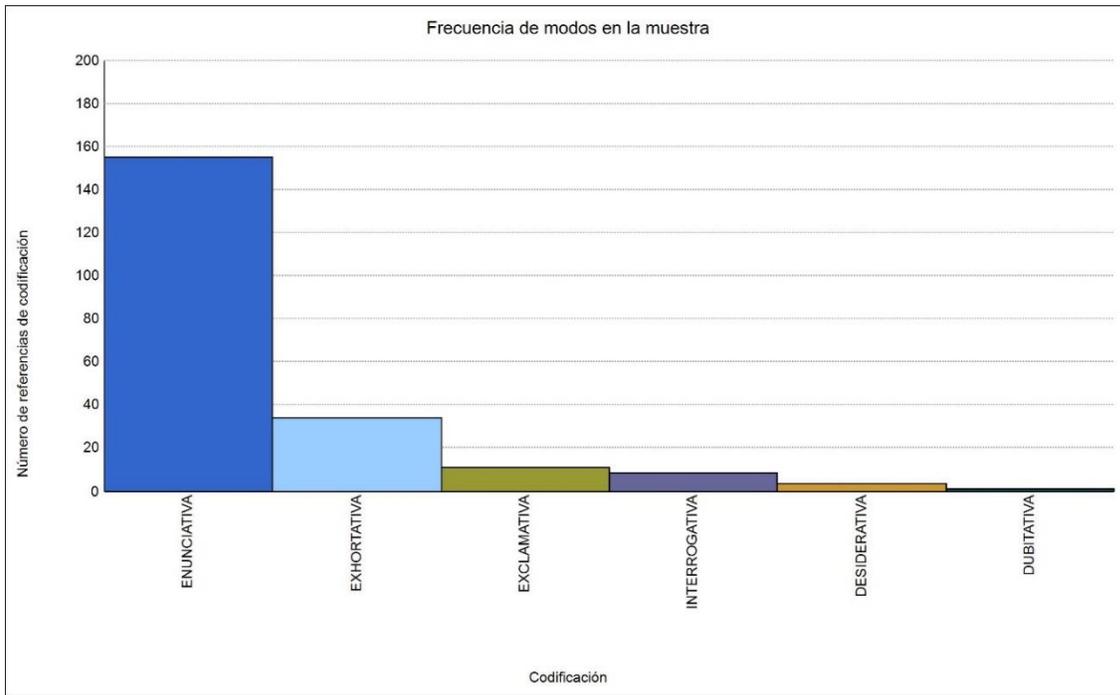
Teleamazonas estaba haciendo una amplia cobertura de la quiebra fraudulenta de Filanbanco, más que por honestidad periodística, por la rivalidad existente entre el capital financiero de la Sierra y de la Costa (Correa, 2013b).

Como se puede apreciar en estos fragmentos del discurso, las presuposiciones se basan en el valor experiencial del emisor, lo que reafirma a través de refutaciones no solo su conocimiento sino su poder, que contribuye a construir un contexto en el que prima el interés privado, donde la intervención y el cambio de las reglas de juego son vitales para contrarrestar el poder hegemónico. La característica principal de estas formas argumentales es la racionalidad desde el pensamiento económico, que le sirven a Correa para reconstruir el entorno desfavorable del ejercicio de la comunicación desde el punto de vista histórico, político y ético. Ante la falta de normatividad y todas las dificultades que se derivan para el acceso pleno al derecho de la comunicación e información, Correa resalta la presuposición de que la LOC mejoraría las condiciones que envuelven al ámbito de la comunicación en la sociedad ecuatoriana.

El discurso tecno-político de Correa se constituye por un determinado ethos de la virtud y de la competencia, que se legitima por las distintas estrategias que asume y que confieren objetividad y certidumbre a lo dicho. En este apartado, se subrayará el valor relacional y expresivo de las estructuras gramaticales mediante el análisis de la *modalidad*, que se relaciona con las funciones del sujeto y con el empleo de los verbos modales. Según el análisis, como se podrá constatar en el próximo gráfico, aparecen con predominancia el

modo enunciativo y el exhortativo. En el primero el emisor presenta enunciados afirmativa o negativamente, definiendo la modalidad epistémica.

Gráfico 5. Frecuencia de modos en la muestra.



Elaboración: propia -NVivo 12 QSR Internacional-

Tabla 8. Codificación de nodos por referencias.

Codificación	Número de referencias de codificación
Desiderativa	4
Dubitativa	1
Enunciativa	155
Exclamativa	11
Exhortativa	34
Interrogativa	9

Elaboración: propia -NVivo 12 QSR Internacional-

Enseguida varios ejemplos del modo enunciativo.

Y aquí hemos estado dominados por los grandes negocios dedicados a la comunicación. Así que estas iniciativas reconfortan, llenan de alegría, llenan de esperanza. Felicitaciones a la Secretaría Nacional de Comunicación y a todos los organizadores de este evento (Correa, 2013b).

El primer problema de fondo es la forma de propiedad, ya que pese a toda ética y profesionalismo periodísticos, desde que se inventó la imprenta, la libertad de prensa no es otra cosa que la voluntad del dueño de la imprenta (Correa, 2013b).

Cabe indicar que el dueño de este periódico también era uno de los principales comerciantes de armas del país (Correa, 2013b).

El negocio consiste no en la calidad de la información, sino en la cantidad de ciudadanos a los que lleguen, y si lo que vende y lucra es el escándalo, no la verdad, sin duda se quedarán con lo primero (Correa, 2013b).

Por definición de empresa mercantil, el lucro pasará antes que la calidad de la información (Correa, 2013b).

Ante lo inminente de la aprobación de la nueva Ley, representantes de medios ecuatorianos, junto a la ONG Fundamedios fundada por ellos mismos, y directivos de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos –AEDEP-, el gremio de propietarios de medios impresos en el Ecuador, fueron a Colombia a hablar con el equivalente de la AEDEP en dicho país para que los ayuden a impedir la aprobación de la ley (Correa, 2013b).

Si la prensa difama, desinforma, calumnia a nuestros gobiernos, es “libertad de expresión” (Correa, 2013b).

Lamentablemente todavía hay ciudadanos que creen ese discurso. Además, es un poder muy eficaz, ya lo dijo Alí: No hay ejército que pueda invadir el mundo, la desinformación de la prensa sí lo puede hacer (Correa, 2013b).

Se quiere mitificar a los periodistas como heroicos luchadores contra gobiernos despóticos que no aguantan ninguna crítica (Correa, 2013b).

Es decir, para la prensa “libre e independiente” todos esos improperios e insultos impublicables constituyen el “libre flujo de ideas” (Correa, 2013b).

En nuestro país los medios de comunicación escritos, a nivel nacional, son propiedad de media docena de familias; lo que ustedes se enteran cada día, lo que creen sobre personas que ni conocen, lo que piensan que pasa en el resto del mundo, es lo que quieren decirles o callarles media docena de familias (Correa, 2013b).

El mayor diario nacional, El Universo, pertenecía –hasta que denunciemos aquello, ahora pertenece a una firma en Miami-, antes pertenecía a empresas fantasmas en Islas Caimán (donde ustedes saben que no se va precisamente a pagar impuestos y a transparentar

balances; tampoco a Miami, pero al menos está más cerca) (Correa, 2013b).

Los modos enunciativo y exhortativo se relacionan con proximidad con el objeto de influir a sus audiencias, definiendo la modalidad deóntica, mediante órdenes, prohibiciones, ruegos, consejos, recomendaciones, sugerencias, etc.

Recuerden lo que vivíamos en Ecuador, todas esas leyes absurdas: el FEIREP; la “Ley de Transparencia y Responsabilidad Fiscal”, que limitaba todo gasto público, así sea para educación, para salud, para vivienda, excepto para el servicio de la deuda externa (Correa, 2013b).

vamos finalmente a poder prohibir la publicidad que atente contra la salud humana (Correa, 2013b).

Pero, así como el juez honrado siempre debe dictar adecuadas sentencias, los medios de comunicación éticos siempre deben publicar la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad, sin pretender tener discrecionalidad para informar, por el hecho de ser privados (Correa, 2013b).

Del análisis realizado se deriva la necesidad de democratizar la propiedad de los medios de comunicación e independizarlos del dominio del capital; se deduce también la necesidad de generar mayor cantidad de medios fuera de la lógica de mercado, es decir, medios sin fines de lucro (Correa, 2013b).

Nuestra Nueva Constitución (aprobada en el 2008 luego de una Asamblea Constituyente con miembros elegidos por votación popular y ratificada en consulta popular con el 63% de los votos) prohíbe que los bancos tengan acciones en medios de comunicación (recuerden que al inicio del gobierno, de 7 canales 5 eran propiedad de la banca), algo que en países como Estados Unidos está prohibido con el Bank Holding Act desde 1956, pero que en Ecuador era poco menos que una blasfemia hablar de esto (Correa, 2013b).

los banqueros sólo pueden dedicarse a la actividad financiera, y los comunicadores sólo a la actividad de comunicación (Correa, 2013b).

Esto ya se concretó con la nueva Ley de Control de Poder de Mercado, la cual establece que todo accionista con más de 6% de participación en la propiedad de un banco o un medio de comunicación, no podrá tener otra clase de empresas (Correa, 2013b).

Zapatero a tus zapatos: banqueros a hacer banca; comunicadores a comunicar y no pretender unir el poder mediático a la defensa de los emporios económicos (Correa, 2013b).

Ecuadorianas, ecuatorianos, espero que entiendan la trascendencia de esta norma (Correa, 2013b).

se empodera a los ciudadanos, no al Gobierno, para que puedan defenderse de los abusos del poder mediático; se promueve una ciudadanía crítica, que pueda exigir su derecho a la información y a la comunicación (Correa, 2013b).

La ley establece que ese espectro radioléctrico se tiene que repartir: 33% para la empresa privada con fines de lucro dedicada a la comunicación; 33% para el sector público (que no es solamente el gobierno, es el IESS, es la Asamblea, es la Justicia, son los Municipios, son las Prefecturas, las Universidades públicas, etcétera); y 34% para el sector comunitario, básicamente sin fines de lucro (pueblos, nacionalidades indígenas, pero también verdaderas fundaciones, asociaciones de periodistas que quieran ejercer el periodismo, no el negocio) (Correa, 2013b).

Para finalizar, ojalá haya quedado claro y no nos dejemos engañar, lo que está en el centro del debate no es la libertad de expresión sino la contradicción técnica y ética de negocios privados con fines de lucro e intereses políticos y grupales, proveyendo (frecuentemente en forma monopólica) un derecho fundamental, el derecho a la información, lo cual les otorga un poder tan grande como ilegítimo, puesto que entre el fin privado –lucro, poder- y el fin social – garantizar un derecho-, por definición prevalece lo primero o dejarían de ser empresas de mercado (Correa, 2013b).

Sin duda el problema de la mala información y abusos de poder se mitigan con ética y profesionalismo (Correa, 2013b).

No es una mercancía, es un derecho y debe suministrarse con lógica de servicio público, con lógica de derechos, lo cual significa que como derecho nadie te lo puede quitar, no que alguien te lo puede conceder en función de sus intereses (Correa, 2013b).

¡A defendernos de los big business que atentan contra nuestros derechos, ya sea el derecho a la salud, el derecho a la seguridad o el derecho a la información! (Correa, 2013b).

Defendemos la verdadera libertad de expresión y el derecho a la información de todas las ecuatorianas y todos los ecuatorianos y no solamente de las grandes corporaciones mediáticas que lucran de esta información y de esta libertad, frecuentemente destruyéndolas (Correa, 2013b).

Pero aquí, en el Ecuador del siglo XXI, con nuestra Revolución Ciudadana, prevalecerán los derechos de nuestros ciudadanos y no los intereses del gran capital (Correa, 2013b).

Cuántas falacias se lanzan a diario, ahora que por fin tenemos un Estado de Derecho y todos debemos someternos al imperio de la ley (Correa, 2013a).

En pocos casos se pudo evidenciar el uso del modo dubitativo y desiderativo, y cuando se los emplea se lo hace en los enunciados y exhortaciones, en una estrategia de intercambio de funciones, destacándose los léxicos, adverbios y valoraciones moralizantes que expresan necesidad y obligación, la necesidad de la LOC y la obligación de cumplir con la ley, la ética y la lógica.

La centralidad del modo enunciativo en el discurso de Correa muestra como la función o modalidad epistémica tiene mayor peso en el proceso dialéctico que se construye junto a la

coerción o modalidad deóntica. Esta particularidad le da un valor performativo al discurso tecno-político, ya que el emisor sabe, conoce, puede, debe y quiere y además está facultado. En cuanto a la dirección ética y moral encarnada en la figura de Correa, se puede observar en el Enlace Ciudadano No. 327, cómo el discurso se desarrolla bajo una estructura melodramática, en la que se destacan varios sentimientos y emociones como el entusiasmo, la risa, la indignación o la ira, y personajes diferenciados (actores políticos) como el héroe, la víctima, el agresor, el traidor y el ridiculizado.

¿Cuál será el coeficiente intelectual de este tipo no? Que limitado que es, que torpe que es (Correa, 2013c).

Para nuestro fiel seguidor, fiel radioescucha, fiel televidente, Andrés Páez, también conocido como el “agente 007”, otro besito volado (Correa, 2013c).

En este formato la estrategia comunicacional apela a lo sensible, aborda la coyuntura, temas sociales y cotidianos, como la pobreza, la migración, la explotación laboral, la corrupción, la violencia, la delincuencia o el boicot de la oposición en contra de las transformaciones que emprende la Revolución Ciudadana, asuntos que demás son controvertidos por Correa, sugiriendo su opinión y lectura como la más adecuada y oportuna, reafirmando nuevamente su función epistémica. Su función deóntica también se hace latente en sus enunciados, al estar investido del poder presidencial. Su tono es drástico y literalmente desafiante.

¿La caretucada no tiene límite no? El Departamento de Estado expresando su preocupación por la Ley de Comunicación del Ecuador. Por el amor de Dios, ya le vamos a mandar una cartita expresando nuestra preocupación porque no han firmado el Pacto de San José, el espionaje, ellos sí a los periodistas, a los medios de comunicación y todo el mundo, a los presos en Guantánamo, 11 años sin juicio, incomunicados, que prefieren morir con huelga de hambre. Y estos son los que hablan, los que se preocupan de nuestra Ley de Comunicación. Preocúpense de los atentados a los Derechos Humanos que cometen cada día, preocúpense de los derechos internacional e interamericano, del bloqueo criminal a nuestra querida Cuba, entiendan que América Latina digna, soberana, del siglo XXI no es el patio trasero de nadie (Correa, 2013c).

Nos quieren dar cátedra de libertad de expresión. ¡Qué caretucos no, qué caretucos!
(Correa, 2013c).

Yo desafío a cualquier periodista del país a que denuncie si en algún momento ha recibido censura previa de este Gobierno (Correa, 2013c).

La retórica que instaura el discurso de Correa es de tipo epistémica y se sustenta con oraciones en las que muestra capacidad, competencia y carisma. El *ethos* que constantemente desarrolla en su discurso es el académico, presentado cifras, estadísticas y resultados. La estrategia interdiscursiva también incluye un modelo pedagógico, con la capacidad de explicar y ejemplificar, en este caso conceptos de administración pública (servicio público) y economía política de la comunicación (estructura de propiedad de los medios).

En el análisis del *ethos* se muestran procedimientos enunciativos, como los descritos anteriormente, que construyen el *ethos* del saber y del poder, expresados por medio de la fuerza verbal de un contexto adverso, crítico, donde se configura como el actor competente, que propone, diagnostica y resuelve (*ethos* de la inteligencia).

Correa construye una imagen de sí como político competente, experimentado, que transmite su conocimiento a su audiencia. Este *ethos* pedagógico constituye una estrategia de legitimación de su liderazgo y credibilidad. Correa emplea un discurso explicativo (Zamudio y Atorresi, 2000: 116-119) que busca la comprensión de sus destinatarios, encarna el papel de profesor frente a sus alumnos, una faceta forjada por su experiencia en la academia que la adapta con fluidez a su ejercicio como autoridad política. Esto lo ubica jerárquicamente en un sitio de poder, de conocimiento respecto al que lo carece.

Correa emplea metalenguaje económico, cita ejemplos, utiliza recursos como la paráfrasis intradiscursiva (*ibid.*: 75) para facilitar la comprensión de conceptos como cuando plantea:

La información no es sólo un bien indispensable para una sociedad moderna, sino que técnicamente es lo que en Economía se conoce como un bien público, esto es, sin capacidad de exclusión ni rivalidad en el consumo. Si yo tengo una manzana, ese es un bien privado; si tú quieres disfrutar de esa manzana me tienes que compensar, si soy una empresa mercantil te la voy a vender; si yo como de la manzana, tú comes menos de la manzana.

Pero, el paisaje que estamos viendo del río Guayas, yo no puedo impedir que ustedes lo vean, hay libre acceso a ese bien llamado paisaje; y el que ustedes lo vean no impide que el otro lo vea y lo disfrute también: no hay rivalidad en el consumo. Eso es un bien público; normalmente los bienes ambientales y paisajísticos son bienes públicos (Correa, 2013b).

¿Qué pasaría en cualquier “mercado” –entre comillas- donde existieran pocas empresas proveyendo un bien indispensable, que además constituye un bien público generador de efectos sobre toda la sociedad; y que, por añadidura, dichas empresas pudieran coludir, es decir, ponerse de acuerdo entre ellas en beneficio de sus negocios y en perjuicio de los consumidores? (Correa, 2013b).

Frente a todo lo descrito, ¿cuáles son las soluciones? (Correa, 2013b).

Esto en Economía se llama sencillamente colusión y nos recuerda bastante bien las tácticas de los “*big business*” (Correa, 2013b).

Sólo con un análisis de mercado ya hay graves problemas en el supuesto, entre comillas: “mercado de la información” (Correa, 2013b).

Hablemos con ejemplos (con tantas formas de saqueo que ha soportado el país, nos sobran ejemplos): En Ecuador, la familia Isaías poseía un grupo de más de 200 empresas, entre ellas el banco más grande del país, Filanbanco, y poco a poco adquirieron también dos canales de televisión nacionales en señal abierta, un canal nacional por cable, el propio servicio de televisión por cable, tres radios regionales y un sinnúmero de revistas (Correa, 2013b).

En las citas se observa también la modalidad interrogativa, preguntas dirigidas a un público de manera didáctica, que él responde y explica. Con esto proyecta una imagen de un político en el que el logos es la parte central de su discurso.

El ethos pedagógico se vincula también con el planteamiento de negaciones que tienen como fin la corrección del otro, lo que lo identifica como poseedor de la verdad, y lo eleva a una posición de superioridad respecto a quien se corrige. De esta manera su audiencia, en un escenario o frente al televisor, se ubica como sujeto de aprendizaje y Correa como experto que transmite su conocimiento y experiencia, donde su poder se manifiesta en la función epistémica (saber) y deóntica (poder).

Veamos un ejemplo extremo pero representativo de la calidad ética y profesional del periodismo ecuatoriano (no voy a generalizar, de cierto periodismo, hay grandes

periodistas, de ciertos periodistas, lamentablemente con mucho poder): me refiero a cuando en los primeros días de septiembre del año pasado, tuve que realizar un viaje privado durante doce días a Europa. Emilio Palacio, ex jefe de opinión de Diario “El Universo”, el diario más vendido del país, abierto enemigo del Gobierno y hoy autoexiliado en Miami, probablemente huyendo de su propia conciencia, publicaba en twitter una de sus tantas mentiras: “Correa sabe que está en un momento difícil. Fue a Bélgica también con el objetivo de prepararse para huir en caso de una derrota”. La verdad es que fui a Francia a instalar a mi hija mayor en la universidad, ya que se había ganado una beca de estudios en dicho país. Jamás pisé siquiera Bélgica, país de origen de mi esposa, y la “derrota” a la que se refiere este malqueriente, es con respecto a las elecciones presidenciales y legislativas efectuadas en febrero 17 de 2013, donde obtuvimos una de las mayores victorias electorales de la historia del país. Pero este era “jefe de opinión” del diario más vendido del Ecuador; quiero decirles, el más grave peligro que enfrentamos en este oficio es la gente insana, enferma de odio... Cabe indicar que a este tipejo le otorgaron el premio Columnistas del Mundo de Diario El Mundo de Madrid, por, cito, “simbolizar a todos los periodistas de América Latina que están sufriendo una importante represión”, cierro cita (Correa, 2013b).

Adicional a lo mencionado, es relevante señalar que en el discurso del Enlace Ciudadano en el momento de aprobación de la LOC se produjo otro ethos a destacar, el de la celebración, el de alegría, el de la victoria, que se configura a partir de la coyuntura favorable para Correa y su proyecto político y, por ende, adversa, en este caso, para los medios de comunicación privados y los grupos que conforman la oposición política.

Imagen 1. Celebración por la aprobación de la LOC.



Fuente: Enlace Ciudadano N° 327⁵. TC: 01:46:25

4.4 El proceso de interacción e interpretación discursiva

La práctica discursiva debe entenderse como una actividad, como parte del proceso de interacción social. En el proceso de producción el texto es el producto, mientras que en el de interpretación es un recurso (Fairclough 1989: 24). En ambos procesos, el compartir creencias, normas, nociones, conceptos y convenciones entre los miembros de una comunidad es clave para producir e interpretar. Este apartado desarrollará la manera en que otros textos se incorporan al texto, lo que se conoce como *intertextualidad manifiesta*, para entender el proceso de producción del discurso. Así mismo este ejercicio permitirá interpretar el texto tomando en consideración esos otros textos (previos) que aparecen de manera explícita e implícita.

La principal intertextualidad implícita en el discurso de Correa, una vez analizado su lenguaje e intencionalidad, responde al uso de categorías y reflexiones que son parte de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, al referirse a la estructura de propiedad de los medios, a la concentración, a las prácticas monopólicas y oligopólicas del negocio de

⁵ Enlace de YouTube: <https://bit.ly/2OVLarW>

la comunicación, a su relacionamiento con la banca y con cualquier otro tipo de actividad donde haya un conflicto de intereses.

Y la comunicación lamentablemente no es la excepción, por el contrario, es una de las áreas donde de forma más dramática se verifica el dominio del capital sobre los seres humanos y sus derechos, en este caso, el derecho a la información (Correa, 2013b).

El Informe Mac Bride en los años setenta del siglo XX ya cuestionaba las asimetrías en el campo de la comunicación, desde una visión crítica se reconocía a la comunicación como fundamento del desarrollo, por lo que este antecedente de alguna manera constituye una intertextualidad implícita en el desarrollo argumental de Correa a favor de la democratización y la regulación.

Varias referencias explícitas siguen una lógica de repetición de los textos en relación con las ideas fuerza que Correa destaca, que tienen como finalidad recalcar decisiones políticas, y cuyas intertextualidades refuerzan y legitiman desde otras voces el mensaje principal.

Ya era hora que la ciudadanía vaya a la ofensiva, no a la defensiva de los ataques de la derecha, del gran capital; del *big business*, del *big media*, que se nos han robado conceptos tan sublimes como el de la libertad, entre ellos el de la libertad de expresión, cuando lo que hacen es tan solo defender sus intereses... Ojalá se multipliquen, querido Alí [Rodríguez, Secretario de UNASUR], a nivel regional, a nivel de UNASUR, esta clase de eventos (Correa, 2013b).

En este ejemplo se puede apreciar varias intertextualidades, como el uso de anglicismos, evocar los principios originales de la libertad y mencionar a un funcionario y a una institución. En el caso del *big business* el uso del inglés hace referencia a su posición ideológica en contra del poder capitalista. Mientras que mencionar a la UNASUR proyecta la intención de propagar su lucha.

Analicen: Crisis europea, familias se quedan sin casas, bancos con casas, todo en función del capital; prestaron: el problema solamente es del que recibió el préstamo, no del que dio el préstamo; el que daba el préstamo valoraba la casa; burbuja inflacionaria: prestan 250 mil euros, garantía hipotecaria la casa; se derrumba la burbuja, ahora reciben la casa –que ellos

mismos valoraron- a 50 mil euros y la gente se queda sin casa y endeudada para toda la vida (Correa, 2013b).

En este fragmento se toma como referencia la crisis europea para ilustrar el interés que prima para el sector bancario y empresarial en todo el mundo y para demostrar que el poder dominante se encuentra conectado formando una unidad a la que hay que combatir como ciudadanos. A continuación, varios ejemplos de intertextualidad en los que Correa acude a otros actores, experiencias y a varias categorías de la economía para fundamentar su mensaje y darle cierta cientificidad.

Y como manifiesta la Dra. Margareth Chan, Directora General de la Organización Mundial de la Salud, en un muy particular discurso muy rara vez escuchado en un funcionario de esta naturaleza, por su valentía, su frontalidad; en su discurso denuncia a las grandes corporaciones que atentan contra la salud pública y dice textualmente: “Todas estas industrias temen la regulación, y se protegen usando las mismas tácticas.... Estas tácticas incluyen grupos de fachada, cabildeo, promesas de auto regulación, juicios, e investigación financiada por la misma industria que confunde la evidencia y mantiene al público en duda... y describen las acciones del gobierno como una interferencia en las libertades personales y la libertad de elección...” (Correa, 2013b).

En Teoría de Mercado supuestamente la baja calidad del bien suministrado se solucionaría con una sana competencia (Correa, 2013b).

Veamos, por ejemplo, uno de los famosos Wikileaks, que se refiere a una disputa entre dos de los más grandes grupos financieros e informativos que existían (hablo muy esperanzadoramente en pasado) en el país: Teleamazonas, del grupo Banco del Pichincha, y TC Televisión y Gama TV, del Grupo Filanbanco, propiedad estos últimos de los hermanos Isaías, hoy fugitivos en Miami después de defraudar a depositantes y al Estado por centenas de millones de dólares. La disputa se debía justamente a que Teleamazonas estaba haciendo una amplia cobertura de la quiebra fraudulenta de Filanbanco, más que por honestidad periodística, por la rivalidad existente entre el capital financiero de la Sierra y de la Costa (Correa, 2013b).

Como paladinamente lo reconoció Álvaro Vargas Llosa en el canal Ecuavisa el 10 de Junio pasado, y cito: “El rol de la prensa hoy día, en cierta forma, es verdad que se ha desnaturalizado un poco pero no por culpa de la prensa sino de gobiernos que han creado un vacío tan grande y que han obligado a la prensa de cierta forma a sustituir a los partidos, a sustituir al Congreso y a cumplir además el rol tradicional de la prensa” (Correa, 2013b).

Como dice Félix Ortega, sociólogo español, cito: “Con el paso del tiempo y al asumir un papel que les es ajeno, los medios de comunicación han tendido a socavar las bases mismas de la legitimidad política que requieren los gobiernos democráticos, a la vez que han afectado gravemente las propias pautas de convivencia y cohesión de la sociedad”, cierro cita (Correa, 2013b).

Algunas veces se ha llegado a extremos increíbles. ¡Prohibido olvidar! En Venezuela, cuando después del golpe de estado de Abril del 2002 el Presidente Chávez era restituido en sus funciones por presión de todo un pueblo, las cadenas privadas opositoras al gobierno transmitían... ¡dibujos animados! Y por supuesto, ante tremenda manipulación y ocultamiento de la información, nadie dijo nada –algunos dijimos-, nadie hizo nada... (Correa, 2013b).

Veamos otra muestra de la ética y profesionalismo de ciertos periodistas, en este caso, Martín Pallares de diario El Comercio. Estos son algunos de los artículos que este señor ha escrito en los últimos meses, abusando cobardemente de su posición de periodista: “Correa: o ignorante atrevido o incontinente verbal”; “Correa el pandillero”... (Correa, 2013b).

Da que pensar, como dice Eduardo Galeano escritor uruguayo autor de Las venas abiertas de América Latina, da que pensar que “tengan absoluta libertad de expresión para publicar todos los días que no hay libertad de expresión” (Correa, 2013b).

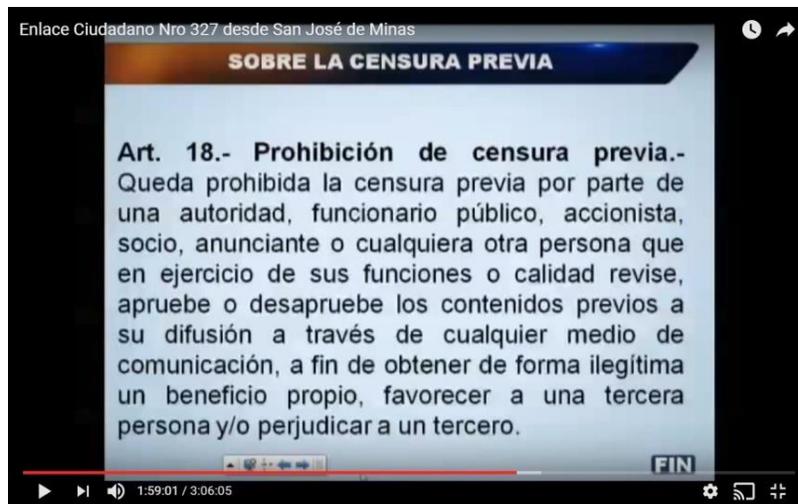
En el Enlace Ciudadano también se apoya con opiniones en la misma sintonía, como la del asambleísta oficialista Virgilio Hernández, quien fue parte del grupo de legisladores que trabajó en el Proyecto de Ley.

Quieren confundir a la gente haciéndole creer que el Estado quiere cogerse todos los medios de comunicación. ¡Mentira!, como dice Virgilio Hernández –pausa, sonrío- golpeamos su órgano más sensible que es el bolsillo. (Correa, 2013c)

Reafirma lo que el asambleísta sostuvo al intervenir por solicitud suya. Es habitual en este espacio la intervención de funcionarios públicos que tengan que ver con los temas abordados. Esta cita, tiene la función de reforzar el discurso de Correa para demostrar y cuan útil resultaría la aplicación de la LOC.

Uno de los artículos que contempla la LOC es la prohibición de la censura previa, para lo que Correa se refiere directamente al artículo, una intertextualidad que refuerza su discurso en el marco de legalidad y legitimidad.

Imagen 2. Artículo 18 de la LOC (intertextualidad).



Fuente: Enlace Ciudadano N° 327⁶. TC: 01:59:01

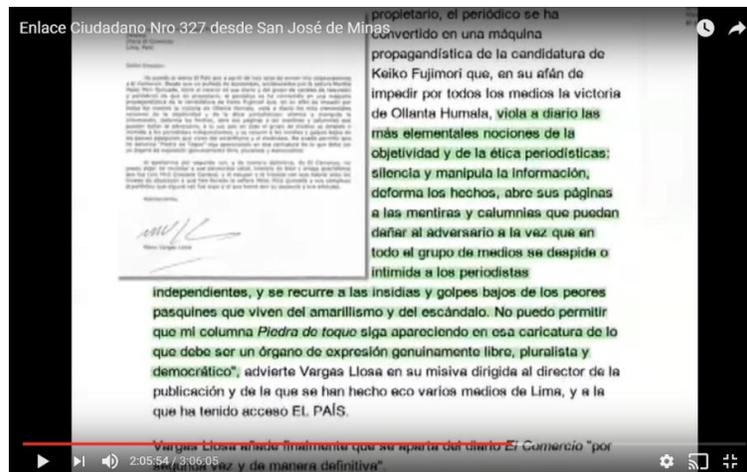
Para sostener este argumento, cita al premio nobel de literatura Mario Vargas Llosa, quien, al decir del presidente no es de su agrado por su ideología conservadora (detalle que hace más potente el sustento), pero reconoce su carta de denuncia ante el diario El Comercio de

⁶ Enlace de YouTube: <https://bit.ly/2OVLarW>

Lima, Perú, cuando el afamado escritor renunció a su columna por la “mediocridad del tratamiento periodístico” de dicho medio.

Sepan ustedes que existe censura previa, lo denunció Vargas Llosa, ya mismo me ponen la carta de Vargas Llosa -ordena- pero no por parte del Gobierno, sino por parte de los dueños de los diarios, se han hecho encuestas, donde la mayoría de periodistas dicen que sí han sufrido censura previa, ¿de quién?, del dueño del diario. (Correa, 2013c)

Imagen 3. Carta de renuncia de Mario Vargas Llosa a El Comercio de Perú (intertextualidad).

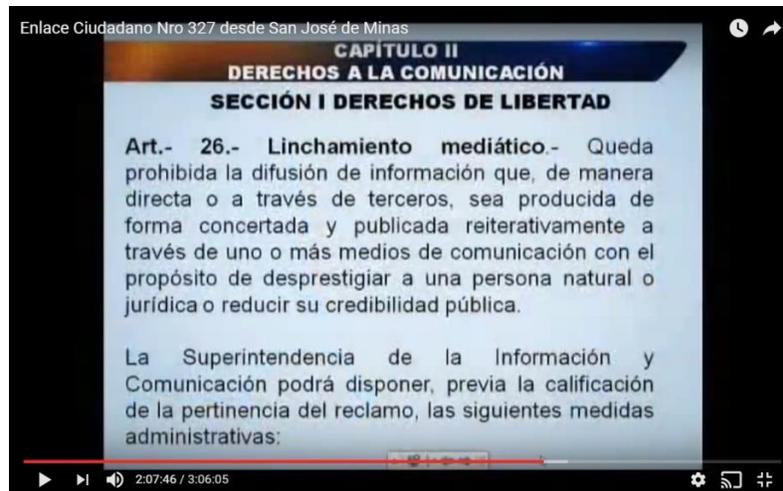


Fuente: [Enlace Ciudadano N° 327](#)⁷. TC: 02:05:54

Otro de los artículos criticados por la oposición y por los medios de comunicación privados es el que corresponde al linchamiento mediático, para sustentar su necesidad y desmentir las imprecisiones al respecto se refiere al artículo en la LOC.

⁷ Enlace de YouTube: <https://bit.ly/2OVLarW>

Imagen 4. Artículo 26 de la LOC (intertextualidad).



Fuente: Enlace Ciudadano N° 327⁸. TC: 02:07::46

A nivel discursivo, no solo se apoya en la Ley o en sus funcionarios, también lo hace con una figura como la del periodista e intelectual español Ignacio Ramonet.

(...) mientras más venden más cara es la publicidad, más ganan. Pero si lo que venden no es la calidad de la información sino el escándalo o la mentira, van a sacrificar la calidad y el derecho de la información por el lucro. Por eso dice Ignacio Ramonet, ex director del *Le Monde Diplomatique* español, que los medios de comunicación no venden información a los ciudadanos, venden ciudadanos a los patrocinadores. (Correa, 2013c)

En el plano de lo visual también se evidencian varias intertextualidades, entre las más destacadas está la Bandera Nacional, en una dosis de exaltación patriótica que hace más emotiva su intervención y ataque a los “enemigos del cambio” y de la Revolución.

⁸ Enlace de YouTube: <https://bit.ly/2OVLarW>

Imagen 5. Bandera Nacional como fondo escenográfico (intertextualidad).



Fuente: Enlace Ciudadano N° 327⁹. TC: 01:45:10

El fondo musical del Enlace Ciudadano que acompaña todo el acto de firma del ejecútese de la LOC también es una intertextualidad, un tema emblemático que forma parte del cancionero de la Revolución Ciudadana.

Título: ¿Cómo será la Patria?

Autor: Pueblo Nuevo.

¿Cómo será la patria que construimos?

Con este sacrificio y esta esperanza.

¿Cómo será la vida sin el martirio?

De ver a la pobreza acechando el alma;

¿Cómo será la patria cuando los niños?

Jueguen con la guitarra de la alegría.

Debemos consagrarnos toda la vida,

Para que no anochezca a mitad del día;

⁹ Enlace de YouTube: <https://bit.ly/2OVLarW>

¿Cómo será la patria sin las hogueras?
Donde se calcinaron huella y camino.
¿Cómo será la patria sin los puñales
que en el pasado hirieron hasta el destino?;

¿Cómo será la patria sin la violencia?
¿Cómo será la patria sin los traidores?
¿Cómo será la vida sin la tristeza?
Que nos causaron sátrapas y opresores;

"Mi sueño, desde la humildad de mi patria morena,
es ver un país sin miseria, sin niños en la calle; una patria sin opulencia,
pero digna y feliz; una patria amiga, repartida entre todos y todas.
Ahora, con el corazón les repito: Jamás defraudaré a mis compatriotas.
Y consagraré todo mi esfuerzo, con la ayuda de Dios y bajo las sombras libertarias
de Bolívar y Alfaro, a luchar por mi país. Por esa patria justa, altiva y soberana
que todos soñamos y que todos merecemos"

Esa será la patria mi compañero,
Patria de nuestros hijos, luz de lealtad.
Patria tierra sagrada en cada sendero,
Donde nunca faltemos a la verdad;

Esa será la patria, país canela,
Y en el sur de justicia y de igualdad.
Nunca nos faltará la fe de Manuela,
Con flores de esperanza y de dignidad;

Esa será la patria que conquistemos,

Patria de mi ternura y mis dolores.
Nunca más la miseria, nunca el olvido.
Nunca más la agonía y en tus tricolores;
Patria de dignidad y luz combatiente,
patria de juventud con alas al viento,
Patria por siempre libre e independiente.
Patria, revolución y renacimiento.
Patria, revolución y renacimiento.

Las representaciones de estos discursos previos le sirven a Correa para incluir el testimonio de otros actores, lo que otorga al mensaje una pretensión de acuerdo con los sectores identificados con la izquierda y que siempre han sido parte de las luchas sociales. Es también una estrategia de apropiación que hace a su discurso más fuerte con relaciones intertextuales diseñadas para persuadir presentado problemáticas y datos relevantes, indiscutibles y con un carácter de objetividad. Esta práctica implica una desautorización de los actores antagónicos en el discurso (dueños de medios, periodistas, oposición política).

El siguiente paso de este análisis es revisar la categoría de *evaluación*, que se basa en las apreciaciones subjetivas y experienciales del emisor respecto a los otros y respecto a la realidad social. En el caso de Correa es habitual en su discurso nombrar el dominio de la experiencia, como se pudo notar en la configuración de los elementos intertextuales que conforman el texto. Estas son algunas de las evaluaciones en la muestra de estudio.

Si algo, queridas amigas y amigos, he podido verificar – ¡y de qué manera!- en estos seis años de Gobierno, es que el capital domina al mundo... (Correa, 2013b).

Esto no tiene lógica, no tiene ética, es pura y simple supremacía del capital sobre los seres humanos (Correa, 2013b).

Recuerden lo que vivíamos en Ecuador, todas esas leyes absurdas: el FEIREP; la “Ley de Transparencia y Responsabilidad Fiscal”, que limitaba todo gasto público, así sea para educación, para salud, para vivienda, excepto para el servicio de la deuda externa (Correa, 2013b).

Y la comunicación lamentablemente no es la excepción, por el contrario, es una de las áreas

donde de forma más dramática se verifica el dominio del capital sobre los seres humanos y sus derechos, en este caso, el derecho a la información (Correa, 2013b).

La arremetida concertada de los medios, con los más absurdos argumentos, fue impresionante. Llegaron a decir que la publicidad no incrementaba el consumo, sino que tan solo daba información de cómo elegir (Correa, 2013b).

Ahí están los recortes de periódicos con los titulares más absurdos... Las Naciones Unidas habían declarado a 1985 como Año Mundial de la Paz, y como Presidente de la Federación de Estudiantes Universitarios Particulares del Ecuador organicé un festival universitario sin precedentes en mi ciudad natal, Guayaquil (trajimos a Pueblo Nuevo, hicimos un concurso nacional de la canción universitaria por la paz, etcétera), y ese evento lo estaba organizando en coordinación con Diario “El Universo”, para darle toda la cobertura al festival (Correa, 2013b).

Jamás he visto tanto espíritu de cuerpo como en el sector mediático. Actúan como un verdadero cartel (Correa, 2013b).

El mismo día en que se votaba la ley en nuestra Asamblea Nacional, viernes 14 de junio, en un hecho sin precedentes, 53 medios impresos colombianos publicaron el mismo editorial titulado “¿Estocada final a la libertad de prensa en Ecuador?” con una sarta de mentiras para deslegitimar la nueva ley (Correa, 2013b).

Es claro que en el mercado informativo, las empresas no compiten, tan solo protegen sus intereses mutuamente (Correa, 2013b).

Esto no fortalece la democracia ni el Estado de Derecho: atenta contra ellos, por ejemplo, cuando la defensa o acusación se hacen en los titulares y no en los tribunales (Correa, 2013b).

Por ejemplo, los medios de comunicación están convencidos que por ser negocios privados, pueden decidir discrecionalmente qué informar y qué no, lo cual es lo más cercano a la manipulación (Correa, 2013b).

Como verán, es impresionante el espíritu de cuerpo y el engaño colectivo del poder mediático (Correa, 2013a).

Es el mayor atentado a la independencia de la Justicia una prensa que trata de juzgar en los titulares y no en los tribunales (Correa, 2013a).

En la edición del Enlace Ciudadano que forma parte de este corpus se puede observar que la posición del presidente Correa desde el punto de vista proxémico y kinésico, como dimensiones de su lenguaje no verbal, da cuenta de un poder vertical e incuestionable. Él se encuentra en un sitio superior y en el centro, a su izquierda únicamente su asistente. A un costado, se hallan sus funcionarios de mayor jerarquía, como un séquito a su disposición.

Las primeras líneas de la audiencia están reservadas para funcionarios de altos y medios cargos de las distintas instituciones gubernamentales, así como para invitados especiales y para los líderes de la comunidad sede del gabinete. El resto del público, entre militantes del partido y seguidores del presidente ocupan las filas posteriores. Esa disposición del espacio connota un poder jerárquico en lo simbólico.

Imagen 6, 7 y 8. Disposición espacial de la escenografía.



Fuente: Enlace Ciudadano N° 327¹⁰. TC: 01:05:21 / 02:48:26 / 01:48:46

Esta particularidad le permite al primer mandatario emitir su criterio, comentarios, juicios de valor, apreciaciones y su análisis como académico. En el desarrollo de su intervención son constantes sus evaluaciones de coyuntura. Desde la perspectiva gubernamental,

¹⁰ Enlace de YouTube: <https://bit.ly/2OVLarW>

representada por Correa, la LOC significa un cambio histórico y positivo para el país y la ciudadanía, que permitirá un mejor acceso a la información/comunicación, comprendida como derecho y servicio público.

Una ley que defiende a los ciudadanos, una ley que defiende a la información como derecho. No defiende los negocios de los *big business*, que trafican con la información en función de su conveniencia (Correa, 2013c).

La información no puede proveerse con lógica privada, peor con lógica de mercado. No es una mercancía, es un derecho y debe suministrarse con lógica de servicio público, con lógica de derechos, lo cual significa que como derecho nadie te lo puede quitar, no que alguien te lo puede conceder en función de sus intereses (Correa, 2013b).

Desde un liderazgo fuerte, el discurso de Correa tiene la capacidad de corregir y valorar mediante el conocimiento (función epistémica) en combinación con una voz moralizante. Principalmente estas evaluaciones presentan al sector de los medios de comunicación como actores políticos que carecen de legitimidad a diferencia de los representantes sociales que participan de la vida pública, por lo que su acción debe limitarse a ejercer el periodismo con ética y profesionalismo. Correa traza en el terreno de la lucha hegemónica un discurso con una carga ideológica que diferencia a la información desde su visión de derechos, la eleva a servicio público fundamental para la sociedad, frente al paradigma liberal que reduce su significación a mercancía. Este contraste del discurso, basado en las valoraciones particulares, hacen que el texto adquiera un tono confrontativo. Además Correa critica el sistema capitalista, esta evaluación desfavorable, que habitualmente en la realidad social no se considera como tal, rompe con un léxico que a nivel cultural, teórico y científico domina el espectro político-económico. Este posicionamiento antineoliberal y antimperialista coincide, con las diferencias del caso, con los gobiernos de la ola progresista, cuyo discurso se orienta hacia la democratización, la justicia social y la inclusión de las masas desposeídas a los procesos de desarrollo. Los medios de comunicación para Correa cumplen con la función de servir a la hegemonía y a la construcción de un imaginario social mediante su poder persuasivo.

Como se pudo evidenciar desde el análisis del diccionario hasta este punto, la estructura genérica de los discursos estudiados muestra la interacción de diversos géneros discursivos que buscan la materialización de los objetivos del discurso propuesto por Correa. Se basa en una estrategia de *intergenericidad* donde se destaca el género instructivo, que se fundamenta en proporcionar normas, consejos, instrucciones (funciones deónticas). Las secciones macrotemáticas comunes en estos discursos son:

- Estructura de propiedad de los medios,
- Ausencia de profesionalismo y ética en el ejercicio del periodismo,
- Propaganda en contra de la Revolución Ciudadana y de los gobiernos progresistas,
- Necesidad de regulación y democratización de la comunicación, y
- Proyecto de la LOC.

En esta progresión de temas, se puede identificar al género argumentativo (función epistémica) con el que el emisor plantea razonamientos en defensa de su posición política e intelectual, con la intención de persuadir. Aquí aparece el género expositivo, en concordancia con la predominancia del modo enunciativo y del ethos de la inteligencia, que ubican a Correa como intelectual orgánico (Gramsci, 1971: 10).

La *coherencia* de las partes constituyentes de los textos se evidencia en la secuencia de repetición de los ejes temáticos antes mencionados, argumentos ofrecidos por el discurso tecno-político para emprender acciones y fundamentar su modelo de políticas de comunicación, integrando una unidad con coherencia. La incorporación de los diversos tipos de discursos y géneros, implican un conocimiento del uso del lenguaje, de una diversificación contextual que legitima los actos y decisiones políticas. El uso del discurso tecno-político forma una imagen y un ethos estratégico en pos de definir receptores que se identifiquen con los enunciados. En este caso, construyendo una opinión pública que, ante la problemática de la situación comunicacional en el país, presentada desde el emisor como adversa para el desarrollo y la democracia, con una estructura de propiedad asimétrica y concentrada, de prácticas antiéticas y antiprofesionales, vea cómo se enfrenta y cómo surgen las soluciones desde el poder y la autoridad del emisor competente. El desarrollo

temático del discurso se conecta con los modos, Correa inicia en un modo enunciativo presentando datos, ejemplos, conceptos (epistémico) y progresivamente intensifica su tono haciendo virar el discurso hacia un desenlace en modo exhortativo (deóntico).

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y consideraciones finales

Esta investigación se propuso analizar el discurso sobre la necesidad de democratizar y regular la comunicación mediante la propuesta de la LOC. Para entender la construcción del mensaje y las estrategias de legitimación de la discursividad política del Gobierno, se procedió, en primer lugar, a la descripción del contexto histórico y social que atravesó el país previo al surgimiento de la figura del expresidente Rafael Correa, caracterizado por una crisis de representatividad y legitimidad de las instituciones, una desafección en lo político que coincidió en varios países de la región y que contribuyó a que nuevos estilos de gobierno llegasen al poder. Del mismo modo, el sector mediático se definió, en términos de mercado, por la asimetría y la concentración de su propiedad, al mismo tiempo que cumplía el rol de actor político determinante.

La siguiente estancia de este trabajo fue analizar el contexto comunicacional a nivel regional y nacional, donde convergen los proyectos de regulación que forman parte de las políticas públicas de los gobiernos latinoamericanos identificados como “progresistas”, “posneoliberales”, “populistas” o del “Socialismo del Siglo XXI”, coincidencias que se evidencian en la centralidad de la comunicación política como uno de los ejes fundamentales para devolver al Estado el protagonismo eclipsado por los regímenes neoliberales. Correa se inserta en este marco para proponer una funcionalidad política sintonizada con las carencias y demandas postergadas, mediante mecanismos y estrategias que posibilitan el acceso a los servicios públicos y fracturan la desigualdad sociopolítica. Estas reformas generan tensiones y dinámicas de conflicto con todos los sectores que se sienten afectados, entre ellos los medios de comunicación masiva.

Para situar este contexto en el debate teórico, recurrimos a la revisión de los principales postulados de comunicación política, marketing político, propaganda, comunicación gubernamental y espectacularidad de la política, que permitieron comprender la articulación entre el rol de la comunicación masiva como espacio de difusión de las

acciones del gobierno y la contienda de este con el poder mediático como efecto de la implementación de políticas regulatorias. La perspectiva metodológica que asumimos para llevar a cabo esta tesis de investigación fue el ACD, tomando como muestra el evento significativo de la aprobación de la LOC (junio de 2013), un período de suma importancia en la política nacional y también de configuración de la imagen de Correa, en la que se destacan los discursos emitidos en la “Posesión de 80 jueces y juezas especializados en violencia intrafamiliar” (Correa, 2013a), en la “Cumbre para un periodismo responsable (CUPRE)” (Correa, 2013b) y en el “Enlace Ciudadano N°. 327” (Correa, 2013c). Estos textos se sometieron a las categorías de frecuencia, posición, presuposición, modalidad, ethos, intertextualidad, evaluación y coherencia, propias de este método, enfocados hacia una visión hermenéutica de la problemática. Este momento marcó la dirección de la agenda del Gobierno y tuvo una incidencia profunda en la política y en la continuidad del conflicto con ciertos medios de comunicación.

En relación con esta problemática, nos planteamos como hipótesis general que el discurso de Correa confronta al paradigma liberal representado por el poder mediático ecuatoriano, mediante una política pública orientada a la regulación y democratización de la comunicación. Esto supone la construcción de una estrategia discursiva con rasgos populistas y carismáticos, apoyada en un discurso académico que busca legitimar el liderazgo y las decisiones políticas.

Como hipótesis auxiliares propusimos, en primer lugar, que las estrategias discursivas de Correa para legitimar la LOC, se basan en la noción de la comunicación como derecho y servicio público, y en ilustrar cómo la propiedad de los medios está concentrada en las manos de pocas familias interrelacionadas con el sector empresarial y la oligarquía tradicional. Para expresar esto, el discurso gubernamental recurre a una lexicalización de la comunicación, la política, la pedagogía y lo jurídico. En segundo lugar, que sus enunciados siguen una estrategia combinada de intergenericidad e interdiscursividad, fundamentada principalmente en el conocimiento y en el poder, es decir, en la capacidad de actuar con inteligencia en la coyuntura, mostrando un posicionamiento que sugiere una dirección

moral y ética que le permite enfrentar al poder mediático desde una posición de superioridad y virtud.

Considerando las imposiciones de la coyuntura histórica, las peculiaridades personales, los comportamientos y los enunciados verbales de Correa respecto a la LOC, hemos definido que su imagen y discurso se materializan a partir de una construcción de sí con énfasis en la legitimidad, autoridad, conocimiento, credibilidad e idoneidad. Es decir, basado en sus funciones epistémicas y deónticas, que configuran un ethos híbrido, que oscila entre lo pedagógico y carismático, como veremos en las siguientes líneas.

Esta afirmación nos aleja de la noción del populismo peyorativo, del neopopulismo o del tecnopopulismo (De la Torre, 2010a), que se concentran en prácticas clientelares y en una retórica mesiánica y manipuladora, y nos conecta más con uno reivindicativo de las demandas del pueblo, coincidiendo con Laclau (2005) respecto a la relación antagónica con las clases dominantes y la dimensión performativa del discurso, posible gracias a factores como la estabilidad económica, el agotamiento del orden político preexistente y su consecuente deslegitimación. Todo ello asumiendo que el término populismo puede resultar limitado y ambiguo epistemológicamente para denominar el proceso en estudio y las demás experiencias de la región.

Un rasgo distintivo de los procesos regulatorios que se vivieron sobre todo en Ecuador, Venezuela, Argentina o Bolivia, fue entender el poder mediático como un actor político e instrumento ideológico del neoliberalismo, en otras palabras, como un poder que además atentaba a la gobernabilidad y a la permanencia de sus proyectos políticos. En Ecuador, discutir la LOC significó un conflicto de magnitud nunca visto entre la prensa y el Gobierno, evidenciando grandes intereses económicos y políticos defendidos a ultranza por los medios de comunicación.

El mensaje de Correa introduce en la opinión pública un debate ajeno al sentido común, que deslegitima el accionar de los medios masivos, desacraliza las nociones de objetividad, neutralidad e independencia, asociadas al quehacer periodístico. Devela la estructura de

propiedad de los medios de comunicación, sus vínculos con el sistema financiero y empresarial, los conflictos de intereses, la precarización laboral de los trabajadores de la comunicación, los privilegios por parte del Estado para cumplir con su actividad, como exoneración tributaria y evasión de impuestos, o la concesión irregular y usufructo de frecuencias de radio y televisión y, por supuesto, su rol como actor político.

Estos contenidos que integran los enunciados verbales de Correa son parte de una estrategia discursiva basada en la intertextualidad, con reflexiones que surgen de la economía política de la comunicación, cuyo énfasis se concentra en el negocio de la comunicación y su poder para formar valores y creencias (producción, distribución y consumo) (Mosco, 2006: 57).

El discurso de Correa respecto a la LOC pretendió reconfigurar la hegemonía mediática, estableciendo un nuevo orden de verdad, disputando la opinión pública y el poder persuasivo de los medios privados mediante una identificación con el pueblo, y la construcción de una imagen personal que se fundamenta en sus funciones epistémicas (conocimiento) y deónticas (poder), lo que define el ethos de la virtud y de la inteligencia, en concordancia con los hallazgos del análisis de la modalidad que reflejan la predominancia enunciativa y exhortativa.

La construcción de los sujetos en el discurso de la LOC desplaza del centro a los propietarios de los medios, lugar que han ocupado históricamente en los cuerpos normativos previos, y ubica a los ciudadanos en ese espacio privilegiado. Para tal efecto, la identificación de Correa con el pueblo es fundamental, muestra de ello es hablar en primera persona del singular, el nosotros, como lo hace en el Enlace Ciudadano, dispositivo que provoca un sentido de pertenencia ante la otredad, ante la oposición, ante los enemigos de la Revolución Ciudadana. Aquí recurre a un discurso pasional, exaltando su rol patémico (Greimas, 1994: 74), cuyos elementos constitutivos abarcan propiedades manifestables de una pasión-efecto de sentido (entusiasmo, risa, indignación, ira).

El carisma de Correa impregna en su discurso dosis de creatividad, humor y burla, dirigidos a sus antagonistas, donde utiliza un lenguaje coloquial y chabacano, por ejemplo, cuando se

refiere a los pelucones¹¹, al nivel intelectual de sus detractores, o al emplear apodosos aludiendo a alguna característica física. Pero también logra articular un discurso argumentativo y explicativo gracias a su condición de académico, en el que ejerce su autoridad y poder en defensa de los intereses de los ciudadanos y de los desposeídos, lo que demuestra una correcta lectura del contexto político, la deslegitimación y desprestigio de los partidos políticos.

La legitimidad y credibilidad de Correa tienen que ver principalmente con los logros políticos, a los que apela para contrastarse con los gobiernos pasados, exponiendo su capacidad para ejercer el poder. Correa construye su imagen a partir del ethos pedagógico y experto, que se configura a través de una escenografía escolar, donde implanta una posición enunciativa de superioridad posibilitada por los recursos didácticos del discurso político. La imagen de competencia e idoneidad se forja como poseedor del saber. Su función epistémica es la que le permite desplazarse por varios ámbitos, en este caso concreto, a los que se refieren a la comunicación, las leyes, la historia o la economía. En este tipo de estrategia, donde se emplea metalenguaje, se tiende a generar distancia con las audiencias, empero la utilización de un habla coloquial o popular mitigan dicho efecto.

El proyecto de la LOC trasciende la relación beligerante entre el Gobierno y los medios, tiene que ver con los sentidos de lo público y lo privado, con las garantías de los ciudadanos para expresarse, ejercer sus libertades y participar democráticamente, en un escenario definido por la exclusión mediática de las mayorías y por una acción estatal que profundizó las asimetrías por acción de su estructura normativa e institucional.

El principio fundamental sobre el cual se debe construir un instrumento normativo de comunicación debe estar orientado hacia una dimensión amplia, donde el centro sean los ciudadanos y no los propietarios de los medios, como históricamente se han estructurado. En el proceso estudiado, tanto Correa como los medios de comunicación se negaron a abrir un debate que incluya la participación de la ciudadanía u otros actores, en el primer caso por ejercer un poder delegativo basado en lo plebiscitario y en el segundo por anteponer lo

¹¹ Significante que introduce Rafael Correa en su discurso para referirse a las clases altas. Es una denominación frecuente en la costa ecuatoriana utilizada por las clases trabajadoras.

privativo por sobre el bien común. Tampoco fue saludable la instrumentalización de la Ley, o los excesos de la institucionalidad para enfrentarse a los adversarios.

La LOC abre un abanico de posibilidades para reestructurar la arquitectura comunicacional, que sigue siendo parte un mercado concentrado y excluyente. Las conquistas en materia de comunicación no pueden depender del activismo estatal o del personalismo carismático, requieren hoy más que nunca del comprometimiento de la ciudadanía, la academia, los gremios, los movimientos sociales y de todos, ante la ofensiva y recomposición de la extrema derecha, que pretende desmantelaras para restaurar el statu quo previo a la ejecución de políticas de comunicación en la región, como ya lo ha hecho Mauricio Macri en Argentina mediante decretos con la Ley de Medios y el cierre del canal multinacional Telesur. No se puede evadir la memoria histórica, ni las graves articulaciones entre las corporaciones mediáticas y el neoliberalismo económico. Asistimos a un complejo panorama en el que transitamos de la regulación a la inhabilitación de las leyes, de la confrontación a la reconciliación con los medios, en palabras de Mazzoleni (2010), del modelo adversario hacia el colateralismo.

A partir de este tipo de análisis se puede indagar y proponer nuevas líneas de investigación, tomando en cuenta que no hay estudios rigurosos sobre la situación comunicacional del país. Es necesario preguntarse sobre las implicaciones y los alcances de la LOC, la creación de medios públicos, la distribución de frecuencias, el consumo de industrias culturales, la recepción de contenidos, las alternativas de información, educación y entretenimiento, así como el análisis de la discursividad en redes sociales como Twitter y Facebook, donde Correa es una figura activa y relevante.

BIBLIOGRAFÍA

Abad, Gustavo. (2012). *La responsabilidad social del periodismo: procesos informativos, debates políticos y ejes de políticas públicas en el contexto de la Ley de Comunicación en el Ecuador*. Recuperado el 15/05/2017 de <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3686>

Acanda, Jorge Luis (2007). *Traducir a Gramsci*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.

Acosta, Alberto (2010). “El Buen Vivir en el camino del post-desarrollo. Una lectura desde la Constitución de Montecristi”. *PolicyPaper*, 9 (5), 1-36.

Acosta, Ana María; Calvopiña, Verónica; y Cano, Jorge (2017). *Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias*. Quito: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS).

Álvarez Junco, José (1987) “El populismo como problema” en *Populismo Caudillaje y discurso demagógico* José Álvarez Junco Compilador. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid: Siglo XXI.

Angenot, Marc, Dalmaso, M. T., y Boria, A. (1998). *Interdiscursividades: de hegemonías y disidencias*. Córdoba: Editorial Universidad Nacional de Córdoba.

Antón, Joan (2005). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos.

Aronson, Elliot; Pratkanis Anthony (1994). *La era de la propaganda: usos y abusos de la persuasión*. Barcelona: Paidós.

Ávila, Caroline (2012). “El mito como elemento estratégico de comunicación política: aplicación del modelo de Barthes al caso ecuatoriano”. *Cuadernos de Información* 31, 139-150. DOI: 10.7764/cdi.31.447

Ayala Mora, Enrique (2012). "La prensa en la historia del Ecuador: una breve visión general". *Paper Universitario*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Ayala, Alexandra y Pamela Cruz (2010). *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos*. Investigación, Ciespal, Quito:Ciespal.

Barranquero, Alejandro (2012, diciembre). Comunicación participativa y dominios del Vivir Bien. Una aproximación conceptual. In Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social-IV CILCS. Universidad de La Laguna.

Becerra, Martín (2014). "Medios de Comunicación: América Latina a contramano". *Nueva Sociedad*, 249: 61-74.

Becerra, Martín, y Mastrini, Guillermo (2009). "Los dueños de la palabra". *Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.

Beltrán, L.R. y Fox, E. (1980). *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*. México D.F.: Editorial Nueva Imagen.

Blumenthal, Sid (1980). *The Permanent Campaign: Inside the World of Elite Political Operations*. Beacon Press (MA).

Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (2000). "Rethinking the study of political communication". *Mass media and society*, 3. London: Arnold.

Borón, Atilio (2003). "El pos-Neoliberalismo: un proyecto en construcción". *La trama del Neoliberalismo: mercado, crisis y exclusión social*. Buenos Aires: Clacso. pp 182-196.

Bourdieu, Pierre (1985). *¿Qué significa hablar?*. Madrid: Ediciones Akal.

Califano, Bernadette, Diego Rossi y Guillermo Mastrini (2013). “Introducción”. En *Las Políticas de Comunicación en el siglo XXI*, Guillermo Mastrini, Ana Bizberge y Diego Charras (eds.): 11-24. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Campione, Daniel (2007). *Para leer a Gramsci*. Buenos Aires: Ediciones del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini.

Canel, María José (2006). *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*. Tecnos. Madrid.

Cañas, V. (2011). *Gobernabilidad, derecho y democracia*. Quito: IAEN Instituto de Altos Estudios Nacionales.

Castells, Manuel (1999). *Globalización, identidad y estado en América Latina*. Santiago de Chile: PNUD.

Castells, Manuel (2008). “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red” (I). *Los medios y la política*. Telos, 74, 13-24.

Castells, Manuel (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.

Cerbino, M., y Ramos, I. (2009). La comunicación de masas en tiempos de la revolución ciudadana: Apuntes para la democratización del espacio mediático en Ecuador. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (145), 34-39.

Conaghan, Catherine (2011). “Ecuador: Rafael Correa and The Citizens’ Revolution”. En *The Resurgence of the Latin American Left*. Steven Levitsky y Kenneth M. Roberts (Comp.): pp 260-281. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

Constituyente, Ecuador Asamblea (2008). Constitución de la República del Ecuador.

Contreras, Adalid (2016). “La comunicación y el paradigma del Vivir Bien/Buen Vivir”. *América Latina en Movimiento* No. 513-514, mayo – junio. Recuperado el 23/12/2017 de <http://www.alainet.org/es/revistas/513514>

Coronel-Salas, G., Yaguache, J., Mier, C., Barraqueta, P., González, V., Ortiz, C., & Samaniego, S. (2013). Anuario de las empresas de Comunicación de Ecuador. Quito: UTPL.

Correa, Rafael (2009). *Ecuador: de Banana Republic a la No República*. Bogotá: RandomHouseMondadori S.A.

Correa, Rafael (2013a). “Posesión de 80 jueces y juezas especializados en violencia intrafamiliar”. Discurso presidencial. Quito, Ecuador.

Correa, Rafael (2013b). “La Información como Derecho y los Medios como Poder”. Ponencia presentada en Cumbre para un periodismo responsable (CUPRE). Guayaquil, Ecuador

Correa, Rafael (2013c). Enlace Ciudadano N°. 327. Quito, Ecuador. 22 de junio del 2013.

Crespo, Antonio y Medinaceli, K. (2013). “Políticas en tecnologías de la información y la comunicación en el nuevo contexto social y educativo en Bolivia”. *Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social* OIDLDES, 7(14), 1-26.

Checa-Godoy, A. (2012). La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador/Banking and property of the media: the case of Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, (67), 1.

De la Serna, Víctor (2017). Un año de 'posverdad' en el periodismo. El Mundo. Recuperado el 10/01/2018 de <http://www.elmundo.es/television/2017/01/02/586a9993e2704e10488b4617.html>

De la Torre, Carlos (2006). “Populismo, democracia, protestas y crisis políticas

De la Torre, Carlos (2010a). “El gobierno de Rafael Correa: posneoliberalismo, confrontación con los movimientos sociales y democracia plebiscitaria”. *Temas y Debates*, número 20: pp 157-172

De la Torre, Carlos (2010b). Rafael Correa un Populista del Siglo XXI. Recuperado el 26/09/2017 de <http://www.liderazgos-sxxi.com.ar/bibliografia/delatorre.pdf>

De la Torre, Carlos (2013). El populismo latinoamericano: entre la democratización y el autoritarismo. Nueva Sociedad (Septiembre-Octubre). Recuperado a partir de <http://nuso.org/articulo/el-populismo-latinoamericano-entre-lademocratizacion-y-el-autoritarismo/?page=1>.

De Moraes, Dênis (2011). *La cruzada de los medios en América Latina*. Barcelona: Paidós.

De Participación, Ley Orgánica del Consejo. Ciudadana y Control Social (2014). *Registro Oficial Suplemento*, vol. 22.

De Sousa Santos, Boaventura (2009). *Una epistemología del sur: la reinención del conocimiento y la emancipación social*. Siglo XXI.

Delsol, Chantal (2016). *Populismos: Una defensa de lo indefendible*. México: Ariel.

Dieterich, Heinz (2003). *El Socialismo del Siglo XXI*. Recuperado el 18/03/2017 de <https://www.rebellion.org/docs/121968.pdf> enero de 2000. Quito: Editorial Abya Yala.

Entman, Robert (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*, 4: 51-58.

Erazo, Edmundo (2009). CIESPAL: origen de una institución integradora. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación [Edición de Aniversario]*, 107:4-7.

Escobar, Arturo (2014). *Sentipensar con la tierra. Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia*. Medellín: Ediciones UNAULA.

Exeni, José Luis (2006). "Gobernabilidad mediática. Mass media y grado de gobierno: difícil (des) encuentro". *Organicom*, número 4: pp. 91 – 105.

Fair, Hernan (2009). "Arendt, Laclau, Rancière: Tres teorías filosóficas de la política para pensar, comprender y modificar el mundo actual." *Daímon* 48: 98-116.

Fairclough, Norman (1989). *Language and power*. London: Longman.

Fairclough, Norman (1998). *Discurso y cambio social*. Buenos Aires: UBA, Facultad de Filosofía y Letras.

Fairclough, Norman (2003), *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.

Fairclough, Norman (2008). "El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades". *Discurso & Sociedad*, 2(1), 170-185.

Foucault, Michel (1989). *Las palabras y las cosas (1966)*. Madrid: Siglo XXI.

Foucault, Michel (1992). *El orden del discurso*, trad. Alberto González, Buenos Aires: Tusquets.

Franquesa, S., & María, A. (2002). "Breve reseña de la aplicación del análisis crítico del discurso a estructuras léxico-sintácticas". *Onomázein*, (7).

Freidenberg, Flavia (2008). "El Flautista de Hammelin: liderazgo y populismo en la democracia ecuatoriana. El retorno del pueblo: populismo y nuevas democracias en América Latina", 185-233.

García Linera, Álvaro (2016). "¿Fin de ciclo progresista o proceso por oleadas revolucionarias? Los desafíos de los procesos progresistas del continente". *Las vías abiertas de América Latina*. Sader, Emir (coord.). Caracas: Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG). 9-48.

Gauthier, Gilles; Gosselin André; y Mouchon Jean (comp.) (1998). *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa.

Gómez García, Rodrigo (2009). La comunicación política y las nuevas tecnologías de la comunicación y la información: coordenadas para dimensionar su estudio y su práctica. *Comunicación e interdisciplina, Monterrey, AMIC-UANL. [Links]*.

Gómez García, Rodrigo (2015). “Apuntes sobre la industria audiovisual mexicana en el contexto de la re-regulación y digitalización”. *México Interdisciplinario*, año 4, n°(7) 42-56.

Gómez, Ava Mariana y Ramos-Martín, Juan (2014). “Legislación y medios comunitarios Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela”. *Palabra Clave* 17.2.

Gramsci, Antonio (1971): *La política y el Estado moderno*. Barcelona: Ediciones Península [Antología de Il materialismo storico e la filosofia di Benedetto Croce y <ote sul Machaivelli, sulla politica e sullo stato moderno Giulio Eunardi Editore, Turín, 1949; traducción de Jordi Solé Tura].

Granda, María (2016). “El macho sabio. Racismo y sexismo en el discurso sabatino del presidente ecuatoriano Rafael Correa”. Tesis de sociología. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Greimas, A. J., & Fontanille, J. (1994). *Semiótica de las pasiones: de los estados de cosas a los estados de ánimo*. México: Siglo XXI.

Grijalva, Agustín edit. (1994). *Datos básicos de la realidad nacional*, Quito: Corporación Editora Nacional.

Hernández, Virgilio y Buendía, Fernando (2011). “Ecuador: avances y desafíos de Alianza País”. *Revista Nueva Sociedad* No 234: páginas 129-142.

Hidalgo, Francisco (2011). “Buen vivir, SumakKawsay: Aporte contrahegemónico del proceso andino”. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 16(53).

Huérffano, E. H., Sierra, F., y Rojas, C. D. V. (2016). “Hacia una Epistemología del Sur. Decolonialidad del saber-poder informativo y nueva Comunicología Latinoamericana.

Una lectura crítica de la mediación desde las culturas indígenas”. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (131), 77-105.

INCEP. 2002. *Como hacer un análisis de coyuntura: elementos para el análisis político*. Guatemala: INCEP, Instituto Centroamericano de Estudios Políticos.

Izurieta, Roberto (2003). La comunicación política en la era del entretenimiento. (2009). *Estrategias de comunicación para gobiernos*, 187-250.

Jacobsen, Nils (2007). “Liberalismo tropical’: cómo explicar el auge de una doctrina económica europea en América Latina, 1780-1885”. *Historia Crítica*, julio-diciembre, 118-147.

Jaramillo, Mauricio; Tibocho, Anamaría; et al., (2008). “La Revolución Democrática de Rafael Correa”. *Línea en Seguridad Regional e Internacional*. Facultades de Ciencia Política y Gobierno y de Relaciones Internacionales No. 27.

Kitzberger, Philip (2009). “Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina”. *En Postdata*. No 14.

Laclau, Ernesto (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Laclau, Ernesto (2006). “La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana” en *Revista de la CEPAL*, 89. Reproducido en *Nueva Sociedad*, 205. pp. 56-61.

León, Oswaldo (2007). “Ecuador. Elecciones, Medios y Democracia”. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI* No. 097. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL): páginas 50-55.

López, Sandra (2016). “Medios de comunicación y derechos de las mujeres en Ecuador: reforzando el tamiz”. En *Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: entre andares y retrocesos*, Sandra Chaher (comp). Buenos Aires: Defensoría del Público. pp. 90-107.

- Maarek, Philippe (2009). *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Maniglio, Francesco (2014). “Economía política del conocimiento. El fenómeno TINA en las políticas de innovación, educación y TICs en la era post-lisboa”. *Disertación doctoral*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Maniglio, Francesco (2015). “Dirigir sin gobernar en la Sociedad del Conocimiento. El despotismo ilustrado en el discurso del techno-corporatism europeo”. *Discurso & Sociedad*, (3), 297-330.
- Marañón, Boris (coord.) (2014). *Buen Vivir y descolonialidad. Crítica al desarrollo y la racionalidad instrumentales*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Marino, S., Mastrini, G., & Becerra, M. (2011). “El proceso de regulación democrática de la comunicación”. *Progresismos y políticas de comunicación: manos a la obra. FES: Argentina*, 85-106.
- Martín Barbero, Jesús (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martín Barbero, Jesús (2008). “Pistas para entre-ver medios y mediaciones”. *Anthropos*, número 219, pág. 43.
- Martín, Raúl (1987). “El liderazgo carismático en el contexto del Estudio de liderazgo”, en Álvarez Junco (Comp). *Populismo Caudillaje y discurso demagógico*. Madrid: centro de Investigaciones sociológicas.
- Martínez, J. (2008). *Domesticar la incertidumbre en América Latina*. San José: Universidad de Costa Rica.
- Martínez-Salgado, Carolina (2012). “El muestreo en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias”. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17, 613-619.

Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2005). “Estructura del sector infocomunicacional en América Latina”. En *Economía política, Comunicación y Conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*, César Bolaño, Mastrini y Francisco Sierra (eds.): 345-370. Argentina: Ediciones LaCrujía.

Mazzoleni, Gianpietro (2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.

McCombs, Maxwell y Donald Shaw (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. *The Public Opinion Quarterly*, 2 (36): 176-187.

Mejía Rivadeneira, S. (2012). “Rafael Correa un presidente popular: causas de los altos índices de aceptación”. Disertación de maestría. Quito: Flacso Ecuador.

Morales, Elday González, Liliana (2005). “La Ley Resorte y la calidad de la televisión en Venezuela”. *Comunicar* 25.

Mosco, V. (2006). “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. *Cuadernos de Información y comunicación*, 11, 57-79.

Muñoz-Alonso, A., & Zabala, J. I. R. (Eds.). (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel.

Natanson, José (2014). “La triple crisis de los medios de comunicación”. *Nueva Sociedad*, 249: 50-60.

Nieto, Marisa Aguirre; de Pozo, Rosa Zeta (2017). “La verdad en la era de la “posverdad””. En *Periodismo de frontera y dignidad humana: Cross-border journalism and Human Dignity*. Madrid: Universidad Complutense. p. 162-180.

Noguera, Felipe (2009). “La campaña permanente”. En *Estrategias de comunicación para gobiernos*, de Roberto Izurieta, Christopher Arterton y Rubén M. Perina. Buenos Aires: La Crujía.

O'Donnell, Guillermo (2009). *Democracia delegativa* [en línea]. Journal of Democracy en español, Volúmen 1. Recuperado a partir de <http://www.journalofdemocracyenespanol.cl/pdf/odonnell.pdf>

Panizza, Francisco (Ed.) (2009). *El populismo como espejo de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Pardo, Neyla (2013). *Como hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: (OPR-difital, Ed.) Universidad Nacional de Colombia.

Paz y Miño, Juan (2002). Golpe y Contragolpe. La “Rebelión de Quito” del 21 de abril.

Paz y Miño, Juan (2007). “Constituyentes, Constituciones y Economía”. *Boletín del Taller de Historia Económica*. Junio de 2007 – Año VIII – No. 06. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Plúa, María (2014). “Enlace Ciudadano: Dispositivo de la Revolución Ciudadana”. Disertación de maestría en comunicación. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO.

Ramalho, V., & de Melo Resende, V. (2011). *Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa*. Brasil: Pontes Ed.

Ramírez, Franklin (2010). “Post-neoliberalismo indócil. Agenda Pública y relaciones socio-estatales en el Ecuador de la Revolución Ciudadana”. *Temas y Debates*, número 20: pp175-194.

Ramírez, Franklin (2012). “Perspectivas del proceso de democratización en el Ecuador. Cambio político e inclusión social 2005-2010”, en *Democracias en Transformación. ¿Qué hay de nuevo en los nuevos Estados andinos?*, Anja Dargatz y Moira Zuazo (Editoras): pp103-151. La Paz: Fundación Friedrich Ebert (FES-ILDIS).

Ramos, Isabel (2010). “Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana en el debate de la nueva ley de comunicación en Ecuador”.

Íconos-Revista de Ciencias Sociales. Recuperado el 07/11/2017 de <http://67.192.84.248:8080/handle/10469/2060>

Ramos, Isabel (2012). “La contienda política entre los medios privados y el gobierno de Rafael Correa”. *Utopía y Praxis latinoamericana* ~ año 17. n° 58 (julio-septiembre, 2012), 65 – 76.

Ramos, Isabel (2013). “Trayectoria de democratización y desdemocratización de la Comunicación en Ecuador”. *Iconos Revista de Ciencias Sociales* (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales), n° 45 (mayo): 67-82.

recurrentes en Ecuador”. *Europa América Latina*: 21.

Reyes, Hernán (2010). “Pos-Neoliberalismo y Luchas por la Hegemonía en Ecuador. Los entrecruces entre la política y la comunicación”. *Sel*, Susana coordinadora. *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO, Buenos Aires.

Reyes, Hernán (2014). "Activismo estatal y democratización social en Ecuador: Tensiones contrahegemónicas frente al poder mediático (2007-2013)". *Nueva Sociedad* 249: 108-118.

Reyes, Hernán (2016). “¿Regulación democrática de la comunicación en Ecuador?: Complejidades y conflictos del proceso jurídico y político (2009-2016)”. En *Derecho a la Comunicación. Procesos regulatorios y democracia en América Latina*. Quito: Ciespal.

Riorda, Mario (2006). “Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso”. En *La construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental*. Luciano H. Elizalde, Damián Fernández Pedemonte, Mario Riorda (Comp.) pp17-129.

Rivas, José (2013). “Liderazgo político y gobernabilidad en América Latina: una aproximación teórica y metodológica”. Actas del Congreso Internacional “América Latina: La autonomía de una región, organizado por el Consejo Español de Estudios Iberoamericanos (CEEIB) y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), noviembre 29 y 30, en Madrid, España.

Roberts, Kenneth (2008). *El surgimiento del populismo Latinoamericano*. Quito: FLACSO.

Rodríguez, Gregorio y otros (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Ediciones Aljibe.

Roig, Arturo (1993). *Historia de las ideas, teoría del discurso y pensamiento latinoamericano*. Bogotá: Universidad de Santo Tomás.

Roth, André-Noël (ed.) (2010). *Enfoques para el análisis de políticas públicas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales.

Ruiz, Fernando (2010). “Fronteras móviles: caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina”. En *Poder político y medios de comunicación*. Buenos Aires: Siglo XXI-Plataforma Democrática.

Sader, Emir (2008). *Refundar el Estado: posneoliberalismo en América Latina*. Ediciones CTA.

Sánchez Ruiz, Enrique (2005). *Medios de Comunicación y Democracia*. Bogotá: Norma.

Sánchez, Javier (2013). “Comunicar para gobernar”. En *Comunicación gubernamental 360*, de Luciano Elizalde y Mario Riorda. Buenos Aires: La Crujía.

Sel, Susana (2010). “Actores sociales y espacio público”. *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires: Clacso.183.

SENPLADES Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un país Plurinacional e Intercultural*. Quito: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Serrano, Gloria (2003). *Pedagogía social, educación social: construcción científica e intervención práctica*. Vol. 95. Narcea Ediciones.

Sierra, Francisco (2016). “Comunicación y Buen Vivir. Nuevas matrices teóricas del pensamiento latinoamericano”. *Chasqui* 131, 9-18.

Sierra, Francisco y Vallejo, Rosa Elena (eds.) (2017). *Derecho a la Comunicación. Procesos regulatorios y democracia en América Latina*. Quito: Ciespal.

Taylor, Steve y Bogdan Robert (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Vol. 1. Barcelona: Paidós.

Thompson, John (2001). *El escándalo político*. Barcelona: Paidós.

Van Dijk, Teun (1999). “El análisis crítico del discurso”. *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, (186), 23-36.

Van Dijk, Teun (2000). *Estudios del discurso (2 vols.)*. Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, Teun (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.

Verón, Eliseo (1992). “Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada”, en *El nuevo espacio público*, pp 124-139. Recuperado el 08/09/2018 de <http://www.scribd.com/doc/27939451/Eliseo-Veron-Interfaces-Sobre-La-Democracia-Audiovisual>

Verón, Eliseo (1994). *Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia*. Universidad Carlos III de Madrid. Instituto de Humanidades y Comunicación "Miguel de Unamuno". *Semiosfera*. Otoño 1994, n. 2, pp. 5-36

Villarruel, Marco (2006). “Estructura de propiedad de los medios de comunicación en el Ecuador”. *Textos y Contextos*, año 4, N°5, 13-37.

Viner, Katharine. (2016). How technology disrupted the truth. The Guardian. Recuperado el 06/05/2018 de <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>

Waisbord, Silvio (2014). *Vox populista: medios, periodismo y democracia*. Barcelona: Gedisa.

Weber, Max (2002). *Economía y sociedad. Esbozo de economía comprensiva*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Weyland, Kurt (2004). *Clarificando un concepto cuestionado: “El populismo” en el estudio de la política latinoamericana*. Quito: Centro Andino de Acción Popular (CAAP).

Wodak, Ruth; Meyer, Michael, eds (2003). *Métodos de análisis de discurso*. Barcelona: Gedisa.

Wolton, Dominique (1992). “La Comunicación Política: construcción de un modelo”, en Ferry, Jen-Marc, Wolton, Dominique, et al., *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona: Gedisa.

Wolton, Dominique (1998). “Las contradicciones de la comunicación política”. En *Comunicación y política* (pp. 110-130). Barcelona: Gedisa.

Zamudio, B. y Atorresi, A. (2000). *La explicación*. Buenos Aires: EUDEBA.

Zarzalejos, José Antonio (2017). “Comunicación, periodismo y ‘fact-checking’”. *UNO*, 27, 11-13. Recuperado el 04/05/2018 de http://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27.pdf

Žižek, Slavoj (comp.) (2003). *Ideología. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.

Otras fuentes de consulta

El Telégrafo (2012). “Mauro Andino entregó el proyecto final de Ley de Comunicación”. Recuperado el 04/03/2018 de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/mauro-andino-entrego-el-proyecto-final-de-ley-de-comunicacion>

El Telégrafo (2013). “Superintendencia vigilaría el cumplimiento de la ley”, Sección: Actualidad, junio 14.

El Telégrafo (2015). “Leyes de comunicación promueven la desconcentración de medios”, sección: Medios, enero 4.

El Telégrafo (2018). “Arcotel dispuso la anulación del concurso de frecuencias” Recuperado el 30/05/2018 de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/concurso-frecuencias-anulado-ecuador>

Fundamedios (2013). Ley de Comunicación limita libre expresión, según organizaciones internacionales. Recuperado el 29/09/2017 de <http://www.fundamedios.org/ley-de-comunicacion-limita-libre-expresion-segun-organizaciones-internacionales/>

Fundamedios (2015). “Dos años de la Ley de Comunicación: Las cifras más allá de la propaganda oficial”. Recuperado el 11/06/2017 de <http://www.fundamedios.org/dos-anos-de-la-ley-de-comunicacion-las-cifras-mas-alla-de-la-propaganda-oficial/>

HCJB. Historia. Recuperado el 19/10/2017 de <http://radiohcbj.org/historia-hcjb/>

La Hora (2008). “Bienes incautados Grupo Isaías cubren tercera parte de pérdida de Filanbanco”. Recuperado el 19/09/2017 de <https://lahora.com.ec/noticia/746142/bienes-incautados-grupo-isac3adas-cubren-tercera-parte-de-pc3a9rdida-de-filanbanco>

Línea de Fuego (2012). La ley y los medios: lo bueno, lo malo y lo feo. Recuperado el 02/05/2018 de <https://lalineadefuego.info/2012/05/22/la-ley-y-los-medios-lo-bueno-lo-malo-y-lo-feo-por-lalineadefuego/>

Registro Oficial del Gobierno de Ecuador (2010). “Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social”.

Registro Oficial del Gobierno de Ecuador (2013). "Ley Orgánica de Comunicación". RTS (2015). Los 55 años de RTS. Recuperado el 03/05/2018 de <http://www.rts.com.ec/entretenimiento/los-55-anos-de-rts-9916>

ANEXOS

Anexo 1

POSESIÓN DE 80 JUECES Y JUEZAS ESPECIALIZADOS EN VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

Quito, 13 junio de 2013



Hace 18 años que la Ley contra la violencia a la Mujer y la Familia está vigente, pero jamás, jamás hasta hoy, se crearon los juzgados o unidades judiciales especializadas para la atención de esta materia.

Conscientes de la importancia de construir una cultura de paz, en el 2007, apenas iniciado el gobierno de la Revolución Ciudadana declaramos **como Política de Estado la erradicación de la violencia de género hacia la niñez, la adolescencia y las mujeres.** Ningún gobierno antes había enfrentado esta plaga social como un asunto de Estado, como un problema no de índole privada sino social; y los avances han sido muchos, pero es todavía demasiado lo que nos falta por hacer; ya que, para vergüenza de todos nosotros, como se ha citado varias veces en esta mañana, en Ecuador **6 de cada 10 mujeres ha**

vivido algún tipo de violencia de género. Y esto no se iba ni se va a solucionar con gritos destemplados, con shows mediáticos, sino con medidas eficaces, contundentes; y, más allá de leyes o decretos, construyendo todos juntos esa cultura de paz, de justicia, de equidad.

Era evidente, clamorosa, la necesidad de un sistema de justicia renovado, con recursos, con infraestructura adecuada, que no dependiera de acuerdos corruptos...

¡Prohibido Olvidar! Qué daño hace cierta prensa que por hacerle daño al gobierno informa selectivamente, lo cual se llama manipulación: Ahora es que “no existe justicia independiente”, porque finalmente la justicia se liberó de los que siempre la tuvieron como botín. Pregúntenle a las juezas y jueces aquí presentes si ha habido alguna influencia externa en el concurso, si ellos no han obtenido estos puestos por estricta meritocracia, gracias a sus capacidades, a sus méritos; [APLAUSOS]...

Pero, ahora es que “No hay justicia independiente”... y no recuerdan lo que un desubicado representante de la partidocracia declaró paladinamente, hasta cándidamente en un medio de comunicación al decir que: “Antes por lo menos, cuando nos repartíamos entre los partidos políticos los jueces, había cierto equilibrio; ahora ya no hay equilibrio”. Eso es lo que dijo y eso lo ocultan y tratan de posicionar la idea de que “ahora la justicia no es independiente”.

Pero, gracias a Dios, por la necesidad de reformar esa justicia, el pueblo ordenó **en Consulta Popular, en Democracia Directa**, el 7 de mayo de 2011, una reforma integral del Sistema Judicial, para cumplir el sueño de tener juezas y jueces probos, espacios adecuados, tecnología moderna; una justicia oportuna, imparcial, eficiente, una justicia como se merece nuestra Patria, la Patria Nueva, como nos merecemos las ecuatorianas y los ecuatorianos; **no basta con que los recursos judiciales existan formalmente, sino que los mismos deben tener efectividad.**

Y recuerden, deben entender los códigos del viejo país, de la partidocracia; cada vez que digan que la justicia ya no es independiente debe entenderse, debe leerse, sencillamente que ya no la pueden nominar. Como decía un representante de los *Big Business* (del gran capital detrás de la comunicación, de los negocios dedicados a la comunicación) como “prueba” de la “falta de independencia de la justicia” (donde ya el descaro solo es superado por la torpeza); él decía, en una radio de Quito: “Antes ganábamos todos los juicios, ahora la otra vez perdimos uno”. Esa era la “prueba” de que la justicia ya no es independiente...

Recuerden, cada vez que nos digan que la justicia ya no es independiente tiene que entenderse (leerse, entender sus códigos), debe comprenderse que sencillamente ya no

poseen, ya no dominan nunca más la justicia; que ahora sí la justicia es para todas y para todos. [APLAUSOS]...

Y el viejo país ostentó por demasiado tiempo los peores indicadores de acceso a la justicia en la región; era el país que menos invertía en justicia; el único en no poseer Defensoría Pública (hasta antes de nuestro gobierno no había defensoría pública, los pobres no tenían cómo defenderse); era uno de los pocos en no tener Ministerio de Justicia; uno de los más rezagados en establecer la oralidad en los procesos judiciales; y creo que es evidente, no se puede tapar el sol con un dedo, que ahora todo esto **está cambiando**.

Como ofrecimos, con absoluta legitimidad democrática hemos “metido mano” en la justicia, jamás en la independencia que tiene cada juez para de acuerdo a su conciencia juzgar. Pero sí, hemos metido la mano en un sistema que sencillamente no respondía a las exigencias del ciudadano, del Ecuador del siglo XXI, a garantizar la paz social. Estamos avanzando siglos en los conceptos, estamos rompiendo dogmas, cambiando paradigmas, estamos revolucionando la mirada.

¡Cómo se maltrataba el concepto de autonomía! ¡Cómo intentan todavía maltratar y manipular ese concepto para tratar de hacerle daño al gobierno, cuando le hacen daño a la Patria!

¡Cómo se ha maltratado el concepto de independencia de funciones! El Estado es uno solo, para ello necesita que todas sus funciones (ejecutiva, legislativa, judicial, etcétera) marchen armónicamente, coordinadamente, complementariamente, totalmente *dependientes* de nuestro proyecto de sociedad establecido en la Constitución.

La **autonomía** e **independencia** es de los actores de cada función: de esos jueces probos, de ese legislador patriota, que juzgará, que legislará, fiscalizará de acuerdo a su conciencia, en estricto apego a esa Constitución, a la Ley y a los principios de justicia, libertad, eficiencia.

Jamás permitamos que nos vuelvan a engañar con falsos conceptos de autonomía, donde pretenden que las diferentes funciones del Estado (absolutamente interdependientes unas de otras: la Función Judicial no puede funcionar sin el apoyo del Poder Ejecutivo y viceversa y ya voy a dar ejemplos de aquello) se den la espalda, paralizándose mutuamente, inmovilizando al país. Esto ya nos ha costado demasiado.

Les decía, ejemplos de interdependencia, modestia aparte (no es mi dinero, es su dinero): sin el apoyo decidido de la Función Ejecutiva, no se podrían haber dado todos estos cambios: financiados los concursos, las partidas para los nuevos jueces, los nuevos

tribunales, las nuevas Unidades de la Judicatura. Sin una buena marcha de la justicia puede quebrar el Estado.

En estos días está a punto de ratificarse –ya que todos estos tribunales internacionales están vendidos a las transnacionales- el dictamen de la UNCITRAL, que obliga al Estado ecuatoriano a pagar a Chevron 90 millones de dólares. ¿Por qué? Porque durante 17 años no se resolvieron media docena de juicios de esta petrolera y, para vengarse de los juicios que le pusieron las comunidades amazónicas, nos llevó a estos tribunales. Por supuesto, esto es escandaloso; porque, tenía todo el derecho de reclamar por la falta de justicia oportuna; el país, por la mala marcha del sistema de justicia, por la mala administración de justicia, por la falta de oportunidad en esa administración, tenía que indemnizar a Chevron. ¡Pero este tribunal ha llegado a la audacia de revertir la sentencia!

Porque durante el reclamo, se terminaron los juicios, nuestros tribunales dictaron sentencia; y este tribunal, no solo que no establece la indemnización a Chevron, como debió haberlo hecho, sino que revierte la sentencia a favor de Chevron y nos obliga a pagar 90 millones de dólares.

Claro, eso es un abuso, defenderemos al país, pero es una muestra de cómo las funciones del Estado son interdependientes. Si no funciona adecuadamente la Función Ejecutiva, no va a funcionar adecuadamente la Función Judicial; y viceversa, si la Función Judicial no marcha adecuadamente, no podrá funcionar tampoco el Poder Ejecutivo.

Hemos juntos metido manos probas, patriotas, liberadoras en un sistema de justicia en franca decadencia. Y con ello, con absoluta transparencia se está desterrando las manos corruptas y de largas garras que tanto tiempo secuestraron al sistema de justicia. Se está transformando en fondo y forma el sistema, modernizándolo, con infraestructura, tecnología, talento humano... Pero –y sobre todo-, nada de lo anterior valdría algo si no contáramos con ustedes, juezas y jueces capacitados, patriotas, sacrificados, honestos a toda prueba. [APLAUSOS]...

La idea de justicia inalcanzable, por verla cada vez más lejana, nos llevaba a la desesperanza; hoy, por voluntad mayoritaria de nuestras ciudadanas, de nuestros ciudadanos, se transforma la Justicia en un verdadero servicio público.

Lamentablemente en nuestro país y en nuestra región, **la violencia intrafamiliar es más común de lo que quisiéramos pensar o aceptar**. Contar con jueces especializados en este tema garantiza en mayor medida la defensa de las familias y ustedes, queridos jueces y juezas, tienen que ayudarnos a sanar como sociedad, a erradicar esta terrible amenaza que se cierne sobre nuestros hogares, pues no se puede tener un núcleo familiar saludable si se

abusa de los más débiles, si no se escucha la voz de los niños, de los ancianos, de los discapacitados, de las madres, de las personas más necesitadas de amparo.

Estos juzgados especializados son un gran avance sin lugar a dudas, en su funcionamiento se ha contemplado los derechos de las víctimas, para que no sean agobiadas con interminables cuestionarios y suposiciones, sino que puedan acceder a una puerta directa, con buen trato, tanto judicial como médico y de asistencia psicológica, para que esas víctimas cuenten con el respaldo de toda la sociedad desde el primer momento en que entran en contacto con una instancia pública, sea la Policía, la Defensoría Pública o los Juzgados; que a los agresores, por su parte, les quede claro, sean hombres o mujeres, que el país entero está decidido a terminar con la violencia intrafamiliar, y que no vamos a tolerarlo más; los niños y niñas pueden acercarse a denunciar agresiones, los adolescentes, también las esposas, los esposos, porque nadie merece un trato violento, no aquí, ahora, no en esta Revolución, no en el Ecuador del siglo XXI. [APLAUSOS]...

Pero no debemos quedarnos en la atención primaria, de emergencia, de primer amparo, en las casas de acogida; hay que buscar soluciones integrales, de largo aliento; por eso, debemos desarrollar **Sistemas de Acompañamiento a las víctimas**, porque el problema persiste después con los chantajes, las amenazas, las presiones. Muchas veces el agresor se ampara en su condición económica de manutención para perpetuarse como dominante. No solo hay que impartir justicia, hay que acompañar a las víctimas para que no queden en la indefensión. [APLAUSOS]...

Pero es claro que la violencia intrafamiliar no es un asunto puramente doméstico, es una enfermedad, una patología social, fruto de factores profundos como atavismos culturales, tales como el machismo, el abuso del poder, el mal uso del poder, la falta de educación, la ausencia de esa cultura de paz ya expresada; la exclusión, la violencia estructural, cuando la excesiva opulencia se pasea indolente junto a la más execrable miseria y muchas veces la angustia estalla y se descarga sobre los más débiles. No se trata, estamos claros, de un asunto de clases sociales, es un mal que atraviesa de manera transversal todos los ámbitos de la sociedad, pero se concentra en las capas más pobres, porque debemos entender que la insultante inequidad que vive nuestra región también es una forma de violencia.

Estamos cumpliendo el mandato que el pueblo expresó en la Consulta, **por primera vez en la historia de nuestro país no se improvisa, no se ponen parches aquí y allá, sino que se vive una verdadera estructuración de la Función Judicial**; se está realizando una transformación eficaz del sistema en todos los ámbitos, tanto materiales como inmateriales, que son tal vez los más importantes; y es así como hoy, luego de pasar por un riguroso proceso de selección que contempló Concurso de Méritos y Oposición, **se incorporan para**

servicio de la Patria, 80 nuevas juezas y jueces especializados en violencia intrafamiliar. Felicitaciones. [APLAUSOS]... El día de ayer se han incorporado en Guayaquil 242 jueces de diferentes materias, todos por concurso de merecimiento... Y, no sé si habrán notado, ya ni siquiera hay las constantes críticas, o sea, parece que ya se dieron cuenta que todos sus esfuerzos por boicotear este proceso son inútiles; tal vez todavía están medio confundidos después del resultado electoral del 17 de febrero, pero ¿cuándo en la historia un concurso de estos no ha tenido la maledicencia, el boicot, el tratar de ser desprestigiado por los medios de comunicación, por los grupos de poder? Este proceso ha sido tan prístino, tan incuestionable, que ni siquiera aquello han podido hacer.

Felicitaciones a las juezas y jueces, ciudadanas y ciudadanos excepcionales por sus cualidades, su formación y su vocación... Ser juez es una vocación, tienen una responsabilidad inmensa. En la antigüedad los jueces eran los sabios, ojalá sigamos teniendo jueces sabios en el siglo XXI. [APLAUSOS]... Pero, no es suficiente... Bueno, en la antigüedad el concepto de sabio no significaba solo sabiduría, sino honestidad, transparencia, ejemplo de vida. Sí, con ese concepto de la antigüedad, de sabio, se puede definir adecuadamente la clase de jueces a la que aspiramos: jueces capaces, con conocimiento, con sacrificio, con entrega, con honradez, con transparencia, ejemplo para toda la sociedad.

Felicitaciones, queridas juezas y jueces. Felicitaciones también a las familias del Ecuador, porque contamos ya con amparo y apoyo especializado en este ámbito tan cercano a los ciudadanos, tan íntimo, se trata de nuestras familias.

Saludamos con alegría los cambios profundos que vive el sistema judicial en el Ecuador, y de manera **muy especial la creación de estas unidades especializadas en violencia intrafamiliar**, que ayudarán a cambiar, para bien, la vida de miles de compatriotas; y a los nuevos jueces y juezas les auguramos el mayor de los éxitos en la consecución de sus metas y, por supuesto, a través del Consejo Nacional de la Judicatura, todo el apoyo del Gobierno Nacional. [APLAUSOS]...

Pero debemos avanzar más y con mayor sentido de urgencia. Ya en Ecuador es difícil que se tenga sentido de lo importante; aquí era más importante que Miss Ecuador llegue a las finales del concurso Miss Universo, que la educación, ¿verdad?, como canta Calle 13. Tal vez hemos avanzado mucho en aquello, pero todavía nos falta avanzar mucho más en el **sentido de la urgencia**: no tenemos tiempo que perder, hemos perdido demasiadas décadas, siglos, generaciones, para el desarrollo.

Tenemos muchas décadas de atraso, de injusticias acumuladas, de ineficiencias sistémicas; **nuestro Código Penal tiene más de setenta años**, y necesitamos el nuevo **Código Integral Penal, entregado hace más de un año a la Asamblea Nacional, no solo para la seguridad ciudadana frente a la delincuencia común, necesitamos ese Código también para que estos nuevos jueces y juezas de primera instancia puedan asumir el tratamiento de estos temas desde el ámbito penal**, para que los crímenes violentos contra las mujeres y la familia tengan un tratamiento especializado en materia penal, para incluir figuras penales como las del *feminicidio* (como ya mencionó el Presidente del Consejo Nacional de la Judicatura). Y no creo que estas cosas, estas patologías sociales se remedien con leyes, con decretos, pero sí son mensajes. Lo definió muy bien Gustavo [Jalkh]: **el Código Penal refleja los valores de una sociedad y en la sociedad del Ecuador del Siglo XXI no permitiremos el abuso de las mujeres.** [APLAUSOS]...

Hoy, gracias a la confianza del pueblo ecuatoriano en su Revolución, confianza que nos otorgó a través de las urnas una mayoría absoluta en la Asamblea, ese nuevo Código Penal irresponsablemente represado en la Asamblea anterior, por fin podrá ser una realidad.

La semana pasada tuvimos Gabinete Itinerante en la ciudad de Ibarra. La desesperación de la gente porque se solucionen las injusticias, sus problemas, por llegar al Mandatario, hacen, pues, que siempre me reciban con peticiones, letreros, manifestaciones, etcétera. Hubo una que me impresionó mucho, me dolió mucho antes de llegar al sitio donde iba a realizar el Enlace Ciudadano y era de los familiares de las mujeres víctimas de violencia familiar en Ibarra... No pude detenerme a darles un abrazo solidario, no siempre es posible por cuestiones de seguridad, siempre voy observando todo, con la ventana abierta en el puesto al lado del conductor... Tal vez no pude darles un abrazo solidario, pero obras son amores: Lo poco o mucho que haya podido hacer el Gobierno Nacional para tener estos nuevos 80 jueces especializados en materia de violencia intrafamiliar, se los dedicamos a las familias de esas mujeres abatidas, maltratadas, que nos recibieron la semana anterior en Ibarra. [APLAUSOS]...

Hemos avanzado mucho, pero falta todavía demasiado por hacer. El mayor atentado a la independencia de nuestros jueces son los “Big Business”, el gran capital, los grandes negocios dedicados a la comunicación, acostumbrados a juzgar en titulares y no en tribunales. Son ellos los que declaran quién es “inocente” y quién es “culpable” o quién es tan solo un “perseguido político”, ya no son nuestros jueces.

Cuántas falacias se lanzan a diario, ahora que por fin tenemos un Estado de Derecho y todos debemos someternos al imperio de la ley.

La falacia de la “criminalización de la protesta social”. ¿A quién se le ha prohibido protestar por algo?; pero, otra cosa es que haya protesta social criminal y los excesos lleguen a tal índole que un informe de una importante organización no gubernamental de derechos humanos, denunciara entre los casos de “criminalización de la protesta social” la existencia de “dirigentes indígenas acusados de asesinato”. ¿Será acaso porque en realidad hubo un asesinato, el de Bosco Wisuma ocurrido el 30 de septiembre de 2009? ¿Acaso estas cosas deben quedar en la impunidad? ¿Acaso hay etnias, hay grupos que pueden estar por sobre la Ley?

O la falacia de que “se acusa de terroristas a los ciudadanos”, cuando se ha repetido una y mil veces que es un problema del Código Penal anterior (el que queremos corregir), donde hay una mala clasificación de artículos penales en una sección, creo que la sección cuarta o quinta, que habla de “sabotaje y terrorismo”. Pero, pretender que no se sancionen ciertas actitudes antisociales por estar mal clasificado el delito, equivaldría a decir que no se sancione la violencia contra la mujer, si por equivocación se la puso en el acápite de *sabotaje y terrorismo*. Sin embargo, estas tonterías se repiten una y otra vez.

Es el mayor atentado a la independencia de la Justicia una prensa que trata de juzgar en los titulares y no en los tribunales.

O la falacia de la “persecución política”. Para hacerle daño al gobierno, a cualquier persona que se le aplique la ley y los medios la denominen como “perseguido político” ya no se le puede aplicar la ley y si cometió un delito hay que dejarlo en la impunidad. Ahora resulta que, para el gobierno, ya que perseguimos a nuestros opositores políticos, son objetivos políticos fundamentales doce muchachos (mayores de edad) del colegio Central Técnico, que cometieron un delito: atentaron contra la propiedad privada, destruyeron bienes públicos, agredieron a la Policía. ¿En nombre de qué esto tiene que quedar en la impunidad? Pero ya la prensa lo tildó de “persecución política”...

O “los 10 de Luluncoto”, que no resiste el menor análisis. Suponiendo que somos un gobierno tan malo, que perseguimos a nuestros opositores políticos; y que estos muchachos eran tan buenos, que solo eran estudiantes reunidos, para rezar el Rosario de la Aurora seguramente. ¿Para qué se los va a perseguir? Eso no tiene ninguna lógica. Cuál es la verdad. Había atentados con bombas panfletarias; fue un trabajo profesional de la Policía, con documentos, con videos; la Fiscalía, respetando la Ley; la indagación previa sin hacérsela pública... Pero, desde los titulares tratando de deslegitimar esa investigación, muy profesional que hizo la Policía y la consecuente judicialización de estos actos junto a las evidencias.

Por eso, como parte fundamental de ese Estado de Derecho, como parte fundamental de esa Nueva Justicia, es tan pertinente esa nueva Ley de Comunicación que impida tanto abuso, tanto atentado a la independencia judicial, tanta manipulación. Felizmente, me parece que muy pronto, el día de mañana, la Asamblea Nacional por fin hará cumplir el mandato del pueblo ecuatoriano de mayo del 2011, el mandato constitucional del 2008, y el país tendrá una nueva Ley de Comunicación. [APLAUSOS]...

Otro peligro para el Sistema de Justicia: una mal entendida justicia indígena, cuyo reconocimiento constituye un gran avance (no de la Constitución del 2008, desde 1998); pero, caen en excesos que destruyen sus justas reivindicaciones, junto a la mediocre y demagógica complicidad de ciertos dirigentes, incapaces de una sana crítica.

Nuestro Estado es unitario, lo dice la Constitución, la justicia es una sola, pero en su calidad de Estado plurinacional e intercultural se reconocen las tradiciones ancestrales para la **solución de conflictos internos a la comunidad**, sin que jamás se pueda atentar contra la Constitución y los Derechos Humanos. Pero, en nombre de una mal entendida justicia indígena, se pretende construir un sistema de justicia no complementario, sino paralelo al del Estado, con aberraciones que todos debemos conocer y rechazar.

Se ha pretendido juzgar y se juzgó violaciones a menores, asesinatos, todo fuera del marco legal y de acuerdo a supuestas tradiciones.

Un dirigente de una importante organización indígena del país, firmó orden de detención contra un ciudadano residente en la ciudad de Quito. Vinieron, lo arrestaron y lo llevaron prisionero a una comunidad cerca de Otavalo. Eso se llama secuestro. Y el ciudadano, después de pasar cuatro, cinco días en las más inhumanas condiciones tuvo que ser liberado por la Policía Nacional. Y a eso le llaman “justicia indígena”.

Otra comunidad, en nombre de la justicia indígena derogó una concesión de agua entregada por la Secretaría Nacional del Agua.

¡Ya basta! No hay peores injusticias que las que se cometen en nombre de los pobres, se las permite por paternalismo, y se las perpetúa con cínicas victimizaciones.

Nadie puede dudar de las injusticias cometidas contra nuestros pueblos indígenas. Por eso estamos aquí, para que nunca más se repitan esas cosas, para lograr un país justo, equitativo, solidario, libre. Pero no por eso las víctimas pueden cometer injusticias, abusar del derecho.

Y aquí hay una muy importante reflexión: todos debemos rechazar la injusticia. Gustavo [Jalkh] citó al comandante Che Guevara, él decía: *Si tiembles ante la injusticia, somos hermanos*. Todos debemos rechazar la injusticia y ser solidarios con las víctimas de ésta, pero eso **no les da a las víctimas supremacía moral ni derechos superiores sobre los no victimizados**.

Son Indudables, por ejemplo, los abusos que Estados Unidos ha cometido en nuestra América: invasiones, explotación, saqueo, etcétera. ¿Pero, eso significa que los latinoamericanos tenemos supremacía moral sobre los norteamericanos? Si históricamente la situación hubiera sido la inversa y los poderosos hubiéramos sido los latinoamericanos, ¿no hubiéramos cometido los mismos excesos?

Son indudables los abusos de Israel sobre los palestinos. ¿Pero, eso hace a los palestinos superiores moralmente que los israelitas?

Es indudable la explotación y discriminación de los negros en Estados Unidos... Es gracioso porque en 1776 se declaró la independencia de Estados Unidos, pero continuó la esclavitud; solo un siglo después se abolió esa esclavitud y tuvieron que pasar dos siglos después de la declaración de independencia para que los negros tuvieran los mismos derechos que los blancos, cesara la segregación y discriminación racial. Por supuesto que han sido víctimas de explotación. ¿Pero, eso significa que los negros tienen supremacía moral sobre los blancos?

Es indudable la explotación en nuestra América de los ricos o de las clases ricas hacia las clases más pobres. ¿Eso significa que todo rico es malo y que todo pobre es bueno?

Es indudable la explotación y discriminación que han sufrido nuestros pueblos indígenas. ¿Pero, eso significa que son ejemplo del buen vivir, que tienen las respuestas para todo, que tienen supremacía moral sobre los no victimizados?

Créanme, este es uno de los principales errores y problemas que observo frecuentemente de gente buena: la natural simpatía hacia las víctimas de la injusticia nos hace idealizarlas y no ver los posibles abusos e injusticias que ellas mismas está cometiendo.

El haber sufrido una injusticia, repito, no da per se a las víctimas supremacía moral sobre los no victimizados.

¡A terminar con el paternalismo, la victimización y, en cierto modo, el engreimiento y prepotencia que tanto daño hacen a nuestros pueblos indígenas!

Queridas compatriotas, queridos compatriotas:

Nadie debe mendigar ni negociar justicia; lo que se exige es que todas y todos podamos **demandar el acceso efectivo a la justicia** como un servicio público, que la justicia vaya a donde se la necesita, que sea oportuna.

No queremos una justicia ciega, sorda y muda; necesitamos que la justicia vea bien: Vea bien las condiciones en las que se debaten decenas de miles de niños que día a día son violentados en sus derechos a la vida, a la alegría, a comer, a tener espacios en donde desarrollarse; necesitamos una justicia que oiga a los adultos mayores que están desamparados y claman por respeto, atención en salud y afecto; nos urge una justicia que hable en nombre de las niñas que son violadas, agredidas, golpeadas, excluidas; una justicia que se prodigue en protección a las mujeres, en cuidados a los más desprotegidos, que esté a favor de los necesitados, que salga en auxilio de los indefensos.

La justicia se fundamenta en la verdad; por eso, convocamos al cambio de paradigmas, al cambio cultural que nos permita alcanzar las virtudes sociales, que rechace la mentira, los engaños, las truculencias, las falacias, los abusos vengan de donde vengan.

Y decía el Libertador Simón Bolívar: *“La Justicia es la reina de las virtudes republicanas, con ella se sostiene la igualdad y la libertad”*. Ningún pueblo puede considerarse libre, soberano, independiente, si no tiene una justicia digna de sí mismo.

¡Felicitaciones nuevas juezas, nuevos jueces de la Patria! El país confía en ustedes. Todo el apoyo del Gobierno Nacional, del compañero Presidente, de la Revolución Ciudadana... ¡Y que el hambre de justicia jamás se sacie en nuestro país y en el mundo entero!

¡Hasta la Victoria Siempre!

Rafael Correa Delgado

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Anexo 2

-CUPRE-

**PRIMERA CUMBRE PARA UN PERIODISMO RESPONSABLE EN LOS
NUEVOS TIEMPOS**

**CONFERENCIA MAGISTRAL DEL
ECONOMISTA RAFAEL CORREA:**

“La Información como Derecho y los Medios como Poder”

Samborondón, 19 de junio de 2013



Ya era hora que la ciudadanía vaya a la ofensiva, no a la defensiva de los ataques de la derecha, del gran capital; del *big business*, del *big media*, que se nos han robado conceptos tan sublimes como el de la libertad, entre ellos el de la libertad de expresión, cuando lo que hacen es tan solo defender sus intereses... Ojalá se multipliquen, querido Alí [Rodríguez, Secretario de UNASUR], a nivel regional, a nivel de UNASUR, esta clase de eventos.

Creo que el gran desafío de la humanidad en el siglo XXI es la supremacía de los seres humanos sobre el capital, de los ciudadanos sobre los grandes negocios. Y aquí hemos estado dominados por los grandes negocios dedicados a la comunicación. Así que estas iniciativas reconfortan, llenan de alegría, llenan de esperanza. Felicidades a la Secretaría Nacional de Comunicación y a todos los organizadores de este evento. Y felicitaciones también por el acierto de organizarlo en este lugar tan emblemático y bonito, el Parque Histórico de Guayaquil, lugar que recrea el Guayaquil republicano de finales del siglo XIX, el Guayaquil de principios del siglo XX, con sus bellas y majestuosas casas de madera.

Les agradezco muchísimo por haber pensado en mí para iniciar con una conferencia magistral esta Cumbre de Periodismo Responsable y Ético. He decidido llamar a esta intervención, donde aspiro a dar algunas ideas conceptuales, muchas desde el punto de vista económico dada mi “deformación” como economista y muchas también fruto, en la parte empírica, de las vivencias de estos 6 años intensos, algunas ideas para lograr una verdadera libertad de expresión, para lograr obtener la información de mejor calidad ya que la información no es una mercancía sino un derecho y he pensado que el título más adecuado para esta intervención sería: **“La Información como Derecho y los Medios como Poder”**, y más exactamente poder económico, *big business* (los grandes negocios), expresión anglosajona que también refleja lo que queremos enfocar.

Si algo, queridas amigas y amigos, he podido verificar – ¡y de qué manera!- en estos seis años de Gobierno, es que el capital domina al mundo... Analicen: Crisis europea, familias se quedan sin casas, bancos con casas, todo en función del capital; prestaron: el problema solamente es del que recibió el préstamo, no del que dio el préstamo; el que daba el préstamo valoraba la casa; burbuja inflacionaria: prestan 250 mil euros, garantía hipotecaria la casa; se derrumba la burbuja, ahora reciben la casa –que ellos mismos valoraron- a 50 mil euros y la gente se queda sin casa y endeudada para toda la vida. Esto no tiene lógica, no tiene ética, es pura y simple supremacía del capital sobre los seres humanos. Recuerden lo que vivíamos en Ecuador, todas esas leyes absurdas: el FEIREP; la “Ley de Transparencia y Responsabilidad Fiscal”, que limitaba todo gasto público, así sea para educación, para salud, para vivienda, excepto

para el servicio de la deuda externa. Eso significaba que si encontrábamos uranio, todos esos excedentes tenían que ir a servir la deuda externa. Todo estaba y está a nivel mundial en función del gran capital, eso que los anglosajones llaman los “big business”.

Y como manifiesta la Dra. Margareth Chan, Directora General de la Organización Mundial de la Salud, en un muy particular discurso muy rara vez escuchado en un funcionario de esta naturaleza, por su valentía, su frontalidad; en su discurso denuncia a las grandes corporaciones que atentan contra la salud pública y dice textualmente: “Todas estas industrias temen la regulación, y se protegen usando las mismas tácticas.... Estas tácticas incluyen grupos de fachada, cabildeo, promesas de auto regulación, juicios, e investigación financiada por la misma industria que confunde la evidencia y mantiene al público en duda... y describen las acciones del gobierno como una interferencia en las libertades personales y la libertad de elección...” y continúa la doctora Chan diciendo: “Esta es una oposición formidable. El poder de mercado pronto se traduce en poder político...” y **“una poderosa corporación puede hacer creer al público casi cualquier cosa”**. Se refería sobre todo al caso de las tabacaleras, que durante tanto tiempo negaron la evidencia de que el tabaco era dañino para la salud.

Veamos otro ejemplo muy actual: la industria armamentista norteamericana, que pese a las matanzas sufridas en el país del norte, logró bloquear, dicho sea de paso en nombre de la “libertad”, el control de la venta de armas en Estados Unidos. ¿Defendiendo los derechos de los ciudadanos? No, defendiendo los intereses corporativos, el interés comercial.

Y la comunicación lamentablemente no es la excepción, por el contrario, es una de las áreas donde de forma más dramática se verifica el dominio del capital sobre los seres humanos y sus derechos, en este caso, el derecho a la información. Para el caso de los “big medias”, cabe exactamente el mismo análisis hecho por la Dra. Chan. Vemos que todo lo que busque garantizar los derechos de los ciudadanos en detrimento de los intereses comerciales y políticos de la gran prensa, es combatido, y con las mismas tácticas. No hay nada nuevo bajo el sol.

"Mercado" de la comunicación:

Entendiendo que los medios de comunicación no son otra cosa que *big business*, permítanme hacer un análisis de mercado de las corporaciones mediáticas, incluso bajo el supuesto no aceptado de que sólo se dedicaran a informar, aunque, como veremos más adelante y todos sabemos, en realidad son ilegítimos actores políticos.

¿Qué pasaría en cualquier “mercado” –entre comillas- donde existieran pocas empresas proveyendo un bien indispensable, que además constituye un bien público generador de efectos sobre toda la sociedad; y que, por añadidura, dichas empresas pudieran coludir, es decir, ponerse de acuerdo entre ellas en beneficio de sus negocios y en perjuicio de los consumidores? Cualquier estudiante de economía saltaría hasta el techo, porque el mercado descrito sería la antología de un mercado imperfecto, con inmenso poder por parte de las empresas participantes, y que, en consecuencia, debería ser fuertemente regulado en defensa de los consumidores. **Lo que hemos descrito es precisamente el mercado de la información.**

El primer problema de fondo es la forma de propiedad, ya que pese a toda ética y profesionalismo periodísticos, desde que se inventó la imprenta, **la libertad de prensa no es otra cosa que la voluntad del dueño de la imprenta.** Este problema se agrava al tratarse de un bien fundamental para la sociedad –a diferencia de tabaco o armas-, lo cual simultáneamente aumenta el poder de las empresas dedicadas a dicho negocio, su capacidad para afectar a la sociedad, y, en el caso particular de la información, la capacidad para salir impunes, porque las personas disciernen en base a la información que reciben, y paradójicamente el bien que están adquiriendo es la información.

Pero existe otro problema. La información no es sólo un bien indispensable para una sociedad moderna, sino que técnicamente es lo que en Economía se conoce como un bien público, esto es, sin capacidad de exclusión ni rivalidad en el consumo. Si yo tengo una manzana, ese es un bien privado; si tú quieres disfrutar de esa manzana me tienes que compensar, si soy una empresa mercantil te la voy a vender; si yo como de la manzana, tú comes menos de la manzana. Pero, el paisaje que estamos viendo del río Guayas, yo no puedo impedir que ustedes lo vean, hay libre acceso a ese bien llamado paisaje; y el que ustedes lo vean no impide que el otro lo sea y lo disfrute también: no hay rivalidad en el consumo.

Eso es un bien público; normalmente los bienes ambientales y paisajísticos son bienes públicos.

Tomemos como ejemplo la televisión de señal abierta. Un canal de televisión no puede excluirlos de ver su programación, es decir, no hay capacidad de exclusión, y que alguien vea dicha programación, no impide que otros también lo hagan, con lo cual tampoco hay rivalidad en el consumo. Incluso los medios impresos, una vez que se compra un diario lo pueden leer muchas personas, sigue siendo de bastante fácil acceso y no hay rivalidad en el consumo. Cuando existe esta clase de bienes, bienes públicos, la fuente de lucro no es el precio del bien –el pago por el periódico o cuánto

le pago yo a un canal de televisión de señal abierta- sino básicamente el ingreso proveniente de los patrocinadores.

Por ello, como dice Ignacio Ramonet (ex director de *Le Monde Diplomatique*, principal periódico de relaciones internacionales del mundo), los medios mercantilistas **no venden información a los ciudadanos, sino que venden ciudadanos a los patrocinadores.**

Veamos ejemplos, que además prueban el hermanamiento que existe entre los “big business”.

Ya en 1985 se trató de aprobar en el entonces Congreso Nacional del Ecuador una ley prohibiendo la publicidad de cigarrillos y alcohol. La arremetida concertada de los medios, con los más absurdos argumentos, fue impresionante. Llegaron a decir que la publicidad no incrementaba el consumo, sino que tan solo daba información de cómo elegir.

Ahí están los recortes de periódicos con los titulares más absurdos... Las Naciones Unidas habían declarado a 1985 como Año Mundial de la Paz, y como Presidente de la Federación de Estudiantes Universitarios Particulares del Ecuador organicé un festival universitario sin precedentes en mi ciudad natal, Guayaquil (trajimos a Pueblo Nuevo, hicimos un concurso nacional de la canción universitaria por la paz, etcétera), y ese evento lo estaba organizando en coordinación con Diario “El Universo”, para darle toda la cobertura al festival. Sin embargo, como en esos días decidimos apoyar públicamente como Federación el mencionado proyecto de ley prohibiendo la publicidad de cigarrillos y alcohol, tal vez ustedes crean que exagero, pero, en rechazo a nuestra osadía... ¡ni siquiera me volvieron a permitir ingresar al Diario! No pude volver a reunirme con los directivos de Diario El Universo.

Cabe indicar que el dueño de este periódico también era uno de los principales comerciantes de armas del país.

Sólo casi treinta años después, y gracias a la nueva Ley de Comunicación, vamos finalmente a poder prohibir la publicidad que atente contra la salud humana.

No se engañen. Pese a que viven autodefiniéndose como prensa “libre e independiente”, y piensan que en la repetición está la demostración y que mil mentiras hacen una verdad, los medios mercantilistas no son ni libres ni independientes, sino sometidos al capital, el de los dueños del medio y el de sus patrocinadores. El negocio consiste no en la calidad de la información, sino en la cantidad de ciudadanos a los que lleguen, y si lo que vende y lucra es el escándalo, no la verdad, sin duda se

quedarán con lo primero. **Por definición de empresa mercantil**, el lucro pasará antes que la calidad de la información.

En Teoría de Mercado supuestamente la baja calidad del bien suministrado se solucionaría con una sana competencia. Toda la teoría se basa en que las empresas compiten entre ellas y así se beneficia el consumidor con un mejor producto y más barato. En el mercado de la información esto supone competir por brindar la mejor información posible, así como ser los primeros en denunciar las mentiras y errores de la “competencia” –entre comillas-. Pero lo que ocurre es precisamente lo contrario: **existe una absoluta colusión**. Jamás he visto tanto espíritu de cuerpo como en el sector mediático. Actúan como un verdadero cartel.

Veamos, por ejemplo, uno los famosos Wikileaks, que se refiere a una disputa entre dos de los más grandes grupos financieros e informativos que *existían* (hablo muy esperanzadoramente en pasado) en el país: Teleamazonas, del grupo Banco del Pichincha, y TC Televisión y Gama TV, del Grupo Filanbanco, propiedad estos últimos de los hermanos Isaías, hoy fugitivos en Miami después de defraudar a depositantes y al Estado por centenas de millones de dólares. La disputa se debía justamente a que Teleamazonas estaba haciendo una amplia cobertura de la quiebra fraudulenta de Filanbanco, más que por honestidad periodística, por la rivalidad existente entre el capital financiero de la Sierra y de la Costa.

Bueno, leo la diapositiva (esto está en los Wikileaks, esto está publicado en libros): “Teniendo que lidiar con este feroz ataque, Teleamazonas y el Banco del Pichincha clamaron por paz. Líderes de la Iglesia Católica mediaron en un diálogo que derivó en un **‘pacto de no agresión’** por el que Teleamazonas acordó retirar la cobertura sobre la conexión de la familia Isaías con la quiebra del banco Filanbanco y TC Televisión, parar sus ataques al Banco del Pichincha... Un productor jefe de Teleamazonas nos dijo –esto informa la Embajada de Estados Unidos, recuerden que los Wikileaks eran los informes de las respectivas embajadas a Washington- que el canal será más cuidadoso en el futuro acerca de los intereses que puedan afectar en el futuro”. Wikileaks, informe de la Embajada de Estados Unidos. Colusión.

Otro ejemplo muy reciente. Como mencioné, hace pocos días la Asamblea Nacional aprobó una nueva Ley de Comunicación, mandato constitucional ratificado en la consulta popular de Mayo de 2011, ley que había sido bloqueada cuatro años por el cartel de medios de comunicación y sus corifeos en la Asamblea, y que reemplaza a la ley actualmente en vigencia que fue expedida en los años setenta del siglo pasado por la dictadura militar de aquel entonces.

Ante lo inminente de la aprobación de la nueva Ley, representantes de medios ecuatorianos, junto a la ONG Fundamedios fundada por ellos mismos, y directivos de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos –AEDEP–, el gremio de propietarios de medios impresos en el Ecuador, fueron a Colombia a hablar con el equivalente de la AEDEP en dicho país para que los ayuden a impedir la aprobación de la ley (esto ya está verificado y denunciado por el diario público El Telégrafo). El mismo día en que se votaba la ley en nuestra Asamblea Nacional, viernes 14 de Junio, en un hecho sin precedentes, 53 medios impresos colombianos publicaron el mismo editorial titulado “¿Estocada final a la libertad de prensa en Ecuador?” con una sarta de mentiras para deslegitimar la nueva ley.

Esto en Economía se llama sencillamente colusión y nos recuerda bastante bien las tácticas de los “big business” ya mencionadas por la Dra. Chan: “Todas estas industrias temen la regulación, y se protegen usando las mismas tácticas”... (...) “**una poderosa corporación puede hacer creer al público casi cualquier cosa**”... ¡Y más aún si se trata de corporaciones dedicadas precisamente a informar a los ciudadanos!

Es claro que en el mercado informativo, las empresas no compiten, tan solo protegen sus intereses mutuamente.

Estado de Opinión versus Estado de Derecho

Sólo con un análisis de mercado ya hay graves problemas en el supuesto, entre comillas: “mercado de la información”, pero en realidad estos problemas son mucho mayores porque los medios se han arrogado un **rol político**. Ellos mismos se definen como el contrapoder del poder político. En ese caso, cabría preguntarse, ¿qué legitimidad puede poseer en democracia un actor político, cuya única virtud ha sido el tener dinero para comprarse una imprenta? Y si les gusta tanto el equilibrio de poderes, ¿cuál es el contrapoder del mayor poder fáctico de nuestra América: la prensa? Si son un contrapoder ¿la elemental decencia no exigiría poner su línea política en forma explícita, para que el lector, televidente o radioescucha tenga muy claro que ese medio no está informando sino haciendo política?

Es hasta cómico: Se definen como contrapoder, es decir, actores políticos, pero no toleran respuestas políticas. Si la prensa difama, desinforma, calumnia a nuestros gobiernos, es “libertad de expresión”. Si algún presidente osa contestarles, es “**atentado** a la libertad de expresión”. Es decir, algunos son más libres que otros.

Hablan de criticar al poder, pero frecuentemente son un poder mayor que el mismo Estado, y, a diferencia de otros “big business”, gozan de mayores niveles de impunidad porque han tenido la habilidad de identificar sus negocios con la libertad de expresión. De acuerdo a ellos, criticar a un medio de comunicación es criticar la libertad de expresión, lo cual es tan brillante como decir que criticar al Presidente es criticar a la democracia. Lamentablemente todavía hay ciudadanos que creen ese discurso. Además, es un poder muy eficaz, ya lo dijo Alí: **No hay ejército que pueda invadir el mundo, la desinformación de la prensa sí lo puede hacer.**

Pero aquí el debate de fondo es si los medios de comunicación deben o no participar en política. Al definirse como contrapoder del poder político, lo están haciendo. Como paladinamente lo reconoció Álvaro Vargas Llosa en el canal Ecuavisa el 10 de Junio pasado, y cito:

“El rol de la prensa hoy día, en cierta forma, es verdad que se ha desnaturalizado un poco pero no por culpa de la prensa sino de gobiernos que han creado un vacío tan grande y que han obligado a la prensa de cierta forma a sustituir a los partidos, a sustituir al Congreso y a cumplir además el rol tradicional de la prensa”, cierro comillas.

Y lo peor de todo: sólo son contrapoder de ciertos poderes políticos, de otros, son descarados cómplices, pues al menos en América Latina, los medios de comunicación siempre han estado en contra de los gobiernos progresistas. Bastaría ver el rol de Diario El Mercurio en la caída y muerte de Salvador Allende y la creación de la dictadura pinochetista.

El poder mediático es inmenso, sin legitimidad democrática, sometido al capital y con poderosos mecanismos de autodefensa, porque como ya mencionamos, cualquier crítica a estos *big business* han tenido la habilidad de convertirla en “atentado a la libertad de expresión”.

Y es un poder que ha **crecido** con el tiempo por la masificación de la información, gracias a la alfabetización de la población que generó las capacidades para acceder a medios impresos; gracias a los avances tecnológicos que abarataron el acceso a la información; y gracias a la llegada de gobiernos democráticos que permitieron e impulsaron la información.

Probablemente en sus inicios el poder mediático era como un cachorro bien intencionado tratando que el poder político no traspasara ciertas líneas rojas, como por ejemplo, el famoso “Yo acuso” de Emile Zolá en el caso Dreyfus, en Francia (cuando injustamente se quiso condenar a un capitán por traición a la patria solo por el hecho

de ser judío), pero luego ese cachorro se convirtió en un mastín que acorrala al poder político y a los propios ciudadanos, en defensa de sus intereses mercantiles y de clase.

De la generación de opinión pública, pasaron a pretender imponernos el **Estado de Opinión**, donde el **poder absoluto** lo tienen los medios de comunicación. Esto no fortalece la democracia ni el Estado de Derecho: **atenta contra ellos**, por ejemplo, cuando la defensa o acusación se hacen en los titulares y no en los tribunales. Incluso se podría hablar de la intención de construir la **medio-cracia**, en oposición a la democracia, ya que este Estado de Opinión soslaya el sufragio universal, el debate parlamentario y la acción política partidista. No importa lo que se haya propuesto en la campaña electoral y lo que el pueblo, el mandante en toda democracia, haya ordenado en las urnas. Lo importante es lo que aprueben o desapruében en sus titulares los medios de comunicación.

Como dice Félix Ortega, sociólogo español, cito: “Con el paso del tiempo y al asumir un papel que les es ajeno, los medios de comunicación han tendido a socavar las bases mismas de la legitimidad política que requieren los gobiernos democráticos, a la vez que han afectado gravemente las propias pautas de convivencia y cohesión de la sociedad”, cierro cita.

Y existe terror de enfrentar ese poder, sobre todo de parte de los hombres políticos, cayendo en el clientelismo y sometimiento, para que no los vayan a acusar de que atentan contra la libertad de expresión.

Ética y profesionalismo

Los problemas mencionados (graves imperfecciones en el mercado de la información, el rol político que se han arrogado los medios), pueden **mitigarse** (no pueden eliminarse por la propia naturaleza de la forma de propiedad de esos medios), pueden mitigarse en gran medida con ética y profesionalismo periodísticos; pero lamentablemente en América Latina sucede lo contrario: la ausencia de estos elementos agrava aún más las contradicciones.

Por ejemplo, los medios de comunicación están convencidos que por ser negocios privados, pueden decidir discrecionalmente qué informar y qué no, lo cual es lo más cercano a la manipulación.

Algunas veces se ha llegado a extremos increíbles. ¡Prohibido olvidar! En Venezuela, cuando después del golpe de estado de Abril del 2002 el Presidente Chávez era restituido en sus funciones por presión de todo un pueblo, las cadenas privadas opositoras al gobierno transmitían... ¡dibujos animados! Y por supuesto, ante tremenda manipulación y ocultamiento de la información, nadie dijo nada –algunos dijimos-, nadie hizo nada...

En Ecuador decimos que los medios privados tienen tres clases de noticias: las que publican de vez en cuando para decir que informan, las que nunca publican para proteger sus intereses, y las que se inventan para atacar a sus adversarios, sobre todo al gobierno.

Pero, así como el juez honrado **siempre** debe dictar adecuadas sentencias, los medios de comunicación éticos **siempre** deben publicar la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad, sin pretender tener **discrecionalidad** para informar, por el hecho de ser privados.

Veamos un ejemplo extremo pero representativo de la calidad ética y profesional del periodismo ecuatoriano (no voy a generalizar, de cierto periodismo, hay grandes

periodistas, de ciertos periodistas, lamentablemente con mucho poder): me refiero a cuando en los primeros días de Septiembre del año pasado, tuve que realizar un viaje privado durante doce días a Europa. Emilio Palacio, ex jefe de opinión de Diario “El Universo”, el diario más vendido del país, abierto enemigo del Gobierno y hoy autoexiliado en Miami, probablemente huyendo de su propia conciencia, publicaba en twitter una de sus tantas mentiras: *“Correa sabe que está en un momento difícil. Fue a Bélgica también con el objetivo de prepararse para huir en caso de una derrota”*. La verdad es que fui a Francia a instalar a mi hija mayor en la universidad, ya que se había ganado una beca de estudios en dicho país. Jamás pisé siquiera Bélgica, país de origen de mi esposa, y la “derrota” a la que se refiere este malqueriente, es con respecto a las elecciones presidenciales y legislativas efectuadas en febrero 17 de 2013, donde obtuvimos una de las mayores victorias electorales de la historia del país. Pero este era “jefe de opinión” del diario más vendido del Ecuador; quiero decirles, el más grave peligro que enfrentamos en este oficio es la gente insana, enferma de odio...

Cabe indicar que a este tipejo le otorgaron el premio Columnistas del Mundo de Diario El Mundo de Madrid, por, cito, “simbolizar a todos los periodistas de América Latina que están sufriendo una importante represión”, cierro cita. De acuerdo al jurado, cito nuevamente, “hay países como Ecuador, Venezuela, Bolivia o la propia

Argentina que quieren vivir sin prensa libre e independiente”, cierro cita. Como verán, es impresionante el espíritu de cuerpo y el engaño colectivo del poder mediático.

Se quiere mitificar a los periodistas como heroicos luchadores contra gobiernos despóticos que no aguantan ninguna crítica. La realidad de América Latina es más cercana gobiernos con una inmensa legitimidad democrática jugándose hasta la vida por superar las injustas estructuras de nuestra América, perseguidos inmisericordemente por periodistas sin escrúpulos y por un poder mediático muchas veces mayor al poder del mismo Estado y que además se sabe impune.

Veamos otra muestra de la ética y profesionalismo de ciertos periodistas, en este caso, Martín Pallares de diario El Comercio. Estos son algunos de los artículos que este señor ha escrito en los últimos meses, abusando cobardemente de su posición de periodista: “Correa: o ignorante atrevido o incontinente verbal”; “Correa el pandillero”...

Este señor era el encargado de la página electrónica de diario El Comercio; veamos algunos ejemplos de lo que permitía publicar para hacerle daño al gobierno (de acuerdo a su pequeñez); no son seleccionados, no son extraordinarios, son de los muchos, de los cientos que se enviaron durante tres, cuatro años:

Fernando Hernández: *“El presidente está insultando por lo que dicen, debe insultarse por haber nacido con genes narcos, porque como el padre de él también es narco, esta vez utilizando valijas diplomáticas, utilizándole al bobo de Patiño... hazle un gran favor a la humanidad, quítate la vida como lo hizo tu padre, que tuvo un poquito de dignidad aunque sea para quitarse la vida, haz lo mismo tú por favor y te llevaré flores y las tiraré en el Machángara”*. Una de las tantas noticias, opiniones, cartas, mensajes, que permitía este sujeto publicar en la página electrónica de El Comercio.

Zenón Moreno Guato (nombre obviamente inventado): *“Sigue la sarta de mentiras en el monólogo de la vagina de los sábados del tontito con poder y cachudo por no poder, homosexual, malparido, hijo de..., pero ya estás cerca de terminarte maldito engendro”*. Estas son las cosas que publica la “prensa libre e independiente” de este país.

Y cuando la Secretaría Nacional de Comunicación del Gobierno –SECOM- después de años de estos agravios manda una carta diciendo: *“La permisividad que mantiene diario El Comercio en este tipo de imputaciones y repudios, va acompañada de una sistemática actitud de rechazo al gobierno actual, configurando no solo el delito de injuria sino además una notoria provocación al odio”* y le pide detener estos insultos,

¿qué es lo que publica diario El Comercio?: “El gobierno amenaza a El Comercio y a comentaristas de su versión digital”, y dice que **lo que se está deteniendo es el “libre flujo de ideas”**. Es decir, para la prensa “libre e independiente” todos esos improperios e insultos impublicables constituyen el “libre flujo de ideas”...

Son ejemplos extremos, pero representativos, de lo que hemos tenido que soportar no solo en Ecuador sino en toda América Latina y en muchas partes del mundo.

El nivel ético de la prensa latinoamericana es bastante bien descrito por un agente del sistema, Mario Vargas Llosa, cuando denuncia la descarada participación política electoral de Diario El Comercio del Perú en las últimas elecciones presidenciales peruanas. Cito:

“Viola a diario las más elementales nociones de la objetividad y la ética periodística: silencio y manipula la información, deforma los hechos, abre sus páginas a las mentiras y calumnias que puedan dañar al adversario, a la vez que en todo el grupo de medios se despide o intimida a los periodistas independientes y se recurre a las insidias y golpes bajos de los peores pasquines que viven del amarillismo y el escándalo”.

La pregunta es, ¿qué sucedió ante estas **gravísimas** denuncias? Absolutamente nada.

El caso ecuatoriano

Para el caso ecuatoriano, aunque el problema de fondo es la forma de propiedad de los medios de comunicación, también hay un problema muy grave de concentración y transparencia en dicha propiedad. En nuestro país los medios de comunicación escritos, a nivel nacional, son propiedad de media docena de familias; lo que ustedes se enteran cada día, lo que creen sobre personas que ni conocen, lo que piensan que pasa en el resto del mundo, es lo que quieren decirles o callarles media docena de familias. El mayor diario nacional, El Universo, pertenecía –hasta que denunciamos aquello, ahora pertenece a una firma en Miami-, antes pertenecía a empresas fantasmas en Islas Caimán (donde ustedes saben que no se va precisamente a pagar impuestos y a transparentar balances; tampoco a Miami, pero al menos está más cerca). El Diario La Hora y la Revista Vanguardia, ambos acérrimos opositores al gobierno, cuyo odio es sólo superado por su falta de ética, son propiedad de Francisco Vivanco, alto funcionario en el Gobierno de León Febres Cordero, 1984-1988, uno de los más represivos que el Ecuador recuerde, y esa es la gente que nos habla ahora de “libertad”, de “derechos humanos”, que pretende darnos cátedra de moral y buenas costumbres. Diario Expreso (que tengo que reconocer, uno de los que más guarda la

objetividad del caso) es propiedad de Galo Martínez Merchán, ministro de Gobierno antes y durante la dictadura de su amigo Velasco Ibarra, donde desaparecieron o asesinaron a varios dirigentes estudiantiles, como Milton Reyes. El Comercio (ese Comercio que le decía a Alfaro “ladrón”, “corrupto”, “traidor” y que incitó su asesinato en la Hoguera Bárbara), es de la familia Mantilla, que al inicio del gobierno amenazaba a sus empleados si simpatizaban con la Revolución Ciudadana, los mismos trabajadores grabaron y subieron dichas amenazas a las redes sociales... Y Diario Hoy es de Jaime Mantilla, actual presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa (la SIP), primo de los dueños de El Comercio y ex gerente del mismo. Sé que esto suena a culebrón televisivo, pero es la realidad.

Cuando llegamos al gobierno en el 2007, cinco de los siete canales de televisión nacionales eran propiedad de banqueros. Ustedes pueden imaginar lo que sucedía cuando se quería tomar alguna medida de regulación bancaria... Ahora que tenemos 2 canales incautados dicen que tenemos “monopolio”; ¿por qué no decían que había monopolio de los banqueros en los medios de comunicación cuando la banca era dueña de 5 de los 7 canales nacionales? ¡Cuánta hipocresía! ¿Ustedes se imaginan, si queríamos controlar tasas de interés, realizar regulación bancaria, la impresionante campaña mediática en contra que recibíamos? No para informar o defender los derechos de los ciudadanos; para defender los intereses del dueño del canal.

Muchas veces los negocios dedicados a la comunicación, además de formar monopolios y oligopolios de propiedad familiar, se encontraban vinculados íntimamente con otros intereses empresariales distintos a los de la comunicación. De hecho, la práctica generalizada era hacer un emporio económico y luego invertir en medios de comunicación, no para informar, sino para defender los intereses del emporio. Hablemos con ejemplos (con tantas formas de saqueo que ha soportado el país, nos sobran ejemplos): En Ecuador, la familia Isaías poseía un grupo de más de 200 empresas, entre ellas el banco más grande del país, Filanbanco, y poco a poco adquirieron también dos canales de televisión nacionales en señal abierta, un canal nacional por cable, el propio servicio de televisión por cable, tres radios regionales y un sinnúmero de revistas. Como ya mencionamos, el banco Filanbanco, el mayor del sistema bancario ecuatoriano, propiedad de los hermanos Isaías, quebró fraudulentamente, por lo que los hermanos Isaías son fugitivos de la justicia ecuatoriana y se hallan refugiados en Miami, pese a los pedidos de extradición del gobierno ecuatoriano. En manos de esta clase de gente estaba la información que recibíamos cada día.

Otro ejemplo. El emporio del Banco del Pichincha y de la tarjeta de crédito Diners Club, del banquero quiteño Fidel Egas, propietario de varias revistas y del canal

Teleamazonas que, dicho sea de paso, fue **incautado** a la familia Granda Centeno por una deuda con la tarjeta de crédito Diners Club, sin que nadie dijera nada sobre atentado a la libertad de expresión, pero cuando nuestro gobierno incautó en el 2008 las empresas de los Isaías, puesto que debían más de 600 millones de dólares al Estado, ustedes pueden ver lo que dijo la prensa. En nombre de la libertad de expresión era preferible que esos medios estén en manos de banqueros corruptos y prófugos, antes que en manos públicas. Esa es la escala moral de cierta prensa en Ecuador.

Sin duda, eso sí lo tengo que reconocer, nuestra prensa era “libre”... ¡Libre, pero de impuestos! Junto con medicinas e insumos agrícolas las importaciones de papel periódico eran las únicas totalmente exoneradas de aranceles e impuestos, beneficiando así en forma ilegítima, no a los pequeños agricultores sino a los *big business* de la comunicación. Y pese a todas esas canonjías, favores, poder de mercado, etcétera, el canal Teleamazonas declaró pérdidas durante diez años, sin pagar 20 centavos de impuestos y no había gobierno que se atreviera a enfrentarlo por su poder mediático.

Existía y existe altísima explotación laboral en las empresas dedicadas a la comunicación, donde incluso había (espero que no continúe esta situación) periodistas sin estabilidad y pagados a destajo.

La falta de objetividad, la descontextualización, los sesgos en la información son, por decir lo menos, patéticos. Como soy un Presidente que enfrenta a cierta prensa, créanme, si a mí me muerde un perro... **¡al día siguiente entrevistan al perro!**

No informan sobre conflictos: los buscan, los inducen, los crean, los anhelan, para vender más periódicos y en el caso de nuestro insumido gobierno para tratar de debilitarnos y sojuzgarnos. Esto es irresponsable en cualquier sociedad, pero más aún en las frágiles democracias latinoamericanas.

Aquello de decir la verdad, solo la verdad y nada más que la verdad, para excluir cualquier posibilidad de engaño, ni siquiera lo comprenden. No entienden que verdades a medias son dobles mentiras.

Adicionalmente, como todo “big business”, poseen abundantes instrumentos de cabildeo y lo que se llama en inglés “front groups” (oenegés, grupos de “intelectuales”, etcétera), es decir grupos fachadas.

Tenemos por ejemplo la ya mencionada fundación, Fundamedios, creada en el 2006 cuando ya se avizoraba la Revolución, financiada y dirigida por los propios medios de

comunicación, recibida directamente en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en nombre de la sociedad civil ecuatoriana y para denunciar, como no podía ser de otra manera, la “falta de libertad de expresión” en el país.

Da que pensar, como dice Eduardo Galeano escritor uruguayo autor de *Las venas abiertas de América Latina*, da que pensar que “tengan absoluta libertad de expresión para publicar todos los días que no hay libertad de expresión”.

Cabe indicar que Fundamedios también es financiada por la USAID, la Agencia de Cooperación Norteamericana (la que acaba de ser expulsada en Bolivia), y que en los famosos Wikileaks aparece como uno de los “contactos” de la Embajada de Estados Unidos en Ecuador.

De hecho, Estados Unidos nutría sus informes con reportes de periodistas claves, incluso en varias ocasiones la visita de funcionarios del Departamento de Estado o especialistas estadounidenses al país, era motivo para reuniones con periodistas, políticos, empresarios y “líderes de opinión”. Con la información, suministrada sobre todo por periodistas, elaboraban informes para diseñar estrategias de acción política con los diversos gobiernos. Encabezaba esta lista de contactos el celeberrimo Jorge Ortiz, ex entrevistador estrella de Teleamazonas...

Prohibido olvidar; por ahí deben estar los Wikileaks con toda esta información, esto no lo publicó la prensa (nuevamente manipulación), publicó los Wikileaks que creyó que nos podían hacer daño como gobierno, como las declaraciones de la embajadora de Estados Unidos, los Wikileaks sobre la “colaboración” de periodistas y Fundamedios con la Embajada de Estados Unidos, jamás los publicaron.

En el ámbito internacional la *big media* también tiene sus instancias de presión. Por ejemplo, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos tiene ocho relatorías, pero la única que cuenta con informe y financiamiento propio es la Relatoría de Libertad de Expresión. Su financiamiento proviene sobre todo de los Estados Unidos, país que no es signatario de la Convención Interamericana de Derechos Humanos, es decir, paga para controlar a los demás. ¿Es que este financiamiento propio, este informe independiente, supone la supremacía del derecho a la libertad de expresión sobre otros derechos como el de las personas con discapacidades, niños y adolescentes, pueblos ancestrales, etcétera? De ninguna manera, no se engañen, este informe propio, este financiamiento especial, sencillamente demuestra los alcances del “big business” de la comunicación.

Y el problema fundamental del enfoque actual de Derechos Humanos en la región es creer que el Estado es el único que puede abusar de los derechos humanos. No se entiende que cualquier poder puede hacerlo, y que al menos en nuestra América, hay poderes fácticos que superan al propio Estado y atentan contra esos derechos humanos.

Ahora que nuestros Estados están manejados por gobiernos democráticos, se los trata de igual forma o peor que a los Estados dictatoriales, y, paradójicamente, acusados por los grupos que siempre apoyaron a esas dictaduras y que siempre lucraron de esos Estados dictatoriales.

Para la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, no existe la prensa corrupta (tan bien descrita por Mario Vargas Llosa), sólo existen políticos malvados que persiguen a ingenuos y angelicales periodistas, porque denuncian la corrupción y porque estos dictadores, villanos, populistas, no soportan la crítica que heroicamente publica la prensa. ¿Hasta cuándo tanta falsedad? ¿Hasta cuándo tanto engaño social? Son adversarios, como decía la Dra. Chan, opositores enormes, sumamente poderosos.

En el Informe 2012 sobre Libertad de Expresión, de la respectiva relatoría de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, el promedio de hojas por país es 5. Para el caso de Ecuador se dedican 33 hojas, casi 7 veces más que el promedio. Y, obviamente, las principales “fuentes” para estos informes son: Fundamedios, la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos y la Unión Nacional de Periodistas (que creo tiene 400 afiliados, de las decenas de miles de periodistas que hay en el país, y cuyo presidente trabaja para diario El Universo); fundación y gremios estrechamente vinculados entre sí, descaradamente defendiendo los intereses de los *big media*, abiertos opositores al gobierno, y sin ninguna solvencia moral ni democrática. Realmente el Informe, por sus sesgos, sus omisiones, sus imprecisiones, su falta de contrastación, de verificación, **es un verdadero adfesio**, y la más clara muestra de cómo instancias internacionales de derechos humanos se han convertido, consciente o inconscientemente, en eco de los intereses de los grandes medios de comunicación.

¿Saben cuántos periodistas presos hay en Ecuador por sus opiniones? ¡Ninguno! Y si hubiera algún periodista preso, sería por haber cometido un delito, no por su oficio de periodista. Lo que sí es cierto es que hasta antes de nuestro Gobierno, por el terror al poder mediático, había una ley no escrita: que los medios de comunicación y periodistas estaban por encima de la Ley. En un Estado de Derecho **se persigue delitos, no personas**. Hacer la excepción para tal o cual oficio, eso sí sería romper el Estado de Derecho, sería un grave atentado a las garantías fundamentales.

Y ni qué hablar de la inefable Sociedad Interamericana de Prensa, de oscuros orígenes, creada por la CIA para contrarrestar al régimen cubano e integrada no por periodistas sino por los dueños de los medios impresos de comunicación. Ya es como ritual religioso, cada seis meses la condena de la SIP al Ecuador. Si no nos llega, nos empezamos a preocupar.

Hoy, los grupos que apoyaron a tanto genocida, sus medios de comunicación, sus adláteres, frecuentemente son los que nos hablan de derechos humanos. Saben que ya nadie va a aguantar las botas de las dictaduras en nuestra América, y por ello inventan medios más sutiles para continuar oprimiendo a nuestros pueblos.

Que se enteren que América Latina vive una nueva época, que ya no están aquí las dictaduras a las cuales sí apoyaron esos medios de comunicación, sino gobiernos progresistas, inmensamente democráticos, que están cambiando la realidad de nuestros pueblos y que seguiremos luchando contra todo poder fáctico que trate de mantenernos en el pasado.

SOLUCIONES

Frente a todo lo descrito, ¿cuáles son las soluciones? Los pobres no tienen canales de televisión, no tienen periódicos. Es evidente que los medios de comunicación en América Latina han sido monopolios de las oligarquías. Pero el problema de fondo es el modelo comunicacional capitalista, la información como mercancía, **los derechos** en función del lucro y del poder. Esto se agrava aún más por la falta de ética y profesionalismo periodísticos.

Creo que todos coincidimos en que una buena prensa es vital para la democracia, pero también debemos coincidir en que una mala prensa es mortal para esa misma democracia, y la prensa latinoamericana es mala, muy mala.

Del análisis realizado se deriva la necesidad de **democratizar la propiedad de los medios de comunicación e independizarlos del dominio** del capital; se deduce también la necesidad de generar mayor cantidad de medios **fuera de la lógica de mercado**, es decir, medios sin fines de lucro, comunitarios, y medios públicos; se deriva la necesidad de control social, a través de una adecuada regulación, que busque alinear las empresas de comunicación con lógica de mercado con los objetivos sociales, esto es, el derecho a recibir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa y con responsabilidad ulterior, como ordena el artículo 18 de la Constitución de la República del Ecuador.

En Ecuador hemos avanzado considerablemente en este sentido. En primer lugar, el Gobierno Nacional tiene mucha mayor credibilidad que los medios mercantilistas. Hoy, la mala fe de cierta prensa hace daño, pero ya no pone y saca presidentes como antaño.

Nuestra Nueva Constitución (aprobada en el 2008 luego de una Asamblea Constituyente con miembros elegidos por votación popular y ratificada en consulta popular con el 63% de los votos) prohíbe que los bancos tengan acciones en medios de comunicación (recuerden que al inicio del gobierno, de 7 canales 5 eran propiedad de la banca), algo que en países como Estados Unidos está prohibido con el Bank Holding Act desde 1956, pero que en Ecuador era poco menos que una blasfemia hablar de esto.

Nuevamente en un proceso absolutamente democrático, en la Consulta Popular del 7 de Mayo del 2011 –la tercera en nuestro gobierno- y rechazando una gigantesca campaña mediática en contra de esta valiosa herramienta de democracia directa, el pueblo ecuatoriano decidió con su voto separar las actividades financieras y mediáticas **de cualquier otra actividad económica**; es decir, para evitar la incestuosa relación entre poder financiero y poder mediático, **los banqueros sólo pueden dedicarse a la actividad financiera, y los comunicadores sólo a la actividad de comunicación**. Esto ya se concretó con la nueva Ley de Control de Poder de Mercado, la cual establece que todo accionista con más de 6% de participación en la propiedad de un banco o un medio de comunicación, no podrá tener otra clase de empresas. Zapatero a tus zapatos: banqueros a hacer banca; comunicadores a comunicar y no pretender unir el poder mediático a la defensa de los emporios económicos...

Ecuadorianas, ecuatorianos, espero que entiendan la trascendencia de esta norma. Busca democratizar la propiedad de los medios y evitar los conflictos de intereses, pero también es un golpe extremadamente fuerte, histórico, a la estructura de poder en Ecuador.

Mientras que en países como los europeos la televisión nació pública, antes de nuestro gobierno en Ecuador **no existía ni prensa, ni radio ni televisión pública**. Hoy existen las tres. Insisto en el término público, que es diferente a gubernamental. Sin embargo, todavía el desbalance entre lo público y privado es fenomenal a nivel de comunicación.

Y ahora que se está tratando de deslegitimar por parte de ciertos analistas y medios a la Ley de Comunicación, siguen diciendo mentiras, que el gobierno es el que tiene el monopolio de los medios de comunicación. Sepan ustedes que el 85% del espectro

radioeléctrico está en manos privadas (y de acuerdo a la Constitución es un bien público), solo 15% está en manos del gobierno, de municipios, prefecturas, universidades, sector comunitario, radios indígenas, etcétera; pero así es como se miente y creen que una mentira repetida mil veces se va a convertir en verdad o que en la repetición está la demostración. En cuanto a medios impresos, tenemos cuatro. Radios tenemos tres o cuatro de las ochocientas que existen en el país, que son las incautadas de los Isaías y queremos venderlas lo más pronto, igual que los canales, que no se venden por las amenazas de los Isaías que al que compre lo enjuician, pero eso no dice la prensa... Pero *“El gobierno tiene el monopolio de los medios de comunicación”*... ¡Cómo se miente, se miente y no se para de mentir!

Y en cuanto precisamente al espectro radioeléctrico, se democratizó el Consejo de Telecomunicaciones, el cual antes de nuestro gobierno lo conformaban los mismos propietarios y accionistas de los medios, los cuales se repartían las radiofrecuencias de acuerdo a sus intereses, dejando a los funcionarios de gobierno como meros “testigos de honor” de sus negocios, pese a que el espectro radioeléctrico, de acuerdo a la Constitución, es propiedad del Estado. Ahora, gracias a este control público sobre el espectro radioeléctrico, se han podido entregar catorce frecuencias de radio a nuestros pueblos y nacionalidades indígenas, eternamente marginados en la comunicación social.

Finalmente, con la nueva Ley de Comunicación recientemente aprobada (y gracias a los Asambleístas, algunos aquí presentes, por haber cumplido con el mandato constitucional y popular durante cuatro años bloqueado por el cartel de medios y sus corifeos), lo que se busca es una mejor prensa; se empodera a los ciudadanos, **no al Gobierno**, para que puedan defenderse de los abusos del poder mediático; se promueve una ciudadanía crítica, que pueda exigir su derecho a la información y a la comunicación y ejercer el control social sobre los medios; se busca democratizar la propiedad de los medios de comunicación e impulsar medios fuera de la lógica de mercado, esto es, medios públicos y comunitarios, así como la democratización del espectro radioeléctrico, hoy 85% en manos privadas pese a ser un recurso público. La ley establece que ese espectro radioléctrico se tiene que repartir: 33% para la empresa privada con fines de lucro dedicada a la comunicación; 33% para el sector público (que no es solamente el gobierno, es el IESS, es la Asamblea, es la Justicia, son los Municipios, son las Prefecturas, las Universidades públicas, etcétera); y 34% para el sector comunitario, básicamente sin fines de lucro (pueblos, nacionalidades indígenas, pero también verdaderas fundaciones, asociaciones de periodistas que quieran ejercer el periodismo, no el negocio).

Como no es una Ley de Medios sino de Comunicación, la ley también busca proteger nuestra cultura e impulsar la producción nacional de programación, de arte y de publicidad, obligando en plazos determinados que la publicidad sea 100% nacional, para que al menos 50% de la música de las radios también sea nacional, y al menos 60% de la programación en canales de televisión también sea nacional. De igual manera, se establece un mínimo de 5% de programación en función de la cultura y lenguas de los pueblos ancestrales de nuestro país.

CONCLUSIONES

Queridas amigas y amigos:

Para finalizar, ojalá haya quedado claro y no nos dejemos engañar, lo que está en el centro del debate no es la libertad de expresión sino la contradicción técnica y ética de negocios privados con fines de lucro e intereses políticos y grupales, proveyendo (frecuentemente en forma monopólica) un derecho fundamental, el derecho a la información, lo cual les otorga un poder tan grande como ilegítimo, puesto que entre el fin privado –lucro, poder- y el fin social – garantizar un derecho-, **por definición** prevalece lo primero o dejarían de ser empresas de mercado.

Sin duda el problema de la mala información y abusos de poder se mitigan con ética y profesionalismo; pero, sigue latente por la naturaleza misma de los proveedores de información, insisto: empresas privadas con fines de lucro e intereses políticos.

La información **no puede proveerse** con lógica privada, peor con lógica de mercado. No es una mercancía, es un derecho y debe suministrarse con **lógica de servicio público, con lógica de derechos**, lo cual significa que como derecho nadie te lo puede quitar, no que alguien te lo puede conceder en función de sus intereses.

Estimadas compañeras y compañeros, ecuatorianas y ecuatorianos, amigos que han venido desde el exterior y dicho sea de paso Bienvenidos al Ecuador:

Al mundo lo domina el capital y la comunicación no es la excepción. Para mí ese es el gran desafío de la humanidad en el Siglo XXI: la supremacía del ser humano sobre el capital. ¡A defendernos de los *big business* que atentan contra nuestros derechos, ya sea el derecho a la salud, el derecho a la seguridad o el derecho a la información!

Defendemos la verdadera libertad de expresión y el derecho a la información de todas las ecuatorianas y todos los ecuatorianos y no solamente de las grandes corporaciones

mediáticas que lucran de esta información y de esta libertad, frecuentemente destruyéndolas. Por ello, estamos contra la mentira, estamos contra la falsedad, estamos contra esos negocios privados, no pocas veces corruptos, frecuentemente con claros conflictos de intereses, que han lucrado de su poder mediático y que cotidianamente secuestran la verdad y pretenden secuestrar también hasta nuestras democracias.

Pero aquí, en el Ecuador del siglo XXI, con nuestra Revolución Ciudadana, prevalecerán los derechos de nuestros ciudadanos y no los intereses del gran capital.

¡Muchísimas gracias!

Rafael Correa Delgado
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA
REPÚBLICA DEL ECUADOR