



# ! POSGRADOS !

## MAESTRÍA EN \_\_\_\_\_ COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL

RPC-SO-26-No.426-2018

OPCIÓN DE  
TITULACIÓN:

INFORMES DE INVESTIGACIÓN.

T E M A :

“EL CONTRAPUNTO EN LAS PLATAFORMAS  
DIGITALES”: ANÁLISIS COMPARATIVO DE  
CONTENIDOS EN FACEBOOK ENTRE LAS PÁGINAS  
DE LA SECRETARIA NACIONAL DE COMUNICACIÓN  
Y LA CONAIE DURANTE LOS DÍAS DEL PARO NACIONAL.

A U T O R :

MARIA BELEN MINCHALO CAMBISACA

D I R E C T O R :

CARMEN ROSA ÁLVAREZ TORRES

CUENCA - ECUADOR  
2021

***Autor/a:******María Belén Minchalo Cambisaca***

Licenciada en Comunicación Social  
Candidata a Magíster en Comunicación Estratégica Digital por la  
Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca.  
mminchalo@est.ups.edu.ec

***Dirigido por:******Carmen Rosa Álvarez Torres***

Licenciada en Lengua y literatura española  
Magister en Educación y Desarrollo de Pensamiento  
Doctora en Ciencias Sociales  
calvarez@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

**DERECHOS RESERVADOS**

©2021 Universidad Politécnica Salesiana.  
CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA  
MINCHALO CAMBISACA MARIA B.

***“EL CONTRAPUNTO EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES”: ANÁLISIS  
COMPARATIVO DE CONTENIDOS EN FACEBOOK ENTRE LAS PÁGINAS DE LA  
SECRETARÍA NACIONAL DE COMUNICACIÓN Y LA CONAIE DURANTE LOS DÍAS  
DEL PARO NACIONAL.***

## RESUMEN

“El contrapunto en las plataformas digitales” es un análisis de contenido que recopila información sobre la comunicación y la importancia que tiene dentro de la sociedad; da un breve repaso sobre algunas teorías relacionadas a esta investigación para generar una mejor comprensión de los puntos a tratar. Otro tema importante que se revisa es la evolución tecnológica. Las TIC que han provocado que los medios de comunicación tradicionales tengan que migrar su contenido a la red para abarcar más público y evitar caer en el denominado apagón analógico. A su vez, el impacto provocado con el incremento del periodismo ciudadano, que ha jugado un rol importante en este estudio, por la cantidad de información que subieron a las redes sociales, relacionada a las movilizaciones, y no se vio en los medios tradicionales.

En la segunda parte de este análisis se ha recopilado información de los principales protagonistas del Paro Nacional de Octubre del 2019 en Ecuador: el Gobierno de Lenín Moreno representado por algunos de los ministros y la CONAIE. La recopilación del material se ejecutó a través de la plataforma de Facebook en donde estas dos instituciones poseen una cuenta que permitió el acercamiento a las posturas políticas. La violencia en las calles y las agresiones fueron los puntos principales de sus videos en donde, cada una, responsabilizaba a la organización contraria como el autor intelectual de los hechos. Una crisis de poder en el Ecuador que provocó una ruptura de la frágil paz que vivía el país.

Las conclusiones generales se centran en la información emitida en 11 días de movilizaciones, en donde se puede ver dos versiones totalmente distintas de un mismo hecho, el cambio de estrategias para convencer con su discurso, la relación de los medios tradicionales y el gobierno y la forma como las personas reaccionaron en redes sobre los hechos suscitados.

**Palabras clave:** Moreno, CONAIE, gobierno, movilizaciones, Decreto 883, credibilidad,

Facebook, represión, Paro Nacional, Octubre 2019.

"The counterpoint in digital platforms" is a content analysis that collects information about communication and the importance it has within society; it gives a brief review on some theories related to this research to generate a better understanding of the points to be addressed. Another important topic that is reviewed is the technological evolution. ICTs have caused traditional media to migrate their content to the network in order to reach a wider audience and avoid falling into the so-called technological blackout. At the same time, the impact caused by the increase of citizen journalism, which has played an important role in this study, due to the amount of information that was uploaded to social networks, related to the mobilizations, and was not seen in the traditional media.

In the second part of this analysis, information has been collected from the main protagonists of the October 2019 National Strike in Ecuador: the Government of Lenin Moreno represented by some of the ministers and CONAIE. The compilation of the material was executed through the Facebook platform where these two institutions have an account that made it possible to approach the political positions. Violence in the streets and aggressions were the main points of their videos in which each one blamed the opposing organization as the intellectual author of the facts. A power crisis in Ecuador caused a rupture in the fragile peace that the country was experiencing.

The general conclusions are focused on the information issued in these 11 days of mobilizations, where you can see two completely different versions of the same event, the change of strategies to convince with their discourse, the relationship of traditional media and the government and the way people reacted in networks about the events that took place.

**Keywords:** Moreno, CONAIE, government, government, mobilizations, Decree 883, credibility, Facebook, repression, Paro Nacional, October 2019.

## Tabla de Contenidos

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MÉTODO .....	2
2.1. Objetivos:.....	2
2.1.1. Objetivo General.....	2
2.1.2. Objetivos Específicos.....	2
2.2. Hipótesis .....	2
2.3. Preguntas de investigación.....	3
2.4. Método empleado para recolectar datos .....	3
2.5. Instrumentos usados para recolectar datos.....	3
3. MARCO TEÓRICO .....	4
3.1. CAPÍTULO I: LA COMUNICACIÓN Y SU DESARROLLO .....	4
3.2. II CAPÍTULO: MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES VERSUS CIBERMEDIOS .....	14
3.3. III CAPÍTULO: EL PANORAMA POLÍTICO DE OCTUBRE 2019.....	29
4. RESULTADOS .....	33
4.1. Antecedente.....	34
4.2. Análisis por día .....	35
4.3. Análisis general de los videos del 3 al 13 de Octubre .....	61
5. CONCLUSIONES.....	64
6. AGRADECIMIENTOS.....	65
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	66
8. ANEXOS .....	71
8.1. Datos de las reacciones del 3 al 13 de Octubre por parte de la Secretaria General de la Comunicación .....	71
8.2. Datos de las reacciones del 3 al 13 de Octubre por parte de la CONAIE.....	73
8.3. Links de los videos recopilados en los 11 días del Paro Nacional.....	75



## 1. INTRODUCCIÓN

Un Gobierno que invierta en comunicación puede sostener su verdad sobre el manejo del país, pero eso no implica que todos los ciudadanos asumirán esa historia, siempre habrá quien cuestione el accionar del Gobierno a pesar de que existan campañas en donde se muestre a un Estado perfecto. En el caso de Ecuador, ya han sido décadas en donde los ciudadanos han expresado su inconformidad contra el Régimen de turno. El Movimiento Indígena ha mantenido protagonismo en hechos políticos de relevancia, así lo reconocen varios analistas: “Aunque múltiples capas de actores tomaron la calle, poca duda cabe sobre la centralidad que alcanzaron los y las indígenas en la masividad de las demostraciones, en la conducción de la lucha y en la misma capacidad de representar el conjunto de demandas en la negociación con el Gobierno” (Ramírez, 2020, p. 16).

En la lucha por derogar el Decreto 883 recibieron apoyo moral de otros sectores populares, de buena parte del pueblo ecuatoriano y de instituciones religiosas, entre ellas la comunidad Salesiana, para poder mantener su lucha en pie desde la capital ecuatoriana. “(...) el respaldo ciudadano tuvo mayor envergadura, cuatro universidades funcionaron como albergues y espacios de almacenamiento y capacidad de ensamblar instituciones, colectivos, estudiantes y ciudadanía en función de los requerimientos vitales de los pueblos y nacionalidades” (Ramírez, 2020, p. 16).

En el año 2019, el mes de octubre fue encabezado por las movilizaciones de protesta contra el Decreto 883 al que se lo vio como una amenaza para la economía de los sectores populares. Una batalla iniciada por el gremio de transportistas que, luego de persecuciones políticas y encarcelamiento, abandonaron la batalla, para dar paso a un levantamiento indígena que fraguaba en el seno de los movimientos y que los medios de comunicación pregonaban a partir de su avance hacia la capital.

Una batalla que obtuvo dos bandos protagonistas, que intercambiaron acusaciones; por su parte la CONAIE expulsó a personas que vieron la oportunidad de unirse a sus filas con ambiciones políticas. Fueron días de guerra no solo en las calles sino en las redes sociales y medios de comunicación tradicionales y digitales, todos con el objetivo de mostrar un marco de la realidad.

## **2. MÉTODO**

Para realizar este proyecto de investigación se ha examinado cuidadosamente el paradigma que se adapte al propósito de comunicación y en base a ello ordenar las hipótesis planteadas, para llegar a obtener un producto que pueda aportar al tema del paro nacional de manera general. El paradigma seleccionado ha sido el Pos-Positivista puesto que en nuestro objeto de estudio existe una realidad general la misma puede ser modificada de acuerdo con los nuevos elementos que adquiera el investigador durante su trabajo en el tema.

### **2.1.Objetivos:**

#### **2.1.1. Objetivo General**

- ✚ Analizar el contenido publicado, más relevante, en la red social Facebook de la Secretaría Nacional de Comunicación como medio oficialista y a la CONAIE como medio opositor durante el paro nacional del 3 al 13 de octubre.

#### **2.1.2. Objetivos Específicos**

- ✚ Comparar el nivel de reacciones en la plataforma de Facebook de las dos instituciones analizadas.
- ✚ Explicar la evolución del contenido emitido en las páginas de las dos instituciones en los días de las movilizaciones.
- ✚ Interpretar la aceptación del público mediante las reacciones que ofrece en Facebook.

### **2.2.Hipótesis**

A través del análisis de los contenidos de mensajes publicados en Facebook, es posible reconocer dos puntos de vista diferentes de: el movimiento indígena, sus leyes y tradiciones, y el Gobierno y su ideología, a partir de los contenidos emitidos durante las protestas de Octubre de 2019.

### 2.3.Preguntas de investigación

¿El uso del internet y las plataformas digitales, son un espacio en donde las organizaciones sociales, logran expresar sus ideas y darse a conocer a la ciudadanía?

¿Durante el Paro Nacional de octubre de 2019, en Ecuador, la plataforma de Facebook, se convirtió en el eje de la información tanto para la Secretaría Nacional de Comunicación (SUPERCOM) como para la CONAIE?

¿El contenido emitido en las páginas de la CONAIE y la Secretaría Nacional de Comunicación afectó su imagen frente a la ciudadanía?

### 2.4. Método empleado para recolectar datos

Los métodos utilizados son los que proponen las distintas teorías de conocimiento en el campo de las ciencias sociales, se han escogido:

**De la Teoría crítica:** se usa este método para cuestionar discursos emitidos por las organizaciones en su cuenta oficial de Facebook.

**De la Post-positivista:** existe una visión inicial sobre las protestas ocurridas, sin embargo, esta varía cuando se revisa el material de análisis basados en los hechos y las contradicciones que presentan, por las denuncias que se hacen y se respaldan no solo con palabras sino también con pruebas.

**Cualitativo-Cuantitativo y Analítico:** este es un análisis en donde se aplica un método cuantitativo en la primera fase para recopilar los datos, luego lo cualitativo y analítico para poder analizar los videos y todos los elementos presentes dentro del contenido emitido por las organizaciones.

### 2.5. Instrumentos usados para recolectar datos

<b>PLANTILLA DE ANÁLISIS</b>	
Mensaje:	¿Cómo está construido el mensaje?
Tipo de cobertura:	¿Se cubre todo o se esconde algo? (Framing).
¿Qué enfoque se usa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticos</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Económicos</li> <li>• Sociales</li> </ul>
Reacción del público	Reacciones que ofrece la plataforma de Facebook: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Me Enoja</li> <li>• Me Encanta</li> <li>• Me Gusta</li> <li>• Me Divierte</li> <li>• Me Entristece</li> </ul>

### **3. MARCO TEÓRICO**

Para entender el rumbo y la tendencia del análisis de contenido de las páginas de Facebook, es necesario que el lector tenga presente términos y teorías que van a permitir una mejor comprensión y una reflexión crítica del documento, por ello se escribirá de manera breve sobre algunos contenidos fundamentales.

#### **3.1.CAPÍTULO I: LA COMUNICACIÓN Y SU DESARROLLO**

Es necesario iniciar con un concepto que está ligado a la vida cotidiana de las personas y que a pesar de su importancia pocos pueden darle un significado claro. Se está hablando de la Comunicación que ha jugado un rol importante durante toda la historia y ha sido objeto de estudio por los efectos que provoca.

##### **3.1.1. Importancia de la comunicación**

La comunicación ha sido considerada fundamental para el desarrollo de la sociedad. El individuo es considerado un ser social que necesita comunicarse a lo largo de su vida. Desde que nace una persona necesita expresar cómo se siente y, a medida que crece, mejora sus maneras de hacerlo,

incluso al ser curiosos están buscando respuestas de este proceso, como lo explican Lozano y Vicente-Mariño (2010):

(...) si la comunicación (como objeto de estudio) es al mismo tiempo la principal herramienta que se tiene para delimitarla y analizarla, tenemos que tener muy claro que es un término mucho más complejo de lo que parece. Hay que reconocer que la necesidad o curiosidad por “saber algo” comienza por “saber hacer con ese algo”, esto es, cuando nos interesamos por la comunicación, nuestras primeras inquietudes no están orientadas por saber más sobre dicho término, sino que, más bien, lo que realmente nos interesa es saber lo que tenemos que hacer para “comunicar mejor”. ¿Por qué sucede esto? Porque nos comunicamos sin saberlo, sin tener conciencia de ello y lo que en realidad más nos preocupa es, sencillamente, hacerlo cada vez mejor. (p.2)

Nos comunicamos porque es algo que vamos aprendiendo, pero a medida que pasa el tiempo la comunicación se va convirtiendo en un objeto de estudio, segmentan más los grupos basándose en sus necesidades, tratando de mostrar a la comunicación como una realidad social que se va dando con los cambios de años y visiones del mundo. Vidales González (2015) explica algo más al respecto:

Resulta entonces que el campo de la comunicación no tiene un objeto de estudio, sino varios objetos, todos ellos comunicativos, por lo que no tendría por qué haber un objeto compartido o una agenda común de investigación. Por el contrario, cada subcampo de conocimiento o área temática se ha especializado a tal grado que ha puesto al centro su propio objeto de conocimiento y sus propios marcos conceptuales de observación, de ahí la emergencia progresiva de objetos y marcos analíticos. (p.16)

Con los distintos aportes sobre la comunicación empezaron a surgir nuevas teorías, cada una mostrando un nuevo elemento y explicando los procesos para hacerla efectiva. Al mismo tiempo que se busca formalizarla y darle un aire académico como lo explica Moragas (2013) a continuación:

La teoría de la comunicación («teoría de la información» para algunos autores) se propone identificar y formalizar teóricamente los aspectos esenciales de los procesos de

comunicación o de transmisión de información, cualquiera que sea la naturaleza de los interlocutores y de los medios utilizados. (p.27)

Al surgir los estudios sobre la comunicación y sus procesos, los teóricos han buscado la fórmula para que sea efectiva agregando elementos y quitando otros que según ellos no son importantes durante este proceso, sin embargo, todos coinciden de manera directa o indirecta que existe una necesidad de información en la persona y que nadie es inmune a sus efectos y que con el pasar del tiempo algunos elementos van cambiando para adaptarse como Moragas (2013) quien ha dedicado parte de su vida a estudiar a la comunicación explica:

De nuevo, como ha sucedido tantas veces en la historia de la comunicación, lo que se produce es, más bien, una superposición o coexistencia de diversas «galaxias». Los principales cambios se producen en lo que podríamos denominar la orientación en la comunicación (direccionalidad, bidireccionalidad), en las relaciones que se establecen entre los respectivos elementos, que si no cambian en su composición (emisor, receptor, mensaje, canal) sí que lo hacen en la naturaleza de sus relaciones. (p.46)

Las estrategias de comunicación que se forman dentro de las organizaciones son fundamentales para expresar correctamente las acciones que realizan, por ello es importante que este proceso incluya a las personas que trabajan para las instituciones motivándolas a que participen al momento de generar los lineamientos pues ellos conocen sus debilidades y fortalezas, al mismo tiempo que pueden prever situaciones futuras de crisis para armar respuestas en base a sus valores corporativos como lo explica Cano (2017) a continuación.

La comunicación ha pasado a ser un concepto más importante y abarcador que el marketing y la publicidad. Una estrategia organizacional adecuada debe llevar a la práctica las consecuencias que se siguen de esta valorización. La comunicación debe ser un factor clave en la planificación estratégica, irradiando en todos los sentidos dentro de la organización. Esto implica tanto que los encargados de la comunicación corporativa sean parte importante en la planificación, como que los sectores de la organización que en cualquier medida puedan influir sobre la imagen pública conozcan las políticas impulsadas por la misma y participen en alguna medida en su elaboración. (p.147)

Medios de comunicación, organizaciones, empresas, científicos y personas en general han identificado los beneficios de tener una comunicación efectiva, sin embargo, aún hay mucho trabajo que hacer para poder optimizarla. Hay que entender que en la actualidad es bidireccional, que es activa y los mensajes pueden ser retroalimentados y cuestionados en segundos, por ello es importante conocer algunas teorías de la comunicación que pueden ayudar a comprender mejor los procesos e impactos de la comunicación.

### **3.1.2. Teorías de la comunicación**

Como ya se mencionó anteriormente varias han sido las teorías de comunicación que han surgido con el pasar de los años, aportes novedosos e innovadores que se han instaurado para generar la comunicación. En este capítulo se propone un acercamiento breve a algunas de las que se consideran están asociadas a la idea de analizar las reacciones del público frente a temas de interés por ejemplo el político en nuestro país, por lo tanto, se convierten en el soporte de análisis en este trabajo.

La teoría de la Aguja Hipodérmica de Horld Laswell presentaba a la comunicación como un patrón, basado en el impacto directo del mensaje al llegar al público, argumentando que los medios influyen en los receptores, generando estímulos y creando modelos de comportamiento en donde no se analiza el contenido, lo que interesa es conocer cómo el público reacciona frente a la noticia, comparándolo con inyectar una aguja hipodérmica en la piel de la persona y que la misma haga efecto, el mismo que es muy difícil de modificar, una vez que recibió la información. Esta teoría muestra una característica propia de la transmisión de información sesgada a la que se ve como manipuladora pues categoriza a los espectadores como pasivos, por la falta de mediación, retroalimentación y decodificación del mensaje.

La teoría matemática de la comunicación de Shannon y Weaver, vincula a la comunicación con las ciencias exactas, para ello se tomó como base medir la cantidad de información al momento de ser emitida, analizando los canales por donde son transmitidos, la codificación y decodificación del mensaje y si el mismo es afectado al momento de ser interpretado por el receptor debido a la transformación de los símbolos que contiene, alegando que el significado no es el mismo que salió del emisor, llamando a estas interferencias como *ruidos* así lo explican Castro y Filippi (2010):

Como puede apreciarse el proceso de la comunicación se inicia en la fuente que es la que genera el mensaje o mensajes a comunicar. La fuente de información selecciona a partir de un conjunto de posibles mensajes el mensaje escogido. A continuación, el transmisor opera sobre el mensaje y lo codificará transformándolo en señal capaz de ser transmitida a través de un canal. El canal es el medio utilizado para la transmisión de la señal desde el transmisor hasta el receptor y también usado por el receptor para su respuesta. Es allí donde Shannon y Weaver determinan que se genera el ruido que puede afectar el mensaje, indicando que la causa es por la agregación de una serie de elementos que no son proporcionados intencionalmente por la fuente de la información (p.155).

La teoría de los dos pasos de la comunicación de Paul Lazarsfeld, también conocida como la teoría de los dos escalones de la comunicación, se basa en romper el concepto de una comunicación masiva y envolvente, alegando que la comunicación atraviesa un proceso agregando un nuevo elemento en donde la información de los medios de comunicación llega a los líderes de opinión, los cuales se desarrollan en un contexto de información de acuerdo a sus necesidades y opiniones, luego, usando su influencia transmiten sus ideologías a los grupos sociales en donde participan, usando el método de persuasión.

Para poder entender mejor este proceso comunicativo se deben considerar los factores básicos como la motivación para emitir un mensaje, el contexto en donde se emite y los intereses del individuo que es considerado el líder de opinión. Botero (2012) explica lo siguiente:

(...) encontramos a Paul Lazarsfeld, quien, tras varios estudios de los fenómenos sociales, concluyó que los efectos de los mensajes están fuertemente determinados por el contexto social en el que está inserto el individuo. Es este, el contexto, el que le da las herramientas simbólicas para interiorizar los contenidos y, por ende, para valorarlos. Aquí el receptor es entendido como un sujeto en interacción con otros mediante un vínculo social que de manera consecuente incide en la conducta, legitima su posición ante el mundo (p.137).

La teoría de la espiral del silencio de Elisabeth Noelle-Neumann se refiere al rol que juega nuestra opinión en la colectividad, como una carta de presentación al sector que pertenecen o

quieren pertenecer los individuos, pero que puede ser manipulable de acuerdo al criterio masivo de los grupos. Los medios de comunicación emiten información que pueden homogeneizar gustos, creencias y aportes, por ello, una persona puede realizar un sondeo de la percepción que predomina en el entorno para apoyar la idea y así no dar una explicación errada que la haga sentirse fuera de lugar, aislados o rechazados.

La teoría de la industria cultural Max Horkheimer y Theodor Adorno desarrollaron el concepto asociando la actitud de la sociedad de masas y sus respuestas frente a la producción, concluyendo que de la misma manera procede el sistema de la comunicación, una fórmula que provoca que las sociedades sean repetitivas y no aporten algo novedoso, con la finalidad de que solo ciertos grupos crezcan económicamente. Toman al arte como una reproducción masiva que pierde valor, de igual modo, los productos son originados en serie para las masas que sienten una necesidad natural de adquirirlos para mantener un estatus. Los medios de comunicación, en este caso, no solo se producen en masa, sino que se usan para vender ideas globales de consumo, creando estereotipos, prometiendo felicidad y ocupar un lugar en la sociedad mediante el uso de sus productos. En este pensamiento se incluyen muchas manifestaciones humanas, un ejemplo de ello es el cine que se empezó a producir a gran escala.

Al revisar estas teorías se afirman las reflexiones sobre los efectos que produce la comunicación los mismos que van desde el impacto directo al público, medir la cantidad de información al momento de ser emitida y observar que los líderes de opinión pueden influenciar en la interpretación de un mensaje o callar las opiniones si el resto del colectivo no están de acuerdo con el mensaje, incluso pueden llegar a extender el mensaje a gran escala para conseguir un objetivo.

Con el desarrollo de la web la comunicación de masas se ha expandido de manera más rápida, los medios de comunicación tradicionales han perdido espectadores, los periódicos han bajado las ventas de los impresos viéndose en la necesidad de mover su contenido a la red; a su vez, esta vía muestra un público cada día más selectivo. Manuel Castells sociólogo y profesor universitario ha realizado estudios relacionados a la comunicación y el poder, la cultura y la red; en su libro, *Comunicación y poder*, habla sobre la comunicación de masas que se ha transformado debido a la Web, Castells (2009):

(...) la *autocomunicación de masas*. Esta forma de comunicación ha surgido con el desarrollo de las llamadas Web 2.0 y Web 3.0, o el grupo de tecnologías, dispositivos y aplicaciones que sustentan la proliferación de espacios sociales en Internet gracias a la mayor capacidad de la banda ancha, el revolucionario software de código abierto y la mejor calidad de los gráficos y el interfaz, incluyendo la interacción de avatares en espacios virtuales tridimensionales (p.101).

El contenido generado en la web provoca que la Comunicación demande más estudios, nuevas teorías frente a las nuevas formas de relacionarse en la sociedad. Teniendo en el panorama un amplio número de propuestas, este proyecto de análisis de contenido considera que algunas teorías deben ser el pilar de este estudio que atiende a una condición particular: los cambios de opinión que muestra el lector dentro de los distintos contextos de vida, así se escoge a la Teoría Crítica, la Agenda Setting y el Framing, que a continuación se explican.

### **3.1.3. La Teoría Crítica**

La Teoría Crítica cuestiona acerca de la producción del conocimiento, argumenta que no existe una teoría pura debido a que el conocimiento está ligado a la experiencia y contexto del ser humano que cambia con frecuencia, añadiendo que depende de su relación con la sociedad, llevando su crítica central a los estudios realizados en los Estados Unidos. Sobre esta teoría Sosa (2013) explica:

El debate intelectual y académico en Europa en el siglo XX estuvo marcado por una perspectiva más crítica de la sociedad y la cultura, y sus pretensiones de objetividad y exactitud eran menores que en el campo norteamericano. De hecho, mientras en Estados Unidos se establecían algunas teorías de la comunicación con nombre y apellido (aguja hipodérmica, dos etapas, usos y gratificaciones, etc.), en Europa podemos hablar de un conjunto de ideas menos concretas y más provocadoras sobre lo que significa el proceso comunicativo. En cierta medida es un pensamiento reaccionario que manifestaba sus inconformidades con el establishment político, económico e, incluso, académico; y que

pensaba el trabajo intelectual desde una perspectiva menos pragmática que la norteamericana. (p.67)

La producción de contenido masivo de los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, también ha sido objeto de críticas, incluso se los asocia con temas políticos y económicos que son consumidos por los espectadores. Los movimientos sociales también se han incluido en este proceso apegados a sus intereses por con la finalidad de lograr cierto objetivo más que comunicar. Sosa (2013) argumenta que:

La teoría crítica, en su afán de conocer y dismantelar los cimientos de la sociedad de masas, termina por poner en tela de juicio las mismas formas de producción de conocimiento y su validez, por lo que resulta difícil que muchas de las explicaciones formuladas en torno a la comunicación tengan una aplicabilidad directa sobre nuestro objeto de estudio. Sin embargo, sí que dan un marco conceptual y, sobre todo, un marco comprensivo sobre el tipo de comunicación que se gesta a la luz de los medios masivos y de las industrias culturales. (p.111)

Uno de los principales objetivos de la teoría crítica es el énfasis en la relación que existe entre discursos, poder y medios de comunicación frente a los modos de producción informativa y al desarrollo de las industrias culturales, elementos que le dan un marco particular a la noticia dependiendo del entorno en el que se desarrolle.

#### **3.1.4. La Agenda Setting**

Planificar los contenidos que emitirán los medios de comunicación no es algo que se hace al azar, se requiere plantear temas que se convertirán en los puntos de interés para todo un país. El trabajo de la agenda setting puede ubicar, según el interés, los temas para la semana o de manera mensual lo que se hablará en los medios de comunicación y a su vez sacar varios subtemas relacionados al principal para que las audiencias los posicionen como suyos, como lo explica Chihu (2010a):

Desde la perspectiva del análisis de la agenda setting, la agenda es una metáfora que expresa el proceso a través del cual los temas considerados importantes por los medios de comunicación pasan a ser relevantes también en la agenda de las audiencias. El público recibe información a través de los medios sobre determinados temas y también aprende de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar. En este sentido la agenda setting se refiere a una selección de temas que van a formar parte de una lista de asuntos que los medios transmiten al público para que este los haga suyos. De manera que los medios seleccionan el índice de temas a destacar, además de un punto de vista y una opinión, que serán aceptados o rechazados por la audiencia. (p.29-30)

El posicionamiento de cierta información como importante dentro de los medios de comunicación genera que las personas centren su atención en ellos, dentro de estos están incluidos temas de farándula, fútbol y actualmente el de salud u otros que llaman la atención de miles de personas. Los gobiernos utilizan este formato para introducir temas políticos como el anuncio del manejo de los impuestos o aprobación de decretos. Es por ello que la agenda setting también está catalogada como lo explica Chihu (2010a):

La hipótesis de la agenda setting plantea que existe una relación entre el énfasis dado por los medios de comunicación a varios tópicos y el grado de importancia que esos tópicos tienen para el público en general. En relación a cada actor existen tres tipos de agendas: la agenda setting de los medios, la agenda setting pública y la agenda setting política. La primera corresponde a los medios de comunicación, la segunda al público o votantes y la tercera a los grupos políticos o gobernantes, partidos y candidatos en campaña (p.29).

La agenda setting, que al inicio era exclusiva de los medios tradicionales, ha tenido que adaptarse a los procesos de los medios de comunicación que han nacido en la web; la radio usa transmisiones en vivo, también desde la web, de los temas más importantes; los periódicos ofrecen contenido exclusivo digital relacionado a los temas de interés general. Esto se debe a que, con la expansión del internet, a nivel mundial, la web se ha desarrollado y permitido el nacimiento de medios digitales. Rubio (2014) brinda el siguiente aporte:

En las últimas dos décadas las investigaciones y estudios enmarcados dentro del campo de la teoría de la Agenda Setting se han centrado en los medios de comunicación digitales como nuevos medios capaces de influir en la opinión pública de forma similar a como lo hacen los tradicionales (p.250).

La responsabilidad de un medio de comunicación es grande, colocan en la palestra los temas que serán discutidos por todos los ciudadanos, incluso pueden generar una presión mediática que puede generar aportes positivos como negativos a temas convertidos en relevantes para el país, más aún cuando las noticias se pueden extender por el uso de las nuevas tecnologías de la información. El uso de cortinas, para cubrir noticias, puede generar que el trato de una noticia sea condicionado de acuerdo a los intereses de los medios de comunicación y sus aliados, pero ahora el público puede seleccionar lo que ve en los medios.

### **3.1.5. Framing**

Otra teoría importante y complementaria es el Framing cuya estrategia consiste en enmarcar y dar el enfoque deseado a la noticia, usando diversos elementos, dependiendo del objetivo planteado. Esta es la razón por la cual los medios de comunicación lo usan al momento de emitir sus noticias debido a que ellos tienen una línea ideológica y los valores de sus instituciones. Chihu (2010a) a continuación define este término:

El concepto de framing ha sido empleado en los estudios de comunicación política, para designar el proceso a través del cual una fuente (una historia en medios como los periódicos o la televisión, o quizás un individuo en lo particular) define el problema de fondo que subyace en un problema político particular y subraya un conjunto de consideraciones relacionada con ese tema (p.49).

Las distintas versiones de un mismo hecho pueden generar confusión en el espectador, los medios de comunicación y las organizaciones se han visto en la necesidad de recurrir a enmarcar las partes negativas de su institución para mejorar su reputación ante la sociedad, sin embargo, si la información no tiene hechos que la respalden puede caer en un desprestigio, en el caso de un

gobierno, puede generar una crisis de credibilidad, Chihu (2010b) puede explicar más a fondo sobre el framing en el siguiente apartado:

Entre los estudiosos de los medios de comunicación, el enmarcado (framing) es considerado como un proceso a través del cual un conjunto de textos comunicativos, mediante la selección de ciertos aspectos de la realidad y el ocultamiento de otros, construye la percepción de los individuos. El enmarcado de las noticias es el proceso por medio del cual el contenido del discurso es organizado; este enmarcado emplea varias técnicas como la inclusión y la exclusión para crear el efecto deseado en la audiencia, que es el de destacar algún hecho con la finalidad de que el discurso adquiriera relevancia, es decir, que las partes del discurso sean recordadas por la audiencia. (p.26)

Luego del acercamiento a las definiciones sobre Teoría Crítica, Agenda Setting y Framing, es necesario continuar con el siguiente punto de la investigación, a fin de contextualizar la misma, en donde se dará un breve acercamiento a los medios de comunicación tradicionales y a los cibermedios que han sido el boom tecnológico de la comunicación por la creación de contenido novedoso que le permite al usuario seguir una programación de acuerdo a sus necesidades y a la vez interactuar en la web.

## **3.2. II CAPÍTULO: MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES VERSUS CIBERMEDIOS**

### **3.2.1. Medios de comunicación tradicionales**

Los medios de comunicación tradicionales han manejado la información por décadas, mostrando al mundo su visión de los hechos y trabajando para consolidarse como líderes en la calidad de la información. Su situación actual es distinta debido a que su comunicación a la manera

unidireccional que usaban y con los cambios tecnológicos han tenido que aprender a usar la a la web a su favor. A continuación, habla de los medios a continuación Martínez (2010):

En el siglo XX, los poderosos mass media centralizan la oferta de contenidos ante audiencias que consumen de modo supuestamente pasivo una variedad acotada de productos mediáticos. Los diarios venden cientos de miles de ejemplares, los programas de televisión son vistos por millones de personas y la radio ofrece actualización informativa constante. Todos ellos apuntan a un "público medio" que se pretende homogéneo y con intereses vagamente identificados (p. 74).

Las audiencias ya no son pasivas y ahora escogen lo que quieren ver por tener diversas opciones, llegando incluso a criticar a los medios tradicionales por estar vinculados a los centros de poder como los grupos financieros que, en Latinoamérica, y a lo largo de todo el mundo, han sido dueños o accionistas de canales de televisión, emisoras de radio y revistas. Castells (2009) en su libro *Comunicación y poder*, explica la dependencia de los centros de poder: “La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y nuevos contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico y más concretamente con la evolución de las tecnologías de la comunicación” (p.48).

El resultado de que los medios de comunicación se encuentren en manos de ciertos grupos privilegiados, ha provocado que la información sea utilizada a favor de pocos, dejando opacados a los grupos minoritarios y sus demandas en contra del gobierno o empresas. A su vez que la comunicación fue unidireccional con pocas o nulas opciones al espectador para que pueda tener un espacio en donde expresar sus ideas como lo sustenta Cano (2017):

Los medios gráficos tradicionales, la radio, la televisión, es decir los llamados medios de comunicación masiva, se caracterizaron por un preponderante flujo de información (en sentido amplio) en una sola dirección, y desde un punto central de difusión hacia muchos receptores. Si bien todos ellos previeron y, en distinta medida, estimularon el feedback de sus destinatarios, estaban concebidos, en principio, para responder a esta estructura en

donde la emisión se irradiaba desde un centro hacia numerosos receptores privilegiando este sentido (p.136).

Con la llegada del internet, incluso los medios tradicionales, han tenido que cambiar de plataforma de emisión de señal, empezar a generar estrategias de comunicación que puedan darle la oportunidad de vincularse al espectador porque también ha cambiado sus hábitos de consumo de información, como lo explica Said-Hung (2010):

La web social potencia una cultura de participación e intercambio cimentada en aplicaciones colaborativas, interfaces personalizables y redes que recrean la dinámica social en internet. Los medios de comunicación tradicionales se enfrentan al dilema de ser abiertos para mantener a su público, acercarse a los ciudadanos, conocer sus demandas y vertebrar espacios que articulen iniciativas sociales desde un periodismo más cercano a sus audiencias. (p.297)

Sin embargo, aún con la pérdida de poder, los medios tradicionales siguen dando temas para que los espectadores puedan hablar, la agenda setting sigue evidente dentro de estos medios de comunicación. Aún se siguen vendiendo ideologías o modelos de vida dentro de los medios; los estereotipos y los temas que pueden generar polémica, Sánchez (2016) se pronuncia al respecto:

Los contenidos informativos de los medios forjan también los elementos que tenemos en común y que son temas de conversación en la relación con los demás: hablamos de terrorismo cuando los medios informan sobre él, comentamos los asuntos políticos, un crimen determinado, un escándalo financiero, o los acontecimientos deportivos... pero casi siempre desde lo que hemos visto en los medios. Es la cultura de lo mediático: hay deportistas mediáticos, políticos mediáticos, estrellas mediáticas. En definitiva, en gran medida dependemos de los medios al elaborar nuestro entorno simbólico, el decorado de nuestra vida y los referentes que nos circundan (p.80).

Los medios tradicionales y sus temas han notado que es necesario migrar a la web para abarcar más espectadores y competir con los nuevos medios independientes quienes, a su vez, han visto la

oportunidad de nacer o crecer mediante la web y los recursos que les ofrece, a continuación, Aguirre (2018) explicará un poco más sobre ellos:

Desde hace algún tiempo los medios de comunicación enfrentan la gran transformación que supone la digitalización, proceso relacionado tanto con el acceso masivo a la red como con la posibilidad que tiene cualquier ciudadano de producir información y publicarla a través de blogs o de redes sociales. Se trata de un fenómeno que incluso va más allá de los medios de comunicación, afectando también las relaciones sociales, por eso lo llamamos revolución digital (p.87).

Los medios de comunicación ya no deben ver como una posibilidad la adaptación tecnológica, es una obligación que tienen que asumir si no quieren desaparecer, los contenidos que usan deben ser creados para las plataformas digitales y no solo duplicar lo que transmiten mediante sus canales tradicionales. Al mismo tiempo que es necesario que los medios de comunicación transmitan seriedad y veracidad en la información, porque los espectadores pueden cuestionar el contenido y esto va a generar una crisis de credibilidad.

### **3.2.2. Cibermedios**

Con el desarrollo de la Web 2.0, los medios tradicionales adquirieron nuevos retos para no perder audiencia, llevando su contenido a las plataformas digitales e interactuando con su público a través de las redes sociales, esto se conoce con el término cibermedios. En el caso de Ecuador la migración de los medios a la web ha sido una necesidad que, desde su inicio, se vio como un elemento para mayor difusión y consumo de contenido. Los cibermedios se caracterizan particularmente por la cantidad de herramientas que aplican para que su contenido sea novedoso como lo dicen Barrios y Zambrano (2015):

Los cibermedios se conciben como emisores de contenidos que tienen voluntad de mediación entre los hechos y el público, utilizan criterios, técnicas periodísticas, lenguaje multimedia, son interactivos e hipertextuales, se actualizan y se publican en Internet. La finalidad de estos cibermedios es la misma que la de los medios tradicionales: la

producción informativa; lo que ha cambiado es la forma en que se lleva a cabo esa producción (p.223).

Una de las ventajas de los cibermedios es que tienen la capacidad de interactuar en tiempo real con los espectadores, a su vez que generan contenido original y creativo, diseñado con ese fin; mientras que muchos medios tradicionales aún se limitan a trasladar el contenido generado en el mismo formato del tradicional para subirlo a la red como una réplica de lo emitido lo que provoca evidente falta de interés por parte del público, Castells (2009) aporta lo siguiente:

(...) la comunicación de masas suele ser predominantemente unidireccional. Sin embargo, con la difusión de Internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto a punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida (p.88).

El auge de los medios de comunicación digitales ha permitido una mayor variedad y rapidez de la información, con nuevos aportes que han permitido el desarrollo de canales digitales con ideas variadas y aportes de investigación novedosos para la sociedad, esto ha provocado un incremento en la relación del lector y el medio digital López-Jiménez et al., (2016) explican otros factores de crecimiento en el país:

Las políticas del gobierno nacional a través del Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir 2009-2013 y 2013-2017, muestran una clara voluntad política de lograr la democratización de los medios y del entorno digital. Existe un fuerte deseo público de cerrar las brechas de comunicación entre los miembros de la población. La democratización de los medios y del entorno digital se ha convertido en factores clave para el crecimiento del acceso a Internet (p.120).

### **3.2.3. Credibilidad de los medios tradicionales y los cibermedios**

La credibilidad es necesaria para que una persona o una empresa puedan vivir en sociedad, es como un requisito para relacionarse, formar alianzas, concretar negocios o algunos otros actos interactivos. Los medios de comunicación están muy expuestos por su tarea de informar sobre los hechos que suceden día a día, y que exigen honestidad al momento de transmitir información. Según Aguirre (2018):

La credibilidad es una cualidad que se puede tener o bien carecer de ella. Se puede perder y recuperar, aunque una vez perdida, cuesta mucho recuperarla porque se asocia con la confianza. La credibilidad, en cuanto cualidad de creíble, es atribuible a una institución o a una persona, extensible a mensajes e ideas (p.81).

Al mismo tiempo no solo su credibilidad está en juego, las empresas de comunicación también manejan su identidad corporativa, que abarca dos componentes vitales: directivos y personal de prensa; en el caso los periodistas, también pasan un filtro antes de publicar sus noticias. Cervera (2015) habla del tema:

Toda empresa, cualquiera que sea su tamaño y objeto social, tiene una personalidad que la distingue y que consta de dos componentes básicos: su cultura y sistemas de organización interna, y su imagen externa. En muchas empresas esos dos componentes están fuertemente entrelazados. Las empresas se comunican, quieran o no, a través de diferentes canales, algunos dirigidos como la publicidad y otros de más difícil control como es el estado de opinión que transmiten los empleados. Cuando las empresas se empeñan en transmitir una versión de sí misma que no se corresponde con la realidad suelen tener un éxito breve y un despertar amargo (p.48).

En el caso de la crisis política de octubre de 2019, los ciudadanos señalaron la falta de credibilidad de los noticieros locales lo que provocó según La Jornada (2020) “El diario El Comercio y el canal privado Teleamazonas fueron también blanco de ataques durante la tarde, aunque los manifestantes no lograron entrar a las instalaciones. La Conaie se deslindó de las agresiones contra la Contraloría y ambos medios” (p.118). También se dieron acusaciones por parte de personas que participaron de las manifestaciones callejeras, siendo protagonistas de los

hechos, lo que les dio la oportunidad de argumentar que los periodistas y canales de comunicación solo mostraban ese lado sesgado de la noticia, editando videos y entrevistas para favorecer el discurso del gobierno.

Mientras que los medios alternativos empezaron a incrementar el número de seguidores debido a que sus publicaciones estaban mostrando otra la realidad de las protestas. La participación de la prensa en asuntos políticos exige un punto de vista democrático que asegure la libertad del público al momento de tomar partido por una u otra postura como lo explica Aguirre (2018):

La función política de la prensa es brindar información relevante, de calidad y contextualizada, para vivir en sociedad, en condiciones de libertad y de verdad. Solo los ciudadanos informados están en disposición de tomar decisiones que, efectivamente, evitarán el abuso de poder, no solo de quienes ostentan el poder político, sino también de multinacionales, bancos o empresas, entre otros. Por otra parte, la circulación de información construye democracia en la medida en que el pueblo tiene información suficiente para formarse una opinión propia y elegir a sus representantes o denunciar el abuso de poder o el intento de manipulación de los ciudadanos (p.23).

Esa necesidad de informar de manera honesta lo que ocurre en los entornos en donde los ciudadanos requieren tomar posturas decisivas, al parecer, se ha puesto en segundo plano por parte de los medios tradicionales, al punto de que la audiencia prefiere seguir la información expuesta las redes sociales antes que elegir un medio de comunicación convencional; por otro lado, los actos socioeconómicos que captan la atención de las masas (como es el caso de protestas masivas, luchas de clase, demandas laborales, entre otras) que en otra época parecían actividades de profunda investigación, hoy en día han pasado a ser parte de una charla cotidiana que en poco tiempo se convierte en tema de discusión en cualquier ámbito social y no necesariamente especializado. Todo esto es visto con naturalidad en las redes, particularmente en Facebook y YouTube.

#### **3.2.4. Posverdad de los medios de comunicación tradicionales y alternativos**

Posverdad es un término acuñado para asociarlo a la comunicación política que se empezó a utilizar hace menos de 10 años, con ello se vinculan los hechos contados en las redes o medios digitales que, por su condición de no profesionales, casi siempre están fuera del margen de la verdad. Algunos teóricos han reconocido que esta posverdad es el resultado de la interacción en las redes y que contiene similitudes con la publicidad o propaganda porque sus contenidos están siempre destinados a ciertos grupos de público, buscando además una especie de simpatía y consumo de lo que se expone. Con la producción a gran escala de la información y el largo alcance del contenido, los medios han realizado una carrera por obtener las primicias y ser quienes tienen la exclusiva sobre un tema, provocando que muchas noticias sean formuladas antes de ser comprobadas lo que desemboca en un incremento de noticias falsas, Fowks (2018) explica más sobre este tema:

El fenómeno de la posverdad no es privativo de un partido político ni de un país, sus síntomas existen hace décadas, pero en años recientes se ha desbordado, y sus expresiones son burdas. Con suerte, de cuando en cuando una versión falsa que abona en una manera distorsionada de ver las cosas es desmontada, pero el impulso y visibilidad del mensaje original suele ser mayor al del desmentido. Además, después suele surgir otro caso que entierra el anterior, y el siguiente generará el olvido (p.141).

Cabe indicar que otro de los elementos clave en el desarrollo de la posverdad, en torno a los medios digitales, lo constituye el lenguaje audiovisual cuyo protagonismo ha sustituido al texto. Si miramos videos o fotografías que no contienen ningún texto o, simplemente, un texto que es ignorado deja abierta la interpretación del receptor hacia la infinidad. Todos nos convertimos es emisor y expositor, no solo de la noticia, también de su contexto.

### **3.2.5. Redes sociales**

La necesidad de comunicarnos es hoy tan abrumadora que ha obligado a la tecnología a un avance veloz; esto también constituye una comunicación cada vez más efectiva y que llegue a todos los rincones. Hoy en día, una persona se presenta al mundo mediante un perfil en la red social que es

su carta de ingreso a la sociedad que vive en la red. Pérez-Soler (2018) explica de esta manera el significado de redes sociales:

Las redes sociales han facilitado la comunicación directa y en tiempo real entre empresas y ciudadanía. El concepto de red social se ha popularizado en los últimos años, y coloquialmente se asocia con nombres como Facebook y Twitter. Sin embargo, se trata de un concepto mucho más amplio y complejo, que a lo largo de la historia ha sido estudiado por distintas disciplinas: desde la Sociología hasta la Psicología social pasando por la Antropología, la Economía o la Política. En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés en común (p.22).

Los intereses que se generan en las redes sociales permiten que las personas puedan relacionarse con otras, con gustos similares a los suyos, desde temas sociales y políticos hasta asuntos de menor interés que igual pueden generar debates, o comentarios a favor o en contra de un tema en común llegando por diversos canales como lo explica Cano (2017):

Las redes sociales brindan muchos elementos para poder conocer, anticipar y analizar la propia interacción de los usuarios con las propias redes, sean estas una *fanpage* de Facebook propia, el sitio de un comercio o empresa, o el twitter propio y, por supuesto, Google Adwords para conocer su posicionamiento en los buscadores (p.184).

Con la importancia que han ido adquiriendo las redes sociales, el término se ha ido popularizando, las personas necesitan estar conectadas para socializar y ahora trabajar, logrando expandir sus negocios, empresas, emprendimientos, de manera más eficaz y controlada, Aguilar y Pérez (2012) nos dan un concepto:

Redes sociales es un término que ha sido socialmente construido de manera reciente al menos desde dos dimensiones: 1) Como categoría de análisis socio-relacional y 2) Para referirse al conjunto de herramientas informáticas en línea que permiten la administración de contactos (entre las que destacan por su popularidad actual Facebook y Twitter) (p.2).

Hoy en día las redes sociales que cuentan con Facebook a la cabeza de las preferencias de los usuarios con un 12.4 M, tienen otros modelos de interacción social como lo anuncia Ecuador Estado Digital 2020, en donde demuestra que Instagram, red social más visual cuenta con 4.02 M, seguido de LinkedIn una red social profesional con 2.58 M de usuarios, Tik Tok una red social más juvenil con un 1.4 M y terminando con Twitter en donde sus usuarios se encuentran en 0.9 M, que a pesar de ser una alternativa para enterarse de los temas políticos ha bajado su índice de uso. En estos datos, algo que no varía demasiado es el rango de edad en el que se encuentran concentrados los consumidores, que es de 24 a 40 años. A pesar de la brecha digital que existe en el país, estos datos demuestran como va creciendo la demanda de las redes sociales, creando una sociedad digital que usan estos espacios para expresar sus necesidades y molestias.

### **3.2.6. Facebook**

Desde la revolución industrial el ser humano ha ido evolucionando y modificando constantemente inventos como el teléfono y la internet fusionándolos en el Smartphone, un aparato inteligente que se está convirtiendo en una extensión del ser humano. Existe una frase popular que dice que lo que no está al alcance de la mano no sirve, por ello el celular es considerado, hoy en día, una herramienta indispensable para el diario vivir. Gonzales et al. (2013) explican que:

A la hora de abordar la transformación de los contenidos distribuidos a través de estos dispositivos, es necesario recordar que el carácter móvil de este entorno facilita el consumo de la información en cualquier lugar y en cualquier momento, de manera rápida e instantánea (p.13).

La plataforma posee usuarios a nivel del mundo y a pesar de que más redes sociales han ingresado en el mercado, Facebook aún sigue siendo la plataforma social que lidera, pues ha sabido absorber las funciones de otras redes sociales hasta colocarlas en su plataforma convirtiéndolas en algo fácil de usar, como lo explica Fresno (2018):

Facebook es un sitio web que ofrece acceso gratuito a la red social más grande del mundo. Su objetivo es facilitar a sus usuarios el mantenerse en contacto con sus conocidos, establecer nuevas amistades, compartirlas, subir y compartir fotos, videos, links, etc. está revolucionando la forma en la que nos comunicamos a través de Internet (p.18).

Esta red social ha logrado que miles de personas creen una cuenta, muchos de ellos son niños y adolescentes, que lo usan para fines educativos; luego los jóvenes que lo usan para socializar y las organizaciones políticas para conseguir sus objetivos que pueden ser desde los económicos hasta los que están vinculados al poder. Martínez (2010) sostiene que: “En la actualidad, Facebook está abierto a cualquier persona mayor de 13 años. Los visitantes pueden participar de distintos grupos de interés, organizados según institución educativa, lugar de trabajo o región geográfica” (p.112).

En esta investigación se escoge a esta red social por el tipo de información que se puede compartir, no sólo texto (que puede ser extenso y completo, en relación a otros medios), sino también imágenes como fotografías y videos que ilustran las ideas y los hechos permitiendo un análisis cualitativo más eficaz. Se puede decir que la expresión de sentimientos que se manifiestan en Facebook determinan, en buena parte la cantidad de seguidores y simpatizantes que tienen los distintos grupos sociales y políticos. Por otro lado, Facebook es manejado por diversos públicos, como ya se manifestó, es decir, desde niños hasta adultos, desde personas con distintas profesiones hasta personas que no han tenido acceso a la educación, por ello, el público de esta red se asemeja más a la realidad del conglomerado social de cada comunidad.

### **3.2.7. La comunicación política en redes**

Como lo hemos expuesto, en Ecuador, desde los Ministerios, pasando por los políticos, hasta una persona común, posee una cuenta de Facebook, lo que varía es el uso que le dan; sin embargo, muchas personas han usado esta red social para hacer denuncias de corrupción, recordemos casos que han causado impacto como las denuncias de irregularidades cometidas por los servidores públicos, la venta de cupos para ingreso en la universidad y problemas de índole administrativo en los gobiernos. Aunque las instituciones públicas usan las plataformas para informar el

desarrollo de sus proyectos, al parecer, no todos los políticos se sienten seguros siendo parte de las redes sociales como lo afirman Abejón, Sastre y Linares (2012):

(...) Pero muchos políticos no saben manejar la bidireccionalidad de la comunicación. Y peor aún, la temen. Temen que abrir sus webs a los ciudadanos suponga que les cuelguen mensajes indebidos y temen que las respuestas de los electores puedan ponerles en aprietos durante las campañas (p.135).

No solamente el gobierno se encuentra presente en las redes, las organizaciones lo hacen para poder mostrar su trabajo y como medio para conseguir apoyo e ingresos económicos. Las posibilidades que tienen al estar presente en las redes han permitido que ya no tengan que generar contenido a un gran costo que será posible solo si existe espacio y dinero. Lonvik (2016) explica:

Actualmente podemos constatar que internet no sólo es una herramienta del activismo, sino que también da cada vez más forma a la organización de movimientos sociales. En los años noventa, internet se usaba a pequeña escala para enlazar colectivos y ONGs, mientras que el grueso de la población todavía no estaba familiarizado con su aplicación y lógica organizativa. Ello ha cambiado radicalmente con la aparición del «contenido generado por el usuario». Internet ya no sólo constituye un mecanismo de coordinación, sino que las estructuras del activismo y las propias actividades políticas están determinadas por sus posibilidades de constituirse en red (p.228).

En esta investigación, el uso de las plataformas digitales y las redes sociales por parte de los movimientos sociales ha sido básico, según Lovik; además, en nuestro país se sigue innovando, en forma firme, una política del manejo de la imagen y la publicidad o marketing de los líderes indígenas u campesinos, mucho de ello se debe a los altos costos que demanda este tipo de apoyo, por ello el uso de nuevas alternativas que no representan mayor costo, e incluso ninguno, es una gran ventaja para ponerse al mismo todo de quienes sí pueden costearse estas posibilidades de promoción.

### **3.2.8. Análisis de contenido en Facebook**

El análisis de contenido puede generar resultados novedosos, el discurso en Facebook puede ser rico en contenido, puesto que en esta plataforma se combina la imagen y el audio, acompañado de las reacciones y los comentarios de las personas que pueden ser el respaldo de un buen discurso en la red como lo explican Rodríguez et al (2017):

Acercarse al discurso de las redes sociales, en el caso de Facebook, permite explorar nuevos relatos de participación política a partir del acceso directo que los ciudadanos tienen hacia los mensajes que ofrecen los diferentes partidos políticos, los políticos u otros medios de comunicación tradicionales vinculados ya al mundo digital (p.851).

Este análisis está rodeado por el tema social y político que vivió el país debido a los enfrentamientos entre dos bandos: el Gobierno y la CONAIE, debido a los sentimientos que provocaron mostrando videos de las manifestaciones, las marchas y también de la destrucción y agresiones recibidas. Esta investigación afirma que la postura política que mostraron los grupos en las manifestaciones de Octubre 2019 están conducidas por la interacción de los espectadores y los productores de información de las redes. Lovink (2016) lo explica así:

Los contenidos ya no se consideran dentro de un espacio vacío, sino que se leen automáticamente en su contexto político, cultural y mediático. Todo el sistema mediático de textos, imágenes en movimiento y la experiencia mediática en directo se almacena y reproduce a través de su reutilización y remix (p.86).

En Facebook, las cuentas de la CONAIE y la Secretaria Nacional de la Comunicación, durante el Paro Nacional, emitieron una gran cantidad de contenidos, que ya han generado estudios por parte de expertos, muchos de ellos con fines académicos o políticos. Libros como “Octubre y el derecho a la resistencia. Revuelta popular y neoliberalismo autoritario en Ecuador” y “Ecuador. La insurrección de octubre” que han relatado las emociones que vivieron quienes se encontraban en el centro de los acontecimientos y cuyo análisis de contenido aporta información novedosa como lo sugiere Tinto (2013): “El análisis de contenido que sólo repite lo obvio es inútil, aunque para ello recurra a mediciones. El análisis de contenido de provecho siempre tiende a poner en

evidencia algo que no salta a la vista en una lectura casual” (p.142), esto es precisamente lo que se analiza en los videos de Facebook de las dos entidades que mostraron el contrapunto; y, a través de las imágenes, se concreta este análisis de contenido del que habla Tinto.

Analizar el contenido emitido por parte de las instituciones se convierte en un ejercicio que va más allá de aceptar el contenido en el contexto presentado por la organización; implica tener una mirada crítica que cuestiona los hechos y puede analizar en conjunto los audios, videos e imágenes para ver si coincide o se contradice con el discurso oficialista. Facebook brinda la oportunidad de tener varios elementos para analizar, a su vez que brinda la opción de ver el alcance que obtuvo el mensaje emitido a través de información abundante.

### **3.2.9. Periodismo ciudadano**

Hemos tomado el término “periodismo ciudadano” porque como ya se analizó dentro de la teoría crítica, las nuevas formas de comunicarnos nos han dado un sitio privilegiado al momento de actuar, ya no sólo como espectador receptor de la información, sino como el emisor; una especie de protagonismo que se logra al manejar la noticia y el nivel de impacto que deseamos provocar, algo que, en los medios tradicionales, era posible solo en manos de expertos de la comunicación. De ahí, el término de periodismo ciudadano, porque cualquier persona que tenga en su mano un aparato electrónico que le permita generar información, automáticamente se convierte es una suerte de periodista, como lo explica Pastor (2010):

Los inicios del periodismo ciudadano se sitúan en los días posteriores al tsunami que arrasó las costas del sur de Asia en la Navidad de 2004. Después de la catástrofe, ciudadanos que habían vivido la experiencia, en muchas ocasiones turistas, facilitaron a través de internet un gran número de narraciones en primera persona, vídeos y fotografías realizadas con móviles (de turistas, en muchas ocasiones) lo que se convirtió en una aportación significativa a la cobertura principal del acontecimiento (p.116).

Durante las movilizaciones de octubre los medios no lograron controlar en su totalidad el rumbo de la información debido a que los ciudadanos, con sus celulares, grabaron, fotografiaron y

reprodujeron eventos que denunciaron agresiones, que se posicionaron como tema de difusión en los medios tradicionales locales, pero también en los medios de comunicación internacionales.

Muchas veces los alcances de este tipo de periodismo es monumental, esto se debe a que las personas se unen para lograr algo en común como es el caso de la CONAIE, en las manifestaciones de 2019, su página oficial en Facebook se encargó de recopilar información y videos para poder denunciar las agresiones que sufrieron por parte del gobierno frente a la información sesgada que se exponía en los medios tradicionales y que mostraban sólo una parte de la realidad; mientras que la Secretaria General de Comunicación también recopiló información de las declaraciones de los representantes del gobierno buscando desmentir noticias y afirmar su propia perspectiva. Estas acciones mostraron claramente ese activismo comunitario que se ha alcanzado desde las redes y su uso como medios de información, así lo expone Castells (2009):

Las redes (y el conjunto de intereses y valores que representan) compiten o cooperan entre sí. La cooperación se basa en su capacidad para comunicarse. Esta capacidad depende de la existencia de códigos de traducción e interoperabilidad comunes (protocolos de comunicación) y de acceso a los puntos de conexión (p.46).

Lo que se pudo evidenciar dentro de la organización de noticias e información que desarrollaron tanto la CONAIE como Secretaría Nacional de Comunicación, es que existió esta asociación para posesionar sus discursos que, unos momentos fueron favorables para cada uno, pero que, al final de los acontecimientos, superó la realidad. Por otra parte, el uso de un lenguaje más sencillo al narrar los hechos que sucedían en el país permitió que esta información sea bien recibida por la ciudadanía debido a la identificación con el periodista ciudadano. El sentimentalismo que venía incluido en los videos, sobretodo en aquellos en donde la violencia era el punto central del contenido fue lo que más se difundió y causó que Moreno y su gabinete tenga una grave crisis de reputación, hecho que traspasó las fronteras.

### **3.3. III CAPÍTULO: EL PANORAMA POLÍTICO DE OCTUBRE 2019**

#### **3.3.1. Crisis en el sistema político ecuatoriano**

Este capítulo pone en la mesa el panorama político ecuatoriano con el fin de construir un antecedente obligado de esta investigación. Los problemas sociales que se desataron los 14 días del mes de octubre de 2019 tienen antecedentes más allá de la propuesta económica que devino del Decreto 883, incluso antes de la presencia de Lenín Moreno a quien, más de un ecuatoriano, considera solamente una continuidad del gobierno anterior (Revolución Ciudadana). Los problemas sociales que se desprenden del mal manejo de la economía se agudizan a la vista de todos los ecuatorianos: desempleo, hambre, pobreza, falta de seguridad financiera y una clara política neoliberal mantiene a nuestro país dentro del desprestigiado socialismo del siglo XXI. La crisis de los sistemas de gobierno no es algo que se da exclusivamente en nuestro país. En el 2019, países como Argentina y Chile, atravesaron revueltas en donde las denuncias por las redes sociales señalaban a sus gobiernos como opresores.

Perú y Bolivia también enfrentaron huelgas o marchas por parte de los ciudadanos que exigían sus derechos y, en el caso de Bolivia, se exigía que exista democracia dentro de las elecciones presidenciales. Si hacemos una mirada rápida en varios países del mundo podemos evidenciar que la postura política que se ha instaurado en los gobiernos no está siendo del agrado de los pueblos, en la mayoría de los casos; la atención centrada en el desarrollo económico de cada país ha puesto en segundo plano la situación humana que casi siempre golpea a los sectores más pobres quienes adolecen de buena educación, alimentación, vivienda y salud.

Atender el desarrollo económico de países que tienen brechas sociales tan grandes no ayuda a mejorar la calidad de vida de todos los habitantes sino robustece la postura económica de los grandes poderes económicos representados por grupos muy pequeños de ciudadanos que continúan abarcando la capacidad de adquisición en desmedro de la gran mayoría. Lejos de mejorar la situación económica de los países, la forma de los gobiernos democráticos solo está poniendo en riesgo la dignidad humana. Hamburger (2014) escribe:

(...) es necesario construir en la región y en cada uno de sus países una democracia participativa o directa que deje atrás a la tradicional democracia representativa. El punto de

partida debe ser la dignidad inviolable de todo ser humano, lo cual exige: considerar al hombre como un ser eminentemente social, apuntarle al pleno desarrollo humano, instituir una democracia participativa, crear un nuevo modelo económico, y alcanzar un alto grado de descentralización (p.151).

En el caso de Ecuador, el país sufre una profunda crisis política, económica y social debido a la mala administración de los recursos y a los reiterados actos de peculado que durante varios años han sido tolerados y vistos como negocio lícito, lo que ha desatado grandes polémicas a nivel de profesionales o dentro de las conversaciones cotidianas, al punto de que los ciudadanos evitan tratar asuntos de política debido a los distintos puntos de vista en lo referente al manejo estatal. Se puede observar que el concepto de política, dentro de los sectores populares, ha alcanzado un sentido de degradación, lo que se demuestra en el siguiente texto de Vargas Llosa (2013):

Hoy en día, en todas las encuestas que se hacen sobre la política una mayoría significativa de ciudadanos opina que se trata de una actividad mediocre y sucia, que repele a los más honestos y capaces, y recluta sobre todo a nulidades y picaros que ven en ella una manera rápida de enriquecerse (p.133).

El mal concepto de política que varios ciudadanos adquieren, ha desprestigiado notablemente esta actividad, llegando a enfrentar una verdadera crisis de valores. Por ejemplo, la Revolución Ciudadana, encabezada por el exmandatario Rafael Correa Delgado, es, incluso hasta hoy, objeto de innumerables debates sobre su gestión, a pesar de que su mandato tuvo un inicio de impacto positivo por el protagonismo que se otorgó al modelo político-social indígena *Sumak Kawsay* o Buen Vivir, dentro de la constitución ecuatoriana.

Luego de una década de gobierno por parte de Rafael Correa, la Revolución Ciudadana nombra a Lenín Moreno como candidato a la presidencia, quien gana las elecciones junto a su binomio Jorge Glas. Moreno, en su inicio asociado a Rafael Correa como un amigo y compañero de revolución, empezó a cuestionar la administración del exmandatario y lo acusó de haber dejado al país en una crisis inmensa como lo explican Labarte y Saint-Upéry (2017):

Uno de los puntos más álgidos de la contienda es el cálculo de la deuda pública y la acusación más o menos eufemística, pero no por eso menos hiriente, hecha por el nuevo presidente a su predecesor de haber maquillado las cifras: mientras el gobierno anterior evaluaba el nivel de la deuda en 27,7% del valor del PIB, los analistas convocados por el nuevo presidente (que en su mayoría son los mismos funcionarios y asesores de antes) adelantan ahora una cifra de 59%, lo que excede el límite máximo legal de 40% definido por el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (p.35).

Con el anuncio del sobreendeudamiento por parte del gobierno, Moreno anunció también que se empezarían a tomar medidas para lograr estabilizar al país y al mismo tiempo generar productividad para empezar a pagar la deuda del país. Discurso que no termina de convencer a los sectores económicos populares pues todos conocemos que los intereses políticos siempre son más fuertes que los intereses altruistas para apoyar a un país y su pueblo. Más de un ecuatoriano piensa que los discursos del presidente Moreno solo son un pie de piso para poder mantener los flujos de capitales extranjeros e internos que ayudan a seguir fortaleciendo a las grandes empresas nacionales.

Los días del paro nacional, sólo mostraron el punto culminante de una situación intolerable por parte de los grupos minoritarios. Provocar la salida de los indígenas y campesinos, de los centros de sus hábitats, es la muestra clara de que se rebasó los límites de tolerancia que tiene el pueblo. El sector de la clase media vio con asombro cómo, una vez más, un pueblo colmado de paciencia era capaz de generar una postura más humana por parte de su mandatario. Lo que los medios de comunicación mostraban y se proyectaba en los televisores de los hogares ecuatorianos, poco a poco, quedó desmentido con lo que se vio en las redes. El uso de las plataformas digitales adquirió importancia vital, al desmentir las noticias falsas y, al final de los hechos, los comunicados emitidos por estas mismas redes, ayudó a mitigar los ánimos y tratar de estabilizar al país hasta volverlo a la calma.

Si el Gobierno y sus distintas entidades tuvieron un rol antagónico al recuento de los hechos, fue el movimiento indígena el que alcanzó los niveles de credibilidad y empatía con la mayoría de los ecuatorianos, y fueron ellos, junto con los campesinos, quienes lograron desarmar todo un aparataje económico perverso, que ponían en riesgo, una vez más, su vida, con ello lograron esa popularidad que los consagró como los verdaderos protagonistas de octubre de 2019. Otro punto

clave para que el movimiento indígena haya obtenido un rol protagónico se encuentra en la crisis política que no solo ha sufrido el país a lo largo de los años, sino toda Latinoamérica, siendo un fino hilo lo que sostiene las relaciones del Estado y el pueblo.

### **3.3.2. Movimientos indígenas**

Los registros de la historia ecuatoriana contienen hechos violentos o asesinatos a los grupos o movimientos sociales que se han levantado en contra del gobierno por sus normas, que han afectado sobre todo en la parte económica a los ciudadanos ecuatorianos. El movimiento indígena, que ha protagonizado levantamientos para demandar derechos y luego exigir que se respeten los mismos, ha sido considerado por muchos años como objeto de estudio por varios investigadores.

A pesar de que los indígenas se encuentren en la mira de profesionales que enfocan sus estudios en su cultura, analizando sus costumbres y su modo de vivir para entender su cosmovisión y sus formas de vida que exigen otros planteamientos políticos dentro del gobierno nacional. Los saberes de las comunidades indígenas también han sido cuestionados por varios científicos; la visión de las ciencias comprobables y la ciencia con base en la experiencia es opuesta, además que el pueblo indígena se enfoca en sus saberes de manera distinta como lo explica Guerrero (2018): “El saber científico, el logos, la epistemología, le ha proporcionado al ser humano un cúmulo de conocimientos, de información y datos para el hacer y el tener, pero no para el ser. Es más, se parte del principio que nos dará la posibilidad, si estudiamos de «llegar a ser alguien en la vida»". (p.107)

La creencia de acumular bienes y dinero para llegar a ser felices es una idea que se ha generalizado en las ciudades, la destrucción de la naturaleza para que el hombre pueda generar riquezas se ha convertido en algo “común” en la sociedad actual. La idea de explotar a la naturaleza es algo contrario a la creencia de las comunidades indígenas quienes reverencian y valoran a la tierra, realizando ceremonias llenas de amor y respeto, agradeciendo a la madre tierra por los alimentos obtenidos durante la temporada.

Los pueblos indígenas viven a base de sus leyes para obtener armonía, el respeto a los bienes de otro es primordial para mantener la paz, puesto que si no respetan los bienes ajenos o atentan contra una vida humana tendrán severos castigos otorgados por los líderes comunitarios. Al salir

algunos indígenas de sus comunidades, por estudios o por trabajo, se enfrentan a otra realidad totalmente distinta en donde varias veces han sido víctimas de abuso y racismo por parte de su nuevo entorno social.

Debido a los diversos problemas que han tenido a lo largo de la historia, como fue la discriminación, el abuso y despojo de sus tierras y los altos impuestos y pesados trabajos por un poco o nulo salario, los pueblos indígenas desde 1986 han empezado a reunirse llegando a denominarse nacionalidades indígenas, para perseguir objetivos como lo explica Altmann (2013):

La conaie aspira a instalar bajo este lema un Estado verdaderamente democrático, contrapuesto a un Estado controlado por élites políticas, con derechos específicos para los pueblos y nacionalidades indígenas y afro. Estos derechos se refieren al control autónomo sobre el territorio que habitan y a la representación de los pueblos y nacionalidades a nivel nacional mediante instituciones específicas. (p.287)

De esta manera, organizados como un movimiento, también buscaron un espacio para participar en una sociedad en donde la repartición de los recursos, económicos y territoriales, sea de manera equitativa, una lucha que no solo ha sido ideológica, sino que ha sido necesario el uso de varias estrategias de comunicación que le ayuden a posicionarse como un referente de igualdad social en el país. Ese camino no ha sido sencillo, sin embargo, han buscado las herramientas para conseguirlo, estudian las leyes ecuatorianas, se organizan, crean sus propios canales de comunicación para difundir sus proyectos y se han vinculado con organizaciones que los han ayudado y guiado para mejorar su calidad de vida.

#### **4. RESULTADOS**

Este trabajo se concentró en los vídeos más relevantes divididos en los días que duró el Paro Nacional. Se realiza un contraste entre los contenidos emitidos por las dos organizaciones en la plataforma de Facebook en donde dichas organizaciones cuentan con una página pública.

#### **4.1. Antecedente**

Ecuador es un país que a diario ha demostrado en los titulares noticiosos los escándalos de corrupción en los gobiernos de turno, pavimentando una crisis política que se ha visto reflejada en el Paro Nacional de octubre del 2019, en donde, miles de ciudadanos reclamaron un decreto que ponía en peligro la doliente economía de los ecuatorianos, sobre todo a los sectores más vulnerables, uno de ellos, el sector indígena.

Este Paro Nacional no se manifestó solo en las calles del país, también se dio en las redes sociales en donde la movilización digital permitió evidenciar los hechos de agresión que sufrieron los manifestantes y que su idea de lucha pueda extenderse de manera global. Al mismo tiempo que los medios tradicionales de comunicación perdieron credibilidad por presentar pequeños fragmentos politizados de las manifestaciones en sus canales de comunicación.

La crítica al Gobierno no se hizo esperar, el nivel de credibilidad en la página oficial de la Secretaría Nacional de Comunicación demuestra la falta de apoyo que tuvieron por parte de los ciudadanos que expresaron su malestar mediante comentarios y reacciones que ofrece Facebook. Por otra parte, la CONAIE también usó esta red para visibilizar su lucha con el objetivo de derogar el Decreto 883, obteniendo con el pasar de los días más apoyo en esta plataforma mediante los comentarios y reacciones.

Partiendo de estas dos organizaciones que fueron los principales protagonistas en el Paro Nacional, se ha realizado un análisis comparativo de los contenidos emitidos en Facebook durante los días de las manifestaciones, seleccionando aquellos que videos que lograron obtener más reacciones por día, llegando a un total de 22, divididos de la siguiente manera; 11 de la Secretaría Nacional de Comunicación y 11 de la CONAIE.

Al ingresar a la página de Facebook de la Secretaría Nacional de Comunicación, se puede observar que, en el 2020, su cantidad de Me Gusta es de 400 mil, mientras que cuenta con 594 mil seguidores. Su página se encuentra constantemente actualizando contenido informativo. En la sección a la que se debía ingresar para extraer la información emitida durante el Paro Nacional del 2019, se tardó aproximadamente 45 minutos hasta llegar a octubre, debido a que esta página está constantemente publicando y desmintiendo información.

Conaie Comunicación, página oficial en Facebook de la CONAIE. Se define como una organización comunitaria, con un total de 210,784 Me Gusta y con un número de seguidores de 261,459. La CONAIE, durante el anuncio de la eliminación de subsidios, toma una postura en

contra de estas medidas y del Gobierno de Moreno. Convoca, el 2 de octubre, a una movilización indígena en contra del Decreto 883 y a la cabeza de esta rueda de prensa se encuentra el líder Jaime Vargas.

## **4.2. Análisis por día**

Durante 11 días la CONAIE encabezó los titulares noticiosos de los medios de comunicación tanto en los medios tradicionales como en los digitales y sus páginas sociales. Por otro lado, Lenín Moreno junto a sus ministros anunciaban un paso más para mejorar la economía del país. El contenido emitido de estas instituciones empieza a ser estratégico para convencer a los ecuatorianos y justificar sus acciones.

### **4.2.1. 3 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**Cadena nacional**

**Link del video:**

<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2498195533838303/?v=2498195533838303>

Como una decisión valiente y responsable vende el Gobierno nacional al Decreto 883, así lo explica el presidente de la República, Lenín Moreno, en un resumen de las actividades realizadas a lo largo del día en una cadena nacional. En el vídeo se presentan como un Gobierno de diálogo y que pensando en la economía del país han eliminado un subsidio que venía siendo beneficio de algunos sectores poderosos y traficantes de gasolina por más de 40 años. Exponen luego que este subsidio viene acompañado de incentivos que permitirán reactivar la economía del país, entre ellos se encuentran la eliminación de los aranceles para maquinaria agrícola y el aumento del bono en \$15. Moreno aclara que está firme en su decisión porque la misma aporta al desarrollo de la patria.

En la segunda parte, se habla sobre el inicio de las manifestaciones, aquí explican que el Gobierno es de todos, pero, que no se permitirán actos de violencia, y como medida de prevención se ha implementado el estado de excepción a nivel nacional para cuidar el bienestar de los ciudadanos. María Paula Romo, Ministra del Interior, en ese entonces, explicó que han obtenido varias reacciones positivas de la ciudadanía y la movilidad seguirá siendo libre; por su parte el Ministro del Interior Oswaldo Jarrín afirmó que las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional tomarán acciones cuando se interrumpa el orden vigente. El discurso termina con la intervención de Moreno quien anuncia que las personas que violen la ley serán detenidas.

En Facebook, el cambio de masas de pasivas a activas, usando la propuesta de Castells (2009), generó un contenido en el que lideró la opción de Me Enoja, mostrando el desacuerdo con el discurso de los gobernantes; le sigue en número los Me Gusta, lo que puede también considerarse desde dos posturas: una, neutra, que sólo muestra interacción del público; otra, estaría asociada a los simpatizantes del Gobierno que además mantienen el interés de preservar el orden social.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**#Urgente**

**Link del video:**

**<https://www.facebook.com/conaie.org/videos/vb.366634003370910/537934273639891/?type=2&theater>**

El 3 de octubre en la noche, la CONAIE sube un video denunciando la represión policial y la detención de manifestantes, anuncia que el Gobierno usa violencia masiva. En la filmación se observa a varias personas correr, mientras que el humo de las bombas los envuelve, a lo lejos se escuchan más sonidos de bombas explotando. Esta denuncia la hacen porque sostienen que el Gobierno está en contra de las manifestaciones y una manera de lograr que la denuncia se extienda a más personas es mediante Facebook.

El contenido del movimiento indígena es improvisado, está grabado en vivo, no fue algo estructurado, pero lo publican porque su objetivo es demostrar la represión en contra de los

participantes del paro, a manera de denuncia; no existe una secuencia de hechos. Este es el único video que suben en este día a diferencia del Gobierno nacional que sube 5 videos.

### **Conclusiones del 3 de Octubre**

Las líneas de producción de contenido tienen la misma misión de comunicar con el objetivo de convencer al país para que asuman una postura a favor de la organización. En el caso de la Secretaría Nacional de Comunicación, los mensajes emitidos en Facebook, principalmente la cadena nacional, es una réplica de lo que se transmite en los medios de comunicación tradicionales. La CONAIE, durante los días del Paro Nacional, usa al periodismo ciudadano como base para informar, esto se debe a que su video está captado en las calles y son del hecho que enfrentan, sin escribir un guion, simplemente usando un celular para grabar la represión que sufren, para denunciar un hecho y poder conseguir el apoyo de los ecuatorianos.

#### **4.2.2. 4 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**Rueda de prensa del Presidente de la República del Ecuador, Lenín Moreno desde el ECU 911**

**Link del video:**

**<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2423081744647259/?v=2423081744647259>**

“Un Gobierno de diálogo” es la idea principal del discurso que ofrece el presidente de la república durante sus declaraciones frente a la situación del país por las manifestaciones en contra del Decreto 883, que provocó la paralización del transporte en todo el país. En la rueda de prensa Moreno afirma que el 3 de octubre el caos llegó a la ciudadanía. El 4 de octubre la normalidad está regresando al país con transportistas que retornan a sus trabajos con el debido acompañamiento de la Policía Nacional y del Ejército Ecuatoriano.

El sentimentalismo de Moreno durante sus declaraciones es algo que se puede apreciar en este video, precisamente cuando se sale del mensaje estructurado que se ha construido antes de las declaraciones. Los memes de los que habla son un ejemplo, temas sobre Moreno huyendo del país por las manifestaciones, o sufriendo una enfermedad del corazón son los que menciona en la Cadena Nacional, afirma que son ataques en su contra y para desestabilizar a un Gobierno que está basado en el diálogo, pero también en principios éticos y morales.

Los transportistas pueden expresar opiniones en su contra, dice Moreno, pero que nadie tiene derecho a alarmar el país y, porque desde su punto de vista, eso lo hacen los delincuentes que están traficando un recurso que no se produce en Ecuador y que daña la economía, por ello, insiste, no se puede dialogar con los delincuentes. Recalca que habrá un diálogo, pero no se va a cambiar de opinión sobre una decisión valiente.

### **Segunda parte de la rueda de prensa: las preguntas por parte de los medios de comunicación.**

Luego de las declaraciones de Lenín Moreno, 4 son los periodistas de los medios de comunicación que realizan las preguntas, el primero de ellos no se identifica, pregunta directamente a Moreno sobre el alza de los pasajes y el aumento de precio de la canasta básica, a lo que el Presidente responde que el daño será mínimo; la segunda pregunta se enfoca en saber ¿quién pagará los daños en la Capital? Moreno simplemente alega que lo harán aquellos que lo dañaron.

Los dos siguientes periodistas son de los medios de comunicación que pertenecen al Gobierno. Medios públicos que aplican la estrategia del encuadre o *framing* para resaltar el diálogo que ofrece Moreno, preguntando sobre la reunión con los transportistas para definir la tarifa del transporte interprovincial. Las respuestas de Moreno son simples, aclara que no dialoga con delincuentes y que los técnicos definirán las tarifas.

TC Televisión, a través de su corresponsal aplica el mecanismo de la Agenda Setting con una evidente selección de preguntas que se transformarán en noticia de primera hora en las próximas jornadas; esta noticia intenta poner en el inconsciente ciudadano el supuesto interés en el diálogo, particularmente con los transportistas. Pregunta a Moreno sobre los límites de la mediación, dejando ver que existe la posibilidad de dialogar. Es obvio también que este medio aplica la

estrategia del *framing* porque focalizan su atención en la solución, restando importancia al hecho de los detenidos del 3 de octubre y las fuertes movilizaciones que empezaban a instaurarse. Lenín Moreno responde que no se puede entregar a los sinvergüenzas el poder.

Los medios públicos afirman el tema del diálogo, que ya ha sido insertado por el Gobierno en su agenda política, sumado a ello los medios de comunicación privados deben reforzar la misma idea colocándola dentro de sus agendas para afirmar la opinión a su favor, esto es evidente en las preguntas enfocadas, por ejemplo ¿reunión con los transportistas para definir las tarifas del transporte?, Tomando de referencias a las movilizaciones ¿Hasta dónde estarían ustedes dispuestos a mediar para llegar a un acuerdo?, Se dice que las movilizaciones son intentos para desestabilizar su gobierno ¿Qué tiene que decir usted?, que afirma la relación de dependencia de estos medios con el Gobierno.

La siguiente pregunta es de una periodista de *La Posta*, un diario digital multimedia que tiene como característica el uso de la sátira dentro de sus noticias. Colocan el tema de las agresiones como punto central, y pregunta directamente sobre la represión por parte de la Policía Nacional y cómo será el manejo de las manifestaciones, porque algunos periodistas han sufrido atentados cuando cubren esas noticias. Moreno aprovecha para disculparse con los medios y asegura que se encuentran identificando a los policías que se han excedido en el uso de la fuerza.

Esto es algo novedoso y que genera intriga porque *La Posta* denunciaba los hechos corruptos de Rafael Correa, se declaró como un enemigo frontal del anterior gobierno, emitiendo noticias con pruebas en contra del ex Presidente, sin embargo, se mira una mejor relación con el gobierno actual por la pregunta realizada de la periodista enmarcando agresiones policiales solamente a los periodistas. Moreno sin embargo en todas las preguntas se ha visto tranquilo como si ya hubiera ensayado las respuestas y sin darles mucha importancia.

Este medio de comunicación digital se ha caracterizado por ser un opositor al gobierno anterior, mostrando mediante el periodismo investigativo algunas irregularidades dentro del Correísmo, siendo criticado por Rafael Correa, sin embargo al llegar Moreno a la presidencia, la relación con este medio ha sido tranquila, incluso su periodista pregunta sobre las agresiones policiales en donde los periodistas salieron afectados, a lo que el Primer Mandatario pide de manera tranquila disculpas a los periodistas por los percances.

El sentimiento de los ciudadanos se sigue plasmando en Facebook, Me Enoja sigue siendo la reacción que lidera, a pesar de que el Gobierno intenta explicar que están abiertos al diálogo y

que la eliminación del subsidio a la gasolina es para mejorar la economía del país. El apoyo se puede considerar bajo porque no alcanza los 700 Me Encanta o Me Gusta; los 2 000 Me Enoja, en cambio, afirman la sensación de descontento social.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**“En este estado fue encontrado Sebastián Acosta, joven del Movimiento Indígena de Tungurahua detenido esta tarde y del cual se denunció su desaparición...”**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/posts/2656696557697965>

El siguiente video de la CONAIE vuelve a ser del periodismo ciudadano, con ello se acentúa el tema de interés en las agresiones y represiones que señalan al Gobierno como responsable. Derechos Humanos es un tema que se empieza a usar para señalar en este caso un hecho de un ciudadano que se encontraba desaparecido desde la tarde y fue encontrado en la noche golpeado.

El video es de corta duración, 0,4 segundos, que fueron suficientes para que las comunidades manifiesten empatía con la persona agredida, lo que queda calificado con las reacciones de más de 5000 personas de las cuales, las más relevantes son los Me entristece y Me Enoja, que son ya una muestra del apoyo que va recibiendo la comunidad indígena por las protestas. El protagonismo que la comunidad alcanza en las redes sociales es intenso, precisamente se considera que gracias a las intervenciones masivas se logró encontrar a la persona desaparecida de manera más rápida.

**Conclusiones del 4 de Octubre**

Este día marca lo que llamamos los “contrapuntos” en esta investigación: dos caminos opuestos empiezan a mostrarse el segundo día del Paro Nacional. El Estado que caracteriza como intento para desestabilizar al gobierno, mientras que la CONAIE ya visualiza una represión intencionada en contra de una lucha que evidencia la desventaja de los sectores más humildes del país.

#### 4.2.3. 5 de Octubre del 2019

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**Cadena Nacional**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/watch/?v=402346713784398>

“El regreso a la normalidad” es lo que promociona esta Cadena Nacional. En ella explican mediante una voz en off como el gobierno procederá hacia un retorno de la movilidad en un 90%. Se afirma que los focos de violencia se encuentran en puntos específicos y debido a ello se los podría controlar. Se proyecta el retorno a las aulas de clases que hasta ese día estaban suspendidas. El mensaje es contundente: no habrá incremento de los pasajes de los buses para los estudiantes, personas de la tercera edad y personas con discapacidad, y ofrecen el control de los precios de la canasta básica; se hace un llamado a las personas a no creer en las noticias falsas que circulan en las redes sociales, y se anuncia, a manera de broche, el bono solidario con un incremento de \$15.

En el discurso se evidencia una contradicción con lo expuesto el 4 de Octubre en donde se habló de una calma y el control de los focos de violencia, a pesar de que las clases continuaban suspendidas en todo el país; la libre circulación de la que habla la ministra Romo tampoco es real porque los alimentos no han llegado a su destino provocando un desabasto en los mercados que desencadenó el alza de los precios y más protestas en las calles en donde los enfrentamientos entre la policía y las personas que participan de las manifestaciones son claras muestras de que la solución no se avizora.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**“FEINE se suma al Paro Nacional y al rechazo popular al Paquetazo del FMI”**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/393901354894120>

“Abajo el paquetazo” es la idea central del discurso del representante del Consejo de Pueblos y Organizaciones Indígenas Evangélicas del Ecuador, con el objetivo de movilizar, hacia Quito, a las personas del Cotopaxi. El discurso en primera persona: “hemos”, “estamos” y “vamos” demuestra ya una asociación indígena desde diferentes frentes ideológicos, pero con la misma condición cultural-social. Argumentan que han salido a las calles con un objetivo y no se detendrán hasta que ese señor (Lenín Moreno) se vaya de Carondelet. El mensaje dice que su lucha se basa en buscar la paz y la tranquilidad que no les ofrece el Estado ecuatoriano por eso ellos celebran el Paro Nacional y denigran lo que ellos han llamado como “el paquetazo”.

Este video muestra la organización y el apoyo que va adquiriendo la CONAIE con el paso de los días, y cómo la movilización empieza a tomar forma porque están rumbo a la Capital con la idea de reclamar un subsidio que ayude a los pueblos indígenas a ejercer sus labores agrícolas y a asegurar el transporte en las comunidades. Este video expone ya una declaración abierta de no ceder hasta que se derogue el Decreto 883.

### **Conclusiones del 5 de Octubre**

Las organizaciones muestran dos realidades, o dos marcos de una misma realidad: por una parte, el Gobierno nacional se empeña (con el apoyo de los medios de comunicación) en mostrar un país que quiere regresar a la calma alegando que los focos de violencia van a bajar y que pronto las personas podrán continuar con su vida, implementando los beneficios de eliminar un subsidio que traía pobreza al país. Por otro lado, la CONAIE se alista para tomar fuerza en las movilizaciones que el sector de transportistas abandonó luego de que algunos líderes fueran presos por alterar la paz, sus manifestaciones y posturas no son parte de las agendas de los medios públicos ni privados, son iniciativas de la comunidad, a través de las redes sociales.

#### **4.2.4. 6 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**Cadena Nacional:** Entrevista televisada en el programa “Ecuador al Futuro” con María Paula Romo, Ministra del Interior y Oswaldo Jarrín, Ministro de Defensa, hablando sobre las manifestaciones de Octubre 2019.

**Link del video:**

<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/391618175065088>

“Estamos retornando a la paz” es la idea central de esta entrevista que se transmite como una Cadena Nacional en la página de la Secretaria de Comunicación. María Paula Romo cataloga como decisión valiente, por parte del Presidente de la República, el Decreto 883 para terminar con el tráfico de la gasolina, alega también que existe el derecho a la protesta, pero eso no justifica cometer actos vandálicos que ponen en peligro la seguridad de los ecuatorianos. Anuncia la suspensión de clases en la Sierra para preservar la integridad de los estudiantes frente a los puntos identificados que promueven violencia.

El periodista pregunta a Romo sobre los videos que circulan en Facebook relacionado con las agresiones policiales, la Ministra responde que no todos los videos son ciertos, que se está mostrando una parte de la realidad, mientras que otros videos son de varios países y de años pasados. Justifica a la policía por usar la fuerza porque deben defenderse de las agresiones que sufren mientras están en servicio. Romo trata de minimizar los hechos, desacredita información que circula en las redes sociales catalogándola como información falsa.

La segunda persona entrevistada es el Ministro del Interior, Oswaldo Jarrín, el periodista le pregunta de manera inmediata sobre las fotos y videos en Facebook de varias tanquetas en el centro de la capital ecuatoriana. Jarrín resta importancia a la pregunta, primero aclara que tiene el respaldo del Presidente de la República, declara que solo existe equipamiento de defensa, sin embargo, algo que llama la atención es que al inicio los reconoce como blindados, pero luego de unos minutos lo niega y dice que eso no existe y que las noticias son falsas, por ello invita a la ciudadanía a informarse solo por los “medios oficiales”.

La actitud del ministro Jarrín frente al entrevistador es de prepotencia, defiende sus acciones con seguridad porque alega que tiene el respaldo del primer mandatario, trata de desacreditar los hechos de violencia y justifica que los policías y militares usen la fuerza para defenderse de las personas que los atacan. Su discurso contradice las imágenes que promueve la

CONAIE en Facebook, en ellas se puede ver a personas de distintas edades, hombres y mujeres huyendo de las bombas lacrimógenas y policías motorizados o a caballo persiguiéndolos.

Para cerrar la entrevista Romo habla sobre el número de detenidos, explica que el Defensor del Pueblo es quien se va a encargar de que tengan un proceso legal y justo. Finalmente trata sobre la muerte de un manifestante en manos de una persona que en su desesperación por continuar su ruta lo atropelló, pero lo grave fue que no pudo recibir auxilio por la obstrucción de las vías y las agresiones que sufrieron las ambulancias por parte de los manifestantes en varias partes del país. No hay ningún muerto por los enfrentamientos policiales, dice la Ministra para cerrar la entrevista.

Los elementos que ponen en el discurso para sustentar los hechos violentos en el país son simples pero concretos: las agresiones al personal de la policía, el cierre de las vías y los destrozos en las instituciones gubernamentales. Existe el discurso de tener todo bajo control, negar acusaciones sobre violencia y armamento que va en contra de los Derechos Humanos. Romo y Jarrín se muestran seguros tanto en sus cargos como en sus decisiones gracias al apoyo directo que reciben del Presidente de la República.

El control del orden y el atentado para desequilibrar al Gobierno se convierte en el enfoque de la noticia, lo canalizan desde una entrevista en televisión como en las redes sociales desde donde intentan acaparar más público, sin embargo, hay un evidente contraste entre los discursos y los hechos denunciados con imágenes en Facebook lo que provoca que las reacciones sean negativas. Negar a los carros blindados, por parte del Ministro de Defensa, cuando ya circulaban los videos de las redes sociales, provoca que la credibilidad se pierda y eso se ve en las reacciones en Facebook que en su mayoría son negativas.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**“Represión Pastaza - 4to día”**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/517815952347456>

“Están en contra de los pueblos y nacionalidades” es el resumen de lo que quieren transmitir en el video emitido, el mismo que cuenta una narración de un reportero comunitario de *Lanceros Digitales*, un equipo de comunicación de la CONFENAIE, organización indígena a nivel

nacional. Aquí se puede observar como un cerco grande de militares avanza mientras intenta ser detenido por un grupo de aproximadamente 8 mujeres, luego esto se sale de control, algunos hombres llegan para ayudar, pero se empiezan a escuchar los sonidos de los disparos mientras las mujeres corren por las bombas lacrimógenas. Este hecho causó enorme impacto en la comunidad, incluso existe ya un reportaje fotográfico titulado, 12 de Octubre: día de las mujeres, del periodista Daniel Andrade, dentro del libro, Octubre y el derecho a la resistencia, revuelta popular y neoliberalismo autoritario en Ecuador, publicado en PDF por CLACSO a inicios del 2020.

En la segunda parte del video, la dirigente del territorio Kunkuk, Pastaza, Sandra Tukup da declaraciones sobre la represión en la calle y en sus casas, por parte de los militares, incluso habla de una persecución por parte del Gobierno que atropella los derechos de las nacionalidades indígenas, por las agresiones e insultos que han sufrido en manos de la fuerza militar. Sin duda es un video que muestra un fragmento de la realidad, que la CONAIE intenta poner desde la perspectiva de Agenda Setting, con la represión como protagonista para obtener apoyo y respaldo popular; usan a las redes sociales para denunciar los hechos violentos y aprovechan estos medios para compartir la información con la mayor cantidad posible de personas. Las reacciones en las redes sociales muestran la efectividad de su uso, su contenido se viraliza, pero su objetivo ya no es llegar a los ecuatorianos únicamente, sino impactar en medios de comunicación extranjeros.

### **Conclusiones del 6 de Octubre**

Dos realidades opuestas, la Secretaría de Comunicación intenta mostrar un Ecuador que puede mantener la paz, minimiza las protestas y alega que son víctimas, por tomar una valiente decisión que ayudará a mejorar la situación económica del país, que sus decretos y obras en los días de paro son como una cura para evitar una enfermedad crónica. Por otro lado, la CONAIE enfoca su papel de víctima mostrando la represión que atraviesan y motivan a que las personas salgan a la calle a defender sus derechos. Ambas instituciones han logrado que cada ecuatoriano empiece a estar pendiente de sus próximas acciones.

#### **4.2.5. 7 de Octubre del 2019**

**Institución:****Secretaría Nacional de Comunicación****Título del video:****“El Gobierno Nacional rechaza los actos vandálicos...”****Link del video:**<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/422823191704191>

“El rechazo a la violencia” es el mensaje central del Gobierno quien decidió cambiar de estrategia para llegar a los ecuatorianos y usó un video del periodismo ciudadano en donde se muestra un saqueo por parte de personas que, con palos y mochilas, corren llevándose jabs de cervezas mientras se escucha la alarma de la fábrica. Un video corto, pero de gran impacto y lo único que hace el Gobierno para marcar el video como suyo es usar una marca de agua con una frase en contra de la violencia.

El cambio de estrategia por parte del Gobierno se ve como una intención desesperada para mejorar su credibilidad y a su vez afectar la imagen de los manifestantes que se encuentran en las calles, usan al *framing* para mostrar una realidad de saqueos y violencia que vive el país. A su vez la inmediatez de Facebook permite que la Secretaría de Comunicación juegue con videos cortos que pueden controlar lo que emiten y el alcance del video.

**Institución:****CONAIE****Título del video:****#Atención****Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/523251675157973>

“La agresión policial” es la denuncia de un video que se grabó desde una ventana, aquí se observa a una persona que está rodeada de varios policías que lo arrojan al piso y levantan, mientras revisan el interior de su mochila. Sus compañeros de las manifestaciones no pueden defenderlo y al final los policías lo dejan ir, sin embargo, su cara está cubierta con sangre. El video demuestra lo que se ha denunciado a lo largo de los días del Paro Nacional: que existe una agresión a quienes participan de las manifestaciones.

El uso de los dispositivos móviles y Facebook logran que estos hechos, que no se transmiten en los medios de comunicación convencionales, se posicionen desde una Agenda Setting virtual y

tengan la oportunidad de ser visibilizados en las redes sociales. Las reacciones son de rechazo en contra de la violencia, a la vez que se solidarizan con aquellas personas que salen a las calles. La CONAIE se va posicionando al demostrar con pruebas, sus denuncias.

### **Conclusiones del 7 de Octubre del 2019**

Dos videos grabados de manera casera, las personas se transforman en periodistas ciudadanos, denuncian lo que ven en su entorno, comparten sus grabaciones, mientras que la Secretaría de Comunicación solo emite información, no tiene una interacción, no fomenta un vínculo con la comunidad. La CONAIE por otra parte comparte sus videos y en su discurso habla en plural para aclarar que no luchan solo por ellos, sino por todo el Ecuador, lo que genera una identificación por muchos ecuatorianos y la situación que atraviesan.

#### **4.2.6. 8 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**#EcuadorPaisDePaz**

**Link del video:**

<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2324216714494252>

“Destruir a nuestro lindo Ecuador” es el fragmento de una voz en off que acompaña al video emitido, en donde se muestran los ataques a los bienes públicos, entre ellos están el cierre de las vías, lanzar piedras a una ambulancia, romper los parabrisas de los patrulleros, los saqueos y saltar los cercos policiales. En la segunda parte del video agradecen a las personas que continúan trabajando para hacer crecer al país. Un video corto, que hace uso del encuadre, cargado de ideología cuyas imágenes muestran como el trabajo hace feliz a las personas y aporta al desarrollo de la patria, mientras que aquellas personas que se encuentran en las calles participando del Paro Nacional son las que destruyen los avances del país, a su vez, muestran una serie de actos violentos que sirven para reforzar el discurso de Moreno, Romo y Jarrín sobre los ataques en contra del gobierno para desestabilizarlo.

Un video que, a pesar de ser de corta duración, tiene considerable impacto, usa imágenes fuertes de las protestas para justificar las acciones de control que toma el Gobierno, pero esta construcción de la verdad edificada con intensión, lo que conocemos como la posverdad, ha provocado que la desconfianza de las personas genere el rechazo a la información que reciben por el origen que tiene, sobre todo en Facebook que les ha permitido participar activamente en los reclamos y quejas hacia el gobierno, y esto se muestra en el número de reacciones negativas que obtuvo el video.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**“Sitiados en la Casa de la Cultura”**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2177673649190525>

El video del periodismo ciudadano vuelve a ser usado como una denuncia en contra del Gobierno por el desalojo violento que sufren los indígenas en la noche mientras se encontraban alojados en la Casa de la Cultura. Los sonidos de las sirenas policiales y las luces de las patrullas se observan mientras las personas intentan huir del sector por las bombas lacrimógenas. En su declaración informan que se encuentran, mujeres, niños y personas de la tercera edad, por ello piden ayuda para poder tener una movilización hacia uno de los refugios, y que no se violenten sus derechos.

Pedir ayuda a los organismos nacionales e internacionales es una de las estrategias que usa la CONAIE para poder posicionar a la agresión que sufren como un titular en los medios de comunicación y en los compartidos que hacen las personas en Facebook, para llegar a un acuerdo que los líderes sociales han estado buscando desde la organización de las movilizaciones. Las reacciones en Facebook no se hicieron esperar, en especial aquellas de Me Entristece que demuestra que las personas ven al Movimiento Indígena como una víctima de represión.

**Conclusiones del 8 de Octubre**

Las dos instituciones muestran algo en común: la violencia se puede observar en sus videos, pero la línea de esa violencia se divide, según el framing que están usando; por un lado la CONAIE,

muestra las agresiones y represiones que sufren, mientras que la Secretaría Nacional de Comunicación muestra los saqueos y destrozos a los bienes públicos y privados, esto logra crear un ambiente de incertidumbre entre los ciudadanos, ambas organizaciones se están posicionando como tema de interés entre todos los ecuatorianos.

#### **4.2.7. 9 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**“No permitiremos que nadie le arrebate la paz a los ecuatorianos”**

**Link del video:**

<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2666386130258811>

“Este mensaje es para ti” es la estrategia para llamar la atención de los espectadores porque generan la intriga. Se mantienen en una línea del discurso que sostiene que la mejor manera de contribuir a un país alegre, y hacerlo próspero, es mediante el trabajo, para ello se esfuerzan en reforzar la idea usando imágenes de personas felices en sus trabajos y a la vez intentan incluir a todas las culturas ecuatorianas mostrando personas de distintas etnias, realizando diversidades actividades.

El Gobierno continúa justificando sus acciones mediante un discurso integrador que muestra a las etnias trabajando en conjunto para llegar a la paz. Esto provoca que el video sea bien recibido por la audiencia en Facebook que muestran apoyo mediante reacciones positivas. A la vez que la incertidumbre de una lucha política que no parece terminar provoca ansiedad en las personas, y con este mensaje alentador a la paz puede generar sentimientos de esperanza.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**“ANÁLISIS DE LA CRISIS ECONOMICA ECUADOR”**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2434076593506964>

La siguiente publicación no es un producto creado por la CONAIE, comparten un video con información sobre la situación económica del Ecuador. En primer lugar, aquí se nota que ya tienen visibilidad fuera del país, porque esta nota es de la BBC News Mundo, en donde muestran como la eliminación del subsidio a la gasolina puede generar una cadena de alza de precios. A su vez nombran al sector indígena como un fuerte opositor al Gobierno y que ahora las negociaciones serán cuando uno de los sectores se encuentre débil.

La CONAIE usa este video por el protagonismo que les otorga a través de las cosas positivas que se dicen de ellos, por los fragmentos de video en donde se muestra como sus miembros se movilizan a Quito, y por decir que solo el pueblo puede salvarse a sí mismo. Esto provoca que el video se haga viral y pase las 50 mil reacciones que muestran el apoyo al sector indígena y el rechazo a las medidas económicas tomadas. A su vez que se han ganado un espacio en la Agenda Setting de los medios internacionales lo que ha dado más peso y credibilidad a sus movilizaciones.

En la noche del 9 de Octubre se generó otro evento que provocó la molestia de los ecuatorianos y la CONAIE lo usó para mostrar la violencia de la que son víctimas. Los hechos muestran que estaban recibiendo ayuda por parte de las instituciones educativas que abrieron sus puertas para los refugiados como la Universidad Politécnica Salesiana (UPS), la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) y la Universidad Andina. El problema se agudizó cuando la policía cruzó los límites y empezaron lanzar bombas lacrimógenas. Las redes sociales, entre ellas Facebook, manejada, en su mayoría por estudiantes y personal universitario que se encontraba realizando voluntariado mostraron imágenes impactantes y videos que daban cuenta de una intolerable agresión.

La UPS realiza la denuncia mediante *Infinito Digital* que es un canal de comunicación de la universidad, afirman que los medios de comunicación tradicionales no van a mostrar esta realidad. Un hecho que indignó a las personas debido a que la institución albergaba a mujeres, niños y personas de la tercera edad, y por la agresividad de la policía que usó una bomba lacrimógena cerca de un lugar que servía para preparar los alimentos; por el actuar rápido de las personas se neutralizó la bomba, pero el lugar quedó con el ambiente impregnado de gas. Alegan que no se respetó una zona de paz, tácitamente entendida desde un recinto universitario, y piden la máxima difusión de la denuncia debido a que la institución no tiene ninguna posición política.

## **Conclusiones del 9 de Octubre del 2019**

Dos videos que tienen un fondo político: usan al periodismo ciudadano a su favor para construir un discurso de una misma realidad, pero con dos puntos de vista totalmente distintos. La comunicación de masas que se encuentra en la red está muy activa y al ofrecer Facebook su carácter multidireccional se puede observar que la institución se está posicionando en el tema de la credibilidad mediante las reacciones que obtienen y ambas organizaciones buscan adaptarse a las demandas de la comunicación para llegar a más sectores.

### **4.2.8. 10 de Octubre del 2019**

#### **Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

#### **Título del video:**

**“9OCT\_VIDÉOPRODEMOCRACIA”**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/watch/?v=451789302103129>

“El Ecuador es un país que promueve la paz, un lugar en donde la felicidad acompaña al ecuatoriano cuando realiza sus actividades diarias”. Es un discurso que promueve al país como un paraíso, lleno de oportunidades, capaz de cuidar de sus ciudadanos e incluir a cada uno de ellos en sus decisiones. El video muestra expresiones de sonrisas, los avances tecnológicos, servicios médicos y el desarrollo de la industria. Mientras cada participante del video sonríe, se refuerza al mensaje usando palabras como “vamos” y “juntos”.

El video quiere integrar a todos los sectores, en especial a las comunidades con las cuales se encuentra en conflicto. El movimiento indígena aparece en el video dialogando y estudiando, incluso existen abrazos para reforzar el mensaje de paz. Un video rico en contenido audiovisual que llega los usuarios de Facebook en un contexto de esperanza para superar las crisis y mantener la paz. Este video divide las reacciones a favor y en contra del Gobierno, logra conectarse con el público posicionando los Me Gusta sobre los Me Enoja, que han predominado hasta el momento, demostrando que se puede crear una nueva realidad desde la Web. Un Ecuador alterno, uno que enmarca el lado positivo, deja a un lado los problemas a los que se enfrenta el país actualmente.

**Institución:****CONAIE****Título del video:****“Hijo Inocencio Tucumbi”****Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/476047922990162>

“El Gobierno no va a contar la verdadera razón de la muerte de mi padre” eso lo comenta el hijo del líder indígena que falleció el 9 de Octubre. El video testimonial genera una nueva versión de los hechos, narra que intentaban llegar a la Universidad Politécnica Salesiana a buscar refugio frente a la represión policial y en su intento recibió una bala, lo que provocó su muerte. El objetivo de este video es que el país conozca la razón de la muerte de su padre, Inocencio Tucumbi, y no se olvide que falleció en la lucha para lograr la derogación del Decreto que traería más pobreza a su pueblo.

El contraste del enfoque de esta noticia es notorio, la versión del Gobierno fue que falleció de una caída, mientras que su hijo, quién se encontraba a su lado, afirma que recibió una bala que le provocó la muerte. Dos historias totalmente distintas, pero con un mismo resultado, la muerte de una persona. El *framing* está presente en este hecho, cortan la realidad y solo muestran una parte de una tragedia, los medios informan como un accidente, mientras que la CONAIE denuncia un asesinato y señalan ya a los culpables.

Usar al hijo para que dé declaraciones sobre la muerte de Inocencio Tucumbi genera que el video tenga más credibilidad y a su vez provoque que el gobierno tenga problemas de reputación por la ética con la que es tratada la noticia. Los ecuatorianos que han seguido los hechos, en su mayoría, se solidarizan con la familia del indígena, y a su vez apoyan más al sector en su lucha. En este punto se puede visualizar el rol, tanto de las víctimas como de los opresores.

**Conclusiones del 10 de Octubre del 2019**

Los hechos violentos han sido denunciados desde el inicio del Paro y las movilizaciones. Los discursos siempre tienen este elemento en el centro del tema. Sin embargo, este día el Gobierno intenta mostrar una mejor relación entre todos los habitantes y en su mensaje de paz no incluye ningún desastre. Hay un grito por parte del movimiento indígena, señalando al Gobierno como el

responsable de una muerte y ataques a los centros de atención humanitaria, la CONAIE señala culpables de una muerte y gana prestigio por tener una voz oficial de los hechos en el hijo del líder indígena, incluso se adelantan y desprestigian sobre el comunicado que emitirá el Gobierno respecto al tema. Algo que se puede resaltar en este punto es que las dos partes ya entienden los beneficios de utilizar distintas plataformas para manejar la comunicación, así como las estrategias para llegar a los ecuatorianos.

En este momento la comunidad ecuatoriana ya habla de la manipulación de la información que realiza el gobierno en asociación con los medios de comunicación que han creado lazos o convenios para mostrar una realidad que pueda mejorar la imagen del Estado. La lucha política en las calles es desplazada con noticias maquilladas de los hechos, lo que motiva la indignación de las personas por no recibir información real.

#### **4.2.9. 11 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**Cadena Nacional**

**Link del video:**

<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2521618297894589>

“El país debe recuperar la calma” exclama Lenín Moreno en una cadena nacional con un discurso directo a las bases y dirigentes del movimiento indígena; llama al diálogo para frenar los hechos de violencia, hablar con las personas para solucionar los problemas del Ecuador. Por primera vez se hace directamente la invitación a los dirigentes para discutir sobre el Decreto 883 y el destino de los recursos económicos.

Un mensaje claro y directo, el Gobierno de Moreno se perfila como un impulsor del diálogo que intenta escuchar a sus ciudadanos para llegar a las mejores soluciones. Usan la propaganda para posicionarse como un Gobierno que promueve los derechos y cuida el bienestar de los habitantes del país. Sin embargo, a pesar del impacto directo del mensaje las reacciones en Facebook siguen siendo en su mayoría negativas lo que provoca que el Gobierno se siga posicionando en un ranking de mala aceptación por parte del público. Visto desde esta

perspectiva, la política del presidente Moreno había empezado un declive casi imparable, que sólo otros acontecimientos sociales pudieron evitar que llegue a consecuencias mucho más graves como, por ejemplo, la destitución del primer mandatario.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**“Traición Policía”**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2129200654041128>

“Violencia en las calles”, un video captado por un periodista ciudadano, muestra a cientos de personas, de varias edades y géneros, corriendo mientras se escucha el sonido de disparos y se observa como caen las bombas lacrimógenas. Estudiantes y voluntarios de la CONAIE denuncian como una agresión y traición policial. Imágenes fuertes, en donde se muestra la realidad de las personas que se encuentran dentro de las manifestaciones, la policía que recibe órdenes por parte del Gobierno, se lleva el rechazo de los ciudadanos, pero que no puede ir en contra de las órdenes de los líderes políticos.

El movimiento indígena puede carecer del equipo y los recursos para construir mensajes de los hechos que enfrentan, pero comprenden el uso efectivo de la comunicación a través de las redes, por ello, al generar una denuncia sobre las agresiones, tratan de integrar a las personas para que participen de la lucha mediante las interacciones en las redes sociales, sobretodo en Facebook, en donde se genera un enfrentamiento mediático entre las personas que los apoyan y aquellos que los critican por liderar las movilizaciones.

**Conclusiones del 11 de Octubre del 2019**

Los ciudadanos pierden la confianza en el Estado, es ahí cuando la CONAIE aprovecha y sube videos mostrando parte de su realidad. Los ciudadanos están tan centrados en el malestar con el Gobierno que caen en la desinformación lo que provoca que la Secretaría de Comunicación enfrente una labor, casi imposible, para desmentir noticias. Una batalla que no se da solo en las

calles, sino en las redes; Facebook muestra un usuario agresivo que influye en otras personas que han empezado a desestimar información de los medios cayendo en lo que se conoce como infoxicación causada por la masiva circulación de las noticias falsas.

#### **4.2.10. 12 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**#LaPazSeRecupera**

**Link del video:**

<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/649958652200495>

“Ecuador se recupera”, la frase principal de su mensaje; usa una cadena de elementos como la paz, el campo, las vías, los mercados, el comercio, el trabajo, la educación y la familia para que las personas entiendan que la armonía del país llega cuando todos los sectores están unidos y lo emiten cuando la incertidumbre de los ecuatorianos ha llegado a niveles de descontrol, y se habla del riesgo de pasar a un estado de depresión económica y desorganización social; lo que los ciudadanos temen, y lo manifiestan en las calles y en las redes, es: “que el país puede terminar como Venezuela”.

Un discurso bien armado desde el uso del framing para mostrar una realidad que viven miles de ecuatorianos que necesitan trabajar y estudiar, pero eso no será posible si las movilizaciones no terminan. Usar el discurso emocional es otra estrategia que se suma a la propagación de imágenes conciliadoras, y en poco tiempo causa un gran impacto en quienes observan el video. Las reacciones de este video en su mayoría son de Me Gusta, con un bajo índice de reacciones negativas porque se entiende que los ciudadanos quieren paz.

Pese a la intención de propagar un sentimiento conciliador, los hechos violentos siguen sucediendo: muertes, agresiones y denuncias en contra del Gobierno están presentes, no solo como tema local sino internacional, y los medios de comunicación han tenido una cobertura más

apegada a la realidad de los hechos, mientras que los medios aliados al Gobierno comienzan a perder credibilidad.

**Institución:**

**CONAIE**

**Título del video:**

**#Cacerolazo**

**Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/3058676670825736>

“Estamos con ustedes hermanos”. Este video es una muestra del resultado que se ha dado por el trabajo de la CONAIE en las calles y redes sociales, un cacerolazo mostrando el apoyo al sector que se ha puesto al mando de las movilizaciones en el Paro Nacional. La persona, participante del cacerolazo que habla en este video aclara que se busca el apoyo para los indígenas que se han logrado posicionar como los representantes de una lucha política. Este video obtiene reacciones positivas motivando al sector a continuar en la lucha, a pesar de todos los obstáculos que se presentan: control policial, enojo de otro sector social, temor a un anarquismo.

“Estamos con ustedes hermanos”, titula el video, personas e incluso niños están en las calles desafiando el toque de queda ecuatoriano para demostrar el apoyo a los indígenas que se encuentran en la primera fila de las protestas.

El poder de las redes sociales se hace cada vez más evidente, en este caso se muestra como una convocatoria publicada en Facebook logró que varios sectores de Quito participen, de manera pacífica, en las manifestaciones, y lograron convertirlo en un hecho viral pues las imágenes, no solo se difunden en redes sociales, también cruzan fronteras porque los medios de comunicación internacionales publicaron la noticia resaltando que es una manera de protestar en contra del Gobierno ecuatoriano que impone medidas económicas que no favorecen a los sectores sociales más desprotegidos.

La CONAIE, mediante sus denuncias y los videos que ilustraban los hechos, logra ganarse una buena reputación; consiguen el apoyo de la comunidad que aporta con donaciones y víveres para los indígenas que se han concentrado en la UPS; voluntarios, en su mayoría estudiantes, para los albergues, se suman al denominado cacerolazo. Logran así, captar la empatía y posicionarse en la

mente de las personas como los guerreros que luchan con el coraje y sin armas frente a un Gobierno que ha traicionado al pueblo.

### **Conclusiones del 12 de Octubre del 2019**

Dos videos con un contenido emotivo en los días de crisis, esto demuestra que un mensaje conectado a la parte emocional puede generar más reacciones en las personas que un discurso, hasta cierto punto irreal y demasiado estructurado. Las dos instituciones se encuentran en una batalla mental y física que ha provocado un desgaste.

Los medios de comunicación tradicionales también cubren la noticia, es obvio el uso de la estrategia de encuadre para cambiar el contexto del cacerolazo proyectando su noticia como la búsqueda de soluciones a las movilizaciones y apoyo al Gobierno. Esto sólo generó más descontento de la comunidad, poco a poco se veía a los medios de comunicación como aliados del Gobierno, como mentirosos y cómplices de una política perversa que no piensa en los sectores más vulnerables del país. Mensajes en las páginas de Facebook, con comentarios de “prensa corrupta”, evidencian la desconfianza de los ciudadanos.

A su vez que el 12 de Octubre en Ecuador se celebra el día de la Interculturalidad y Plurinacionalidad que se ha justificado como un reconocimiento a la diversidad cultural que existe en el país, en donde los indígenas han sido un pilar de las celebraciones demostrando sus saberes ancestrales y costumbres, sin embargo, por el Paro Nacional, esta fecha pasó desapercibida por los dos sectores, tanto la CONAIE continuaba denunciando las agresiones y el Gobierno Nacional también denunciaba los efectos de las protestas y emitía mensajes de paz.

#### **4.2.11. 13 de Octubre del 2019**

**Institución:**

**Secretaría Nacional de Comunicación**

**Título del video:**

**“La Paz Se Recupera”**

**Link del video:**

<https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/1334579156719701>

“Eliminar el Decreto 883” es la idea central del video. El gobierno de diálogo que se promovió desde el principio de las movilizaciones se tardó 13 días en acceder a conversar con las partes afectadas por un decreto que, según el Movimiento Indígena, dañaba la economía de los sectores más vulnerables. Medios de comunicación públicos y Facebook con la página oficial de la Secretaría de la Comunicación cubrieron un conversatorio que decide el cese de las movilizaciones y garantiza el retorno normal a las actividades diarias.

Los actores del Gobierno y de la CONAIE están reunidos en una sola mesa, luego de 13 días de estar en una constante y fuerte lucha en donde se perdieron vidas y se dañaron espacios públicos y privados. Quieren llegar a un acuerdo que beneficie a los dos sectores, a su vez, también los acompaña un miembro de la iglesia y los representantes de la ONU, quienes insertan las reglas para que el conversatorio se lleve de manera pacífica y ordenada. Los actores son varios, pero solo algunos representantes hablan para transmitir todo el deseo de un pueblo

Los representantes del Gobierno que hablan son: Lenín Moreno, Presidente Constitucional de la República del Ecuador, Christian Cruz, Presidente del Consejo de Seguridad Ciudadana y Control Social, Pablo Celi, Contralor General del Estado y Richard Martínez, Ministro de Finanzas. Por parte del Movimiento Indígena se encuentran: Jaime Vargas, Presidente de la CONAIE, Eustaquio Toala, Presidente de la FEINE Nacional de las 18 provincias del Ecuador, Leónidas Iza, Presidente del Movimiento Indígena y Campesino del Cotopaxi, Abelardo Granda, Presidente de la Federación Ecuatoriana de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras (FENOCIN) y Mirian Cisneros, Presidenta del pueblo Sarayaku.

Durante los 13 días del Paro Nacional, el Gobierno y la CONAIE han construido un discurso que les permitió posicionarse como los principales actores de las movilizaciones de Octubre. El uso de estrategias comunicativas: Agenda Setting y framing, han permitido canalizar noticias, información, imágenes, ideas y posturas de cada sector. Un análisis desde la perspectiva de la Teoría Crítica muestra la relación existente entre discursos, poder y medios de comunicación para buscando la aceptación del público mediante, sobre todo, videos de los hechos sucedidos a lo largo de los días, mostrando el rol activo que poseen las audiencias.

Lenín Moreno y sus Ministros manejan un discurso que intenta apelar al cese de las movilizaciones, escuchan a la otra organización, justifican el Decreto alegando que este sirve para que los más ricos y traficantes no sigan lucrando con el dinero de los ecuatorianos y a su vez

señalan responsables de las revueltas a personas que se encontraban en el anterior Gobierno. Su mensaje es claro, quieren obtener una mediación porque ellos son gobierno de diálogo y buscan la paz.

Intentan reforzar el mensaje inicial diciendo que este Decreto es bueno para el país, sus ministros se observan accesibles al diálogo, el presidente Lenín Moreno se muestra como un líder preocupado por todos los sectores, pero lo novedoso es que no se encuentran los dos ministros que la CONAIE exige sean retirados de sus puestos por la agresividad presentada al momento de tratar de controlar la situación en el país. Moreno es el único en dar la cara, cuando, durante 12 días del Paro Nacional, fueron los ministros Romo y Jarrín quienes dieron información sobre la situación en Ecuador.

Hay que hacer un énfasis particular en el pedido de la CONAIE, durante este diálogo, sobre la destitución inmediata de los ministros Romo y Jarrín quienes estaban al mando de las operaciones en el país. Se los señala como responsables de los heridos y muertos durante los días de las manifestaciones. Moreno no acepta esta petición por lo que el Ministro del Interior, Oswaldo Jarrín, permanece en su puesto. En cuanto a la Ministra de Gobierno, María Paula Romo, ésta fue censurada por la Asamblea Nacional, decisión que Lenín Moreno no la compartió.

Las reacciones en las redes, durante la transmisión en vivo, son inmediatas. Es evidente que las personas se encuentran en constante incertidumbre sobre el destino del país; se manifiesta apoyo para los dos sectores. Este video generado por la Secretaría de Comunicación se convierte en el más visto de todo el Paro Nacional, por la relevancia que adquirió. La mayoría de reacciones son positivas: al Me Gusta, le sigue Me Encanta y, con una pequeña diferencia, está Me Enoja.

Se puede deducir que todo el país se encontraba ansioso de conocer el desenlace de un tema vital para la nación. La interacción de la audiencia va desde una simple mirada al Facebook hasta manifestarse abiertamente en contra o a favor de la CONAIE o del Gobierno. Otro elemento de análisis es la consciencia que la comunidad adquiere frente a las posturas de los líderes políticos que cambian sus estrategias para obtener resultados, un ejemplo es Lenín Moreno que decía estar firme en su decisión, sin embargo, a través del encuentro con los líderes sociales, es indudable su situación: existe un ambiente diferente al que manifiesta la Secretaría de Comunicación: más allá de un diálogo, lo que se ve es un cuerpo social unido y firme, decidido a no ceder ante la postura del Presidente y con un solo objetivo: derogar el Decreto 883.

**Institución:****CONAIE****Título del video:****¡Victoria de la lucha popular!****Link del video:** <https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2178583259107523>

“Un pueblo unido, jamar será vencido” es el coro de la celebración de las personas que se encuentran en los exteriores de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, mientras bailan y flamean las banderas ecuatorianas por haber conseguido que se elimine el Decreto 883 luego de 13 días de movilizaciones y el diseño de las estrategias en las redes sociales para ganar reputación y posicionarse como opositor principal del Gobierno en las movilizaciones, obteniendo en el camino críticas por parte de los simpatizantes del Gobierno y apoyo por ciudadanos que lograron organizarse para enviar donaciones a Quito.

Una batalla en la que consiguieron cambiar el concepto de muchas personas sobre su lucha, un claro ejemplo para el análisis desde la postura de la teoría crítica latinoamericana, fundamentada en mostrar al mundo su lucha mediante los videos expuestos en las redes sociales; a través del uso estratégico del encuadre de la noticia que apuntó siempre hacia su realidad social: primero en el campo como eje de la producción agrícola, y segundo como modelo de resistencia, lo que dejó en clara desventaja al Gobierno. Una combinación de historias que generó que la batalla se celebre, no solo por el movimiento indígena sino por los ecuatorianos que apoyaron la lucha y la hicieron suya.

**Conclusiones del 13 de Octubre**

Es la primera vez que las dos instituciones se reúnen en un mismo espacio, sus discursos fueron confrontados de manera directa, se observa que la CONAIE continúa exigiendo que se elimine el Decreto, por otro lado, el Gobierno cambia la estrategia de vender al Decreto como una decisión valiente y usa el discurso de ponerse en los zapatos de los sectores más necesitados, pero siguen justificando sus acciones. Se nombra nuevos culpables en la cabeza del gobierno de Rafael Correa a quien se declara como enemigo del pueblo indígena.

Por parte de la CONAIE la idea de todos es que se elimine el Decreto 883 porque, según sus declaraciones, afecta a los sectores más humildes, no les permite invertir en la educación y

bienestar de sus hijos debido a que el alza del combustible genera una reacción en cadena, en donde los precios de artículos vitales, suben. Acusan al Gobierno de las agresiones y piden dejar las persecuciones a los líderes indígenas; exigen la renuncia de los ministros Romo y Jarrín, y solicitan que el resto de sus Ministros empiecen a ser más activos, emprendan una convivencia real con el pueblo para conocer sus necesidades.

Este día ya es considerado histórico, porque la presencia del pueblo indígena en pleno –ya no únicamente sus líderes, sino mujeres, jóvenes, ancianos– se consagran como protagonistas de una fuerza de lucha por los derechos de sus nacionalidades, derechos que son constantemente violados en virtud de atender a otros sectores sociales o a compromisos propios de los gobiernos de turno. Los discursos del Gobierno son conciliadores, los de la CONAIE son innegociables, con palabras sencillas de fácil entendimiento para todas las personas exponen sus puntos de vista. Tienen interpelaciones fuertes para los Ministros a los que señalan como “vagos” con lo cual logran total empatía con la comunidad ecuatoriana que aún (a la fecha) no ve frutos de trabajo del gabinete de Moreno.

A su vez, los medios de comunicación públicos, medios digitales, y las páginas oficiales de las dos organizaciones cubren el evento y lo convierten en un estratégico punto de Agenda Setting; mientras tanto, en Facebook no existe oportunidad de equívoco para nadie, porque todos los contenidos son captados e inmediatamente reproducidos a gran escala.

### **4.3. Análisis general de los videos del 3 al 13 de Octubre**

Un total de 102 videos emitió la Secretaría Nacional de Comunicación en el Paro Nacional, con contenido enfocado en mostrar al Gobierno como una institución que está abierta al diálogo y toma las decisiones pensando en mejorar la vida de los ecuatorianos. La estrategia utilizada fue exponer videos de personas sonriendo y trabajando en un día soleado. Al mismo tiempo que intentaron posicionarse como tendencia en las redes sociales mediante el uso del hashtag #EcuadorPaisDePaz #LaPazSeRecupera #ApoyoALaDemocracia #DialogoPorLaPaz.

Las percepciones que dominaron en Facebook, sobre la imagen del Gobierno, mediante reacciones, han sido las negativas con el Me Enoja, le siguen las Me Gusta y en tercer lugar Me Encanta. Como se puede ver en el siguiente cuadro. Me Divierte, Me Asombra y Me Entristece

forman parte de esta lista, pero en menor cantidad, el cuadro muestra que existe una notable diferencia de las personas que apoyan al Gobierno frente a las que no aceptan su discurso.

**Tabla1:**

Número total de las reacciones de la Secretaría Nacional del Comunicación en Facebook en los 11 días de las movilizaciones.



**Nota:** La tabla muestra el índice de aceptación por parte del público sobre el contenido emitido.

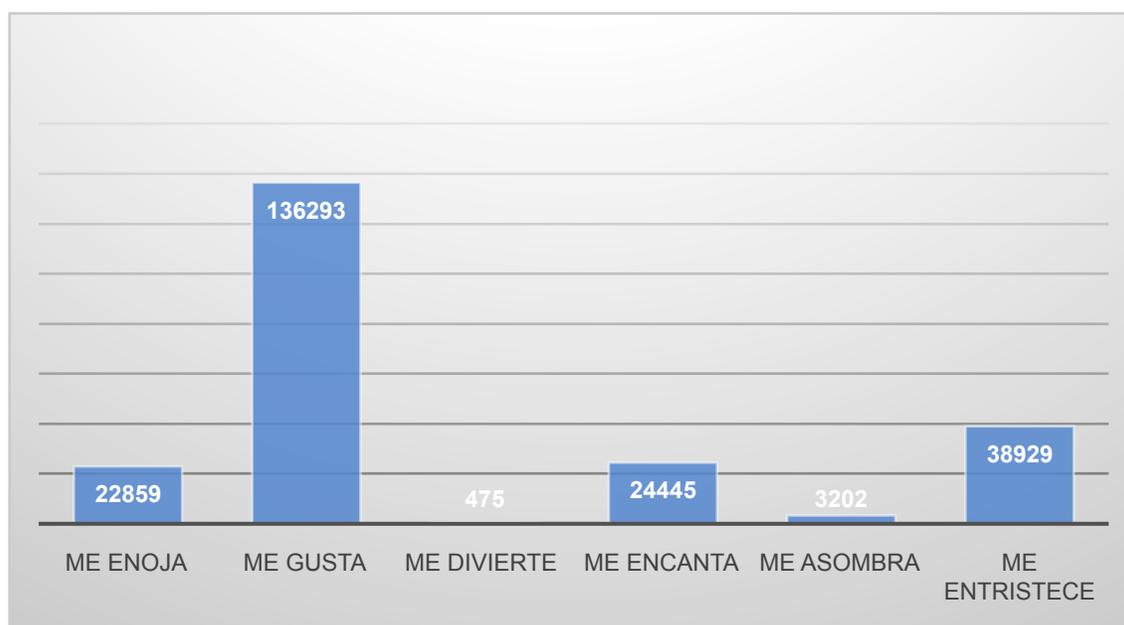
Por otra parte, la CONAIE tiene el mismo número de videos 102 en los 11 días de las movilizaciones, en donde se encargaron de posicionarse como firmes opositores a las nuevas medidas económicas y crearon estrategias de comunicación rápidamente aceptadas por la comunidad ecuatoriana lo que se muestra en las reacciones de las redes. Usaron herramientas

digitales como los hashtags #SOSEcuador #ParoNacionaleC #Urgente para ser visibilizados de manera internacional y obtener ayuda.

La percepción de la imagen de la CONAIE fue creciendo hasta alcanzar cada vez más apoyo mediante las reacciones en Facebook: Me Gusta lidera, seguido de Me Entristece, Me Enoja, Me Encanta, Me Asombra y Me Divierte. El cuadro que sigue muestra que la población tuvo empatía con la página Conaie Comunicación mediante sus reacciones.

**Tabla 2:**

Número total de las reacciones de la CONAIE en Facebook en los 11 días de las movilizaciones.



**Nota:** La tabla muestra el índice de aceptación por parte del público sobre el contenido emitido.

## 5. CONCLUSIONES

Al inicio de las manifestaciones, Lenín Moreno presenta una imagen fuerte, vende al Decreto 883 como una decisión que ninguna autoridad tuvo la valentía de hacerlo, una línea de discurso oficial por parte del Gobierno en donde Moreno y sus ministros Romo y Jarrín, hablan sobre una situación controlada en el país, sostienen que la presencia indígena responde a grupos patrocinados por personas que quieren desestabilizar al Gobierno y justifican así, el uso de armas y bombas lacrimógenas para controlar los focos de violencia.

Una de las estrategias de comunicación de la institución oficialista fue usar la red social de Facebook. Esta investigación evidencia que la Secretaría Nacional de la Comunicación se encargó de difundir y desmentir noticias falsas sobre el Presidente y sus altos mandos. Videos cortos, otros de larga duración, cadenas nacionales y declaraciones en vivo fueron los contenidos emitidos en esos días, llamando la atención de los ciudadanos quienes no tardaron en reaccionar a favor o en contra del Gobierno. La mayoría de reacciones que evidencian son negativas para la postura del Gobierno, expresadas en los Me Enoja o los Me Divierte. Los signos de apoyo representados por los Me Encanta son pocos. Estas reacciones provocaron que el Gobierno atravesase una crisis de reputación por la mala imagen alcanzada en esta plataforma social en donde las personas pueden expresar su descontento sin ningún tipo de compromiso y con total libertad.

Otro de los factores que acentuó el rechazo a los contenidos emitidos por el Gobierno en su cuenta de Facebook fue que, las redes sociales y los medios internacionales mostraron hechos del Paro Nacional, que mostraban una evidente desventaja de los sectores populares si las medidas económicas y sociales se aplicaban. Otro elemento que indigna y motiva rechazo fue la organización de las noticias de los medios tradicionales ecuatorianos que en su mayoría se enfocaron en mostrar a los indígenas como responsables del desorden social, sin embargo este discurso no se pudo sostener a causa de las denuncias indiscutibles de imágenes que circularon en Facebook.

La CONAIE denuncia una represión violenta por parte del Gobierno en donde se persigue a ciudadanos desarmados que marchan en las calles para exigir que se derogue el Decreto 883 que está afectando su economía. Los líderes indígenas explican que van a luchar en Quito hasta que

su petición sea aceptada, y es una posición en la que van a mantenerse hasta el final. Desde el inicio, su discurso está enfocado en la desventaja frente al Estado, no obstante, siguen vendiendo valentía en el transcurso de las movilizaciones.

Esta organización utilizó una estrategia más simple. Usan las redes sociales, en este caso, Facebook, para mostrar a los ecuatorianos e interesados en la situación del país, las imágenes violentas hacia las personas en las calles. Durante las movilizaciones, las redes se encargaron de exhibir la veracidad de los acontecimientos. Identificaron al público al que querían dirigir su información y aprovecharon la crisis de reputación que enfrentaba el Gobierno y los medios de comunicación tradicionales, para posicionarse como una voz oficialista de la situación el país, una estrategia que les rindió frutos y les permitió colocarse como uno de los protagonistas principales en el Paro Nacional de Octubre del 2019.

El contenido emitido por la CONAIE provocó que en Facebook su página se convierta en un referente de información, usuarios reaccionaron en forma positiva a la información difundida mediante los Me Encanta, Me Gusta que superaron el número de las reacciones negativas como Me Enoja.

## **6. AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a todas las personas que me acompañaron en esta etapa de mi vida. Quiero agradecer a mi mamá porque a pesar de que ya no está físicamente a mi lado, sus enseñanzas y su cariño fueron un motor importante para poder conseguir esta nueva meta. Gracias a mi papá, mis hermanas y mis sobrinos por ser mi fuerza y cuidarme. Al final quiero agradecer a mi tutora Carmen por guiarme en este proyecto de titulación.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abejón, P., & Sastre, A., & Linares, V. (2012): FACEBOOK Y TWITTER EN CAMPAÑAS ELECTORALES EN ESPAÑA. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 5(1),129-159. [fecha de Consulta 8 de enero de 2020]. ISSN: Disponible <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5115/511555573005>

Aguirre, R. M. J. (2018). *Ética de los medios de comunicación*. ProQuest EBook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>

Altmann, P. (2013).: El Sumak Kawsay en el discurso del movimiento indígena ecuatoriano. *Indiana*, 30(),283-299. [fecha de Consulta 8 de enero de 2020]. ISSN: 0341-8642. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2470/247029853014>

Barrios, A., & Zambrano, W. (2015): Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(26),221-240. [fecha de Consulta 10 de enero de 2020]. ISSN: 1692-2522. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4915/491548260012>

Botero, N. (1). La teoría de la comunicación, las relaciones públicas y la investigación: una relación simbiótica. *Anagramas Rumbos Y Sentidos De La Comunicación*, 11(21). <https://doi.org/10.22395/angr.v11n21a8>

[Cano, D. H. \(2017\). \*Jungla 3.0 : Trolls información y desinformación\*. ProQuest Ebook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>](#)

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Castro, C., & Filippi, L. (2010): Modelos Matemáticos de Información y Comunicación, Cibernética (Wiener, Shannon y Weaver): Mejorar La Comunicación es el Desafío de Nuestro Destino Cultural. *Revistas RE - Presentaciones*, (154-155). {Fecha de consulta 16 de abril del 2010}. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3352643>

[Cervera, F. A. L. \(2015\). \*Comunicación total \(5a. ed.\)\*. ProQuest Ebook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>](#)

Chihu, A. A. (2010). *El framing de la prensa*. Retrieved from <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>

[Chihu, A. A. \(2010\). \*El framing del spot político\*. ProQuest Ebook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>](#)

Conaie Comunicación. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 2 de enero de 2021 de <https://www.facebook.com/conaie.org>

[Fowks, J. \(2018\). \*Mecanismos de la posverdad\*. ProQuest Ebook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>](#)

[Fresno, C. C. \(2018\). \*¿son eficientes las redes sociales?\*. ProQuest Ebook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>](#)

Gallegos, F. R. (2020). *Octubre y el derecho a la resistencia*. Buenos Aires: CLACSO.

Gonzales, S., Canavilhas, J., Carvajal, M., Lerma, C., & Cobos T. (2013): *Hacia el Periodismo Móvil*. *Revista Mediterránea de Comunicación*. 1-73. [fecha de Consulta 8 de enero de 2020]. ISSN: Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27379/1/CMD\\_03.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27379/1/CMD_03.pdf)

Guerrero, P. (2018). *La Chakana del Corazonar*. Quito: ABYA YALA.

Hamburger, A. (2014): El socialismo del siglo XXI en América Latina: características, desarrollos y desafíos. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 9(1),131-154. [fecha de Consulta 8 de enero de 2020]. ISSN: 1909-3063. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=927/92731211006>

Labarte, S., & Saint-Upéry, M. (2017): Leninismo versus correísmo: la «tercera vuelta» en Ecuador. *Nueva Sociedad*, (272), 29-42. [fecha de Consulta 8 de Enero de 2020]. ISSN: 0251-3552. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/leninismo-versus-correismo-la-tercera-vuelta-en-ecuador/>

[Lovink, G. \(2016\). \*Redes sin causa : Una crítica a las redes sociales\*. ProQuest Ebook Central https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708](https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708)

López-Jiménez, D., Odriozola-Chéné, J., & Bernal-Suárez, J. D. (2016). Theory of a Human Ecology of Communication: empirical evidence of the Internet consumption ecosystem in Ecuador. *Communication & Society*, 29(1), 101-123. Recuperado a partir de <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/315/articulo%20ecologia%20humana%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n-navarra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lozano Ascencio, Carlos, & Mariño, Miguel Vicente (2010). La enseñanza universitaria de las Teorías de la Comunicación en Europa y América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65),255-265. [fecha de Consulta 26 de Julio de 2020]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81915723020>

Martínez, P. G. (2010). La ciberpolítica y los nuevos ciudadanos. ProQuest Ebook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>

Mentinho. (2 de enero del 2021) Estado Digital Ecuador 2020.  
[https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2020/?fbclid=IwAR341qrl30di5iK2T8n3S-tnr2kjiNum\\_oyt30OJ400pgUpBlMtWfW6dfhU](https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2020/?fbclid=IwAR341qrl30di5iK2T8n3S-tnr2kjiNum_oyt30OJ400pgUpBlMtWfW6dfhU)

Moragas, S. M. D. (2013). Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en américa y europa. Retrieved from <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708/lib/bibliotecaupssp/detail.action?docID=4776343&query=teorias+de+la+comunicaci%C3%B3n+#>

Parodi, C. Nicolás Stafotti, eds. 2020. *Ecuador La insurrección de octubre*. Buenos Aires: CLACSO.

[Pastor, L. \(2010\). \*Periodismo zombi en la era de las audiencias participativas : Le gestión periodística del público\* \(ii\). ProQuest Ebook Central https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708](https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708)

Pérez-Soler, S. (2018). *Periodismo y redes sociales: Claves para la gestión de contenidos digitales*. Retrieved from <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>

Pérez, G., & Aguilar, A. (2012): REFLEXIONES CONCEPTUALES EN TORNO A LAS REDES SOCIALES EN LAS REDES SOCIALES: UN RECORRIDO DE LA TEORÍA A LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS EN FACEBOOK, TWITTER Y GOOGLE+. *Razón y Palabra*, (79), [fecha de Consulta 8 de enero de 2020]. ISSN: 1605-4806. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199524411018>

Ramírez, F. (2020). *Octubre y el derecho a la resistencia. Revuelta popular y neoliberalismo autoritario en Ecuador*. Buenos Aires: CLACSO.

Rodríguez, M., & Ruiz, Y., & Paíno, A., & Jiménez, L. (2017): El uso de Facebook como herramienta narrativa para articular el nuevo diálogo político. Estudio de caso de la II Asamblea Ciudadana de Podemos, “Vistalegre II”. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72),849-860. [fecha de Consulta 8 de enero de 2020]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81952828046>

Rubio García, R. (1). Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: mensajes de la opinión pública digital. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 20(1), 249-264. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45230>

Said-Hung, E. (2010). TIC, comunicación y periodismo digital. Barranquilla: EDICIONES UNINORTE.

[Sánchez, D. L. N. M. Á. \(2016\). El renacimiento del periodismo : Nuevas tecnologías al servicio de su esencia. ProQuest Ebook Central https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708](https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708)

Sosa, O. J. A. (2013). Manual de teoría de la comunicación: I primeras explicaciones. ProQuest Ebook Central <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>

Secretaría General de Comunicación Ecuador. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 2 de enero de 2021 de <https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador>

Tinto, J. (2013): El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Provincia*, (29),135-173. [fecha de Consulta 8 de enero de 2020]. ISSN: 1317-9535. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=555/55530465007>

Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima: Alfaguara.

Vidales Gonzáles, Carlos. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, (23), 11-43. Recuperado en 26 de julio de 2020, de

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2015000100002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100002&lng=es&tlng=es)

## 8. ANEXOS

### 8.1. Datos de las reacciones del 3 al 13 de Octubre por parte de la Secretaria General de la Comunicación

**Tabla 3:**

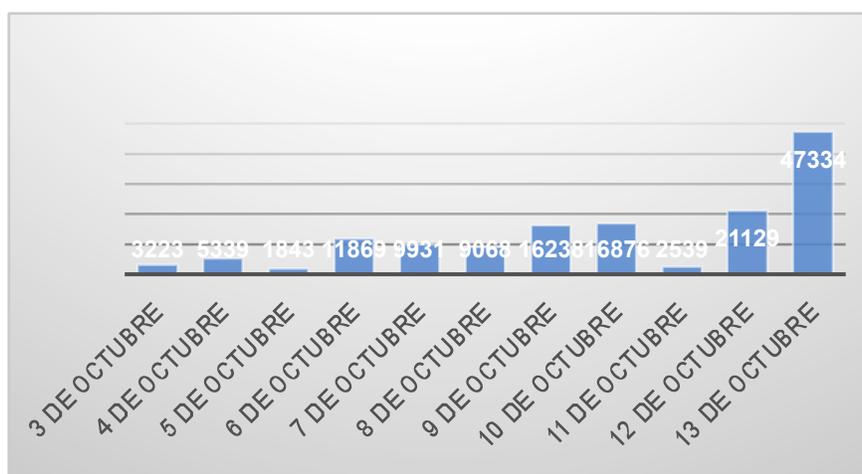
Días del paro nacional y el total de sus reacciones en Facebook.

Días del paro nacional	
3 de octubre	3223
4 de octubre	5339
5 de octubre	1843
6 de octubre	11869
7 de octubre	9931
8 de octubre	9068
9 de octubre	16238
10 de octubre	16876
11 de octubre	2539
12 de octubre	21129
13 de octubre	47334
<b>TOTAL</b>	<b>145389</b>

**Nota:** Suma de todas las reacciones que ofrece Facebook para calificar el contenido. El total es de 145389 en los 11 días de movilizaciones.

**Tabla 4 :**

Cuadro de evolución de las reacciones que obtuvo la Secretaría Nacional de la Comunicación en Facebook.



**Nota:** En este se puede apreciar que el 13 de octubre fue el día con más reacciones y puede deberse a la conversación entre los principales actores para definir el rumbo del decreto.

**Tabla 5:**

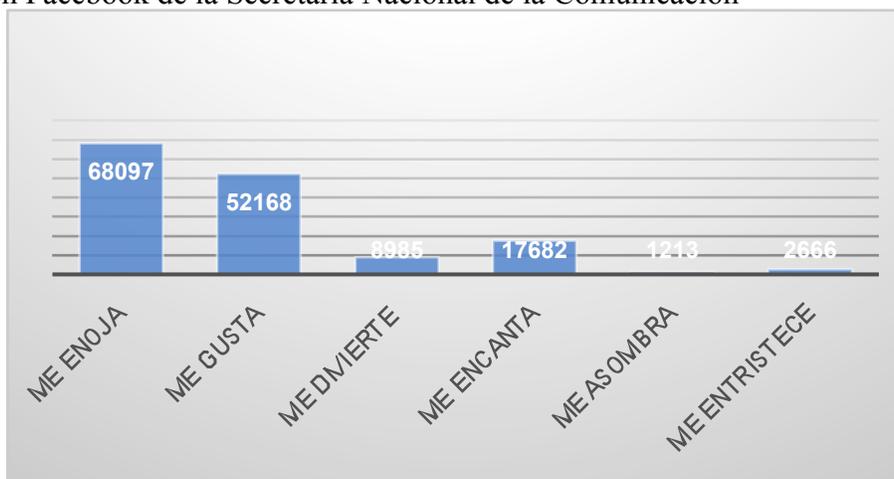
Reacciones en Facebook de la Secretaría Nacional de la Comunicación

<b>Nivel de reacciones del paro nacional</b>	
<b>ME ENOJA</b>	<b>68097</b>
<b>ME GUSTA</b>	<b>52168</b>
<b>ME DIVIERTE</b>	<b>8985</b>
<b>ME ENCANTA</b>	<b>17682</b>
<b>ME ASOMBRA</b>	<b>1213</b>
<b>ME ENTRISTECE</b>	<b>2666</b>

**Nota:** Suma de los 11 días del análisis por cada categoría, siendo el Me Enoja la reacción con mayor número.

**Tabla 6:**

Reacciones en Facebook de la Secretaría Nacional de la Comunicación



**Nota:** Los tres primeros lugares de las reacciones que obtiene la Secretaría Nacional de la Comunicación muestran que existen personas que no comparten la ideología del gobierno y a su vez que existen ciudadanos que apoyan y aprueban las acciones del gobierno.

## 8.2.Datos de las reacciones del 3 al 13 de Octubre por parte de la CONAIE

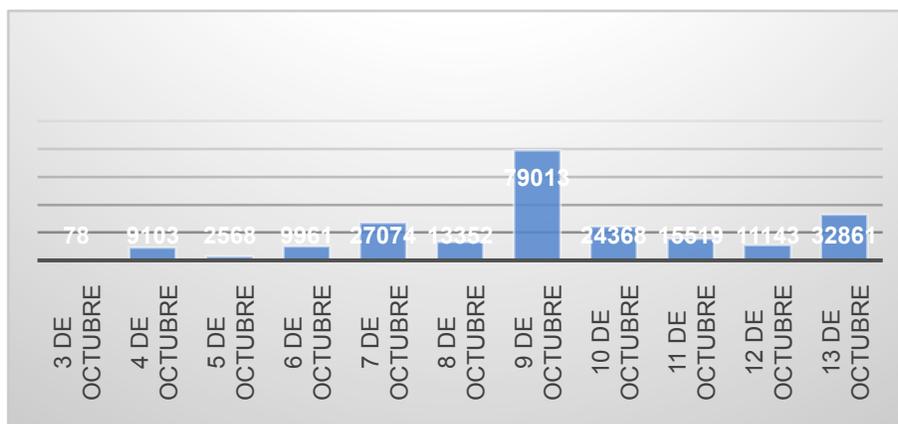
Tabla 7: Días del paro nacional y el total de sus reacciones en Facebook.

Días del paro nacional	
3 de octubre	78
4 de octubre	9103
5 de octubre	2568
6 de octubre	9961
7 de octubre	27074
8 de octubre	13352
9 de octubre	79013
10 de octubre	24368
11 de octubre	15519
12 de octubre	11143
13 de octubre	32861
<b>TOTAL</b>	<b>225040</b>

**Nota:** Suma de todas las reacciones que ofrece Facebook para calificar el contenido. El total es de 225040 en los 11 días de movilizaciones.

**Tabla 8:**

Cuadro de evolución de las reacciones que obtuvo la CONAIE en Facebook



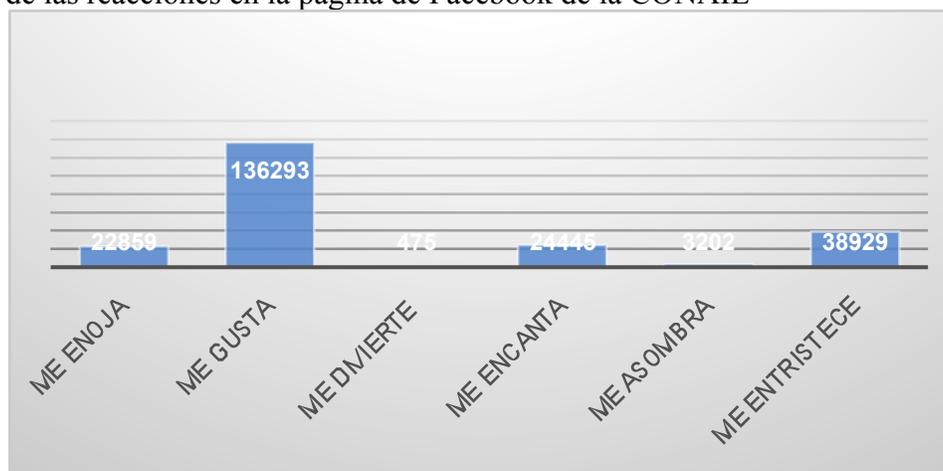
**Nota:** El día que obtiene es el 9 de octubre con un total de 79013 reacciones, debido a que se dieron varias marchas a favor y en contra del decreto sobretodo en Quito pidiendo la eliminación del decreto 883 y en Guayaquil defendiendo a la democracia.

**Tabla 9:**  
Reacciones en Facebook de la CONAIE

<b>Nivel de reacciones del paro nacional</b>	
<u>ME ENOJA</u>	22859
ME GUSTA	136293
ME DIVIERTE	475
ME ENCANTA	24445
ME ASOMBRA	3202
ME ENTRISTECE	38929

**Nota:** Suma de los 11 días del análisis por cada categoría, siendo el Me Gusta la reacción con mayor número en la página de la CONAIE.

**Tabla 10:**  
Suma total de las reacciones en la página de Facebook de la CONAIE



Nota: Me Gusta, Me Entristece y Me Encanta son los tres primeros lugares en las reacciones que obtienen en Facebook, esto está ligado al contenido que subió la CONAIE muchos de los videos estaban relacionados a las represiones que denunciaban y los acciones que realizaban antes y después de las jornadas de movilizaciones.

### 8.3. Links de los videos recopilados en los 11 días del Paro Nacional

<b>Días del paro nacional</b>	Secretaria General de la Comunicación
3 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2498195533838303/?v=2498195533838303">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2498195533838303/?v=2498195533838303</a>
4 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2423081744647259/?v=2423081744647259">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2423081744647259/?v=2423081744647259</a>
5 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/watch/?v=402346713784398">https://www.facebook.com/watch/?v=402346713784398</a>
6 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/391618175065088">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/391618175065088</a>
7 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/422823191704191">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/422823191704191</a>
8 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2324216714494252">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2324216714494252</a>
9 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2666386130258811">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2666386130258811</a>
10 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/watch/?v=451789302103129">https://www.facebook.com/watch/?v=451789302103129</a>
11 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2521618297894589">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/2521618297894589</a>
12 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/649958652200495">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/649958652200495</a>
13 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/1334579156719701">https://www.facebook.com/ComunicacionEcuador/videos/1334579156719701</a>

<b>Días del paro nacional</b>	CONAIE
3 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/vb.366634003370910/537934273639891/?type=2&amp;theater">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/vb.366634003370910/537934273639891/?type=2&amp;theater</a>
4 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/posts/2656696557697965">https://www.facebook.com/conaie.org/posts/2656696557697965</a>
5 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/393901354894120">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/393901354894120</a>
6 de Octubre	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/517815952347456">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/517815952347456</a>

7 de Octubr e	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/523251675157973">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/523251675157973</a>
8 de Octubr e	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2177673649190525">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2177673649190525</a>
9 de Octubr e	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2434076593506964">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2434076593506964</a>
10 de Octubr e	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/476047922990162">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/476047922990162</a>
11 de Octubr e	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2129200654041128">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2129200654041128</a>
12 de Octubr e	<a href="https://www.facebook.com/conaie.org/videos/3058676670825736">https://www.facebook.com/conaie.org/videos/3058676670825736</a>

13 de  
Octubr  
e

<https://www.facebook.com/conaie.org/videos/2178583259107523>