

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del Título de: LICENCIADO/A EN COMUNICACIÓN
SOCIAL**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DEL GOBIERNO DEL ECON.
RAFAEL CORREA DELGADO. ESTUDIO DE CASO: CANAL TELEAMAZONAS Y
DIARIO EL COMERCIO**

AUTORAS:

**EVELYN YOLANDA TEJADA JÁCOME
PAULA CAROLINA GORDON PEÑAFIEL**

DIRECTOR:

MASTER DARWIN REYES

QUITO, MARZO DEL 2012

Declaratoria:

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, marzo del 2012

(f) _____P.C.G.P_____

Paula Carolina Gordon Peñafiel

(f) __E.Y.T.J_____

Evelyn Yolanda Tejada Jácome

Agradecimiento y dedicatoria:

Agradecemos a Dios por la vida, y a quienes han contribuido en todo aspecto desde sus inicios, al desarrollo de esta tesis.

A nuestras familias y profesores que fueron apoyo y guía en la elaboración de este trabajo, en especial a nuestro tutor: Darwin Reyes Solís.

Dedicamos este trabajo aquellos que con su labor y esfuerzo contribuyeron a la ejecución del trabajo de grado, y especialmente a la razón y fuerza que nos impulsa a ser cada día mejores, nuestros hijos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

Capítulo 1: COMUNICACIÓN Y MEDIOS

1.1 Comunicación.....	2
1.1.1 Teorías de la Comunicación.....	2
1.1.2 Escuelas de la Comunicación.....	7
1.2 Medios de Comunicación.....	9
1.1.1 En América Latina.....	9
1.2.2 En Ecuador.....	15
1.2 Medios de Comunicación en Internet.....	18

Capítulo 2: ESTUDIO DE CASO

1.3 Discurso del Eco. Rafael Correa Delgado frente a los medios de comunicación.....	22
1.4 Discurso de los medios de comunicación frente al gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado.....	36
1.5 Enfrentamiento entre los medios de comunicación y el Eco. Rafael Correa Delgado; caso Teleamazonas y Diario El Comercio.....	41
1.5.1 Caso Teleamazonas.....	41
1.5.2 Caso Diario El Comercio.....	46

Capítulo 3: ANÁLISIS DEL DISCURSO

1.6 Análisis del discurso mediático y político.....	50
1.7 Teoría Política.....	57

Capítulo 4: RELACION COMUNICACIÓN – POLÍTICA – PODER

1.8 Comunicación Pública.....	69
1.9 Comunicación y Política.....	72

1.10 Comunicación y Poder.....	74
--------------------------------	----

**Capítulo 5: ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DEL GOBIERNO DEL
ECON. RAFAEL CORREA DELGADO. ESTUDIO DE CASO: CANAL
TELEAMAZONAS Y DIARIO EL COMERCIO.**

.....	76
-------	----

CONCLUSIONES.....	83
--------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA.....	86
--------------------------	-----------

INTRODUCCIÓN

La presente investigación y análisis, parte de la importancia que la comunicación e información asumen, y las consecuencias y efectos que se presentan al utilizar ambos procesos como poder y manipulación. Un claro ejemplo se presenta en la relación de conflicto que existe entre el gobierno del Econ. Rafael Correa y los medios de comunicación como; Teleamazonas y Diario El Comercio. Pues a lo largo de su gobierno, esta relación se ha convertido en un conflicto, ya que el Presidente Rafael Correa la llama prensa corrupta, mientras que los medios de comunicación involucrados afirman que la libre prensa se encuentra coartada, lo que da paso a una rivalidad entre estos escenarios.

En ambos escenarios se manejan discursos contrarios de acuerdo al interés motivador en uno y otro caso, es así que todo el proceso de comunicación se ve trastocado al ser manipulado dentro de esta coyuntura de intereses.

La sociedad actual se encuentra condicionada y manejada por los medios de comunicación, por el poder de la información que estos poseen y la forma de introducir la misma en la sociedad.

Al evidenciar dicha forma de utilizar la información por diferentes medios de comunicación, el gobierno del Econ. Rafael Correa se manifiesta de manera inconforme, y es en ese momento cuando se crean los enfrentamientos entre el poder Legislativo y el poder de los medios de comunicación; Esta investigación permitirá definir los impactos que éstas relaciones de poder generan en la ciudadanía, además de crear conflicto ideológico en la sociedad ecuatoriana.

CAPITULO 1: COMUNICACIÓN Y MEDIOS

El desarrollo del presente capítulo abarca el conocimiento de planteamientos teóricos fundamentales que nos permitan acercarnos a comprender aspectos esenciales del tema en cuestión tales como la construcción, tratamiento y conducción de los mensajes realizado por los medios de comunicación; para lo cual partiremos de postulados de importantes teóricos como Jürgen Habermas y Armand Matelart entre los más destacados.

1.1 Comunicación

1.1.1 Teorías de la Comunicación

Habermas afirma que por acción comunicativa entiende una interacción simbólicamente mediada. Se orienta de acuerdo con normas intersubjetivas vigentes que definen expectativas recíprocas de comportamiento y que tienen que ser entendidas y reconocidas por lo menos por dos sujetos agentes. Mientras que la validez de las reglas técnicas y de las estrategias depende de la validez de enunciados empíricamente verdaderos o analíticamente correctos, la validez de las normas sociales solo se funda en la intersubjetividad del acuerdo sobre intenciones aseguradas por el reconocimiento general de obligaciones.

En este sentido las relaciones de poder, a diferencia de los sistemas simbólicos de interacción, se convalidan en el orden que imponen la mediación de una racionalidad dirigida hacia fines.

La línea divisoria que traza Habermas concierne a un todo al problema general de la comunicación: la razón técnica, se impone sobre la razón interactiva de la vida cotidiana, de la conciencia práctica, de las interacciones afectivas, éticas y dialógicas. Los mecanismos instrumentales, la acción racional con respecto a fines se presentan como una estructura sustitutoria y se encamina hacia el funcionamiento de un sistema regulado. Pues ahora la primera fuerza productiva: el progreso científico técnico sometido a control, se convierte el mismo en fundamento de la legitimación.

El proceso de desarrollo social que Habermas propone es *El Marco Institucional de la Sociedad*, que comprende la *organización*, que permite la conservación de la especie, que no está asegurada por el instinto de procesos de aprendizaje que implican, disfuncionales para la propia conservación colectiva de la sociedad. *Los valores culturales*, que interpretan las necesidades

humanas mucho para la propia conservación; aspectos míticos, religiosos y utópicos. Ciertos contenidos culturales se encuentran en constante transformación, que permite el dominio de una cosa por otra, pues la sociedad tradicional es legitimada de acuerdo a los contenidos culturales de origen, mediante precisiones míticas, religiosas, metafóricas de la realidad de origen pasada y que son base de la legitimación de la sociedad actual.

Permanentemente asistimos a nuevos cuestionamientos de sus teorías y a un esfuerzo paralelo para adaptarlas a la evolución de la sociedad, como un profeta con sus exploraciones con el medio y el mensaje que para él tienen tendencia a confundirse.

Por otra parte para iniciar con un entendimiento completo de los medios de comunicación y su impacto social requiere analizar a fondo los procesos de producción y distribución de los mensajes, pues el contenido y el impacto en la audiencia dependen de lo que haya ocurrido en las diferentes etapas y procedimientos de su manufactura. El estudio de los procesos de elaboración y selección de noticias evoluciona a un enfoque más completo y amplio, el cual se desarrolla dentro del enfoque positivista de las teorías de la comunicación y particularmente con respecto al estudio sobre los emisores aparece lo que podemos denominar *sociología de la producción de mensajes*. Este enfoque tiene como finalidad central el estudiar las diversas condicionantes que inciden en la producción de los mensajes en los medios y que determinan qué ciertos contenidos se difundan y otros no. La pregunta que se formula esta perspectiva teórica es ¿Qué factores, desde dentro y desde afuera de las organizaciones de los medios, afectan el contenido de los medios? El nombre con el que se le identifica a este enfoque en los Estados Unidos es *media sociology*. En la versión europea, el estudio de los emisores se desarrolla desde algunos conceptos simples hasta articulaciones más complejas y entre variantes que no corresponden necesariamente a la lógica productiva interna de los medios. Entre estas variables y factores; se analizan las actitudes personales y las orientaciones formativas e ideológicas de los comunicadores –incluyendo las variables estructurales del sujeto-, los valores profesionales, las políticas corporativas de los medios, la propiedad y el control de los mismos, las condiciones que se derivan del sistema económico y las influencias ideológicas del sistema social. Dos son las corrientes principales de este enfoque: por un lado que se denomina *la sociología de las profesiones*, que estudia al emisor desde la óptica de sus características sociológicas y culturales, y por otro lado, la corriente de estudio que analiza la *lógica de los procesos de producción de la*

comunicación de masas y el tipo de organización en el que tiene lugar dicha construcción del mensaje.

En América Latina, aún cuando son pocos los estudios empíricos y sistemáticos, sobresalen los trabajos que principalmente se han realizado en la segunda corriente de este enfoque (procesos de producción y tipo de organización y decisiones).

Muy cercano al enfoque de la *sociología de la producción de mensajes*, pero con énfasis en los condicionamientos más amplios, característicos del enfoque crítico, es el de la *economía política crítica*. Esta perspectiva, de gran tradición en este enfoque, presenta actualmente cambios en los postulados originales basados en que la clase dominante que posee y controla los medios de producción material, posee a su vez el control ideológico de las demás clases.

Sólo redefiniendo el concepto de determinación en un sentido más abierto, laxo y complejo, que nos hable de marcos o límites genéricos y no de correspondencias ineludibles y necesarias o de efectos plenamente previsibles, se podrá no sólo recuperar las imprescindibles aportaciones con las que la economía política contribuye a los análisis de la cultura (aportaciones de las que, por otra parte, los estudios culturales decidieron prescindir en su abandono de la sociología marxista), sino también la potencialidad explicativa de los análisis sociológicos marxistas.

En el enfoque crítico, una corriente que se ha preocupado históricamente por los constantes desequilibrios y desigualdades en los flujos de los medios y los mensajes entre países industrializados y los tercermundistas es el enfoque del *imperialismo cultural*.

Los teóricos de esta corriente que tradicionalmente han sobresalido en Latinoamérica son Beltrán, y Mattelart, los cuáles, por lo general, ubican el estudio de la comunicación masiva dentro del contexto de las relaciones económicas y políticas internacionales de los países industrializados y los países de América Latina (en vías de desarrollo), para analizar los flujos de comunicación uniformes y de dependencia como los mecanismos de influencia cultural que se presentan.

Según Mattelart, los estudios de este enfoque surgen fuertemente en nuestra región a partir de los setentas pero no es sino hasta principios de la década de los ochenta, en el marco de la entrada y establecimiento del estilo de vida global, que los estudios en nuestra región aumentan en términos sustanciales impulsados por los grandes grupos de comunicación que contribuyen ampliamente a la construcción del tecno-globalismo y a la implantación de la visión experimental de la cultura sobre la “convergencia cultural” y el fin de la heterogeneidad cultural Latinoamericana.

Algo que ha caracterizado en la década de los noventas a la corriente del *imperialismo cultural* son las numerosas tendencias que subyacen en la estructura misma de la teoría de la comunicación Latinoamericana.

La mayoría de los enfoques teóricos sobre la comunicación de masas toman en cuenta, de una manera u otra, el contenido de los mensajes de los medios pues estos proporcionan indicios ya sea desde los procesos de producción y sus condicionantes ó, como los posibles impactos o usos que se pueden suscitar en los procesos de recepción.

La sociología de producción de mensajes, ha utilizado el análisis de los mensajes para corroborar sus hipótesis sobre el efecto de los diferentes condicionamientos que provoca su producción en el contenido final de los medios. En este sentido, las investigaciones se han centrado en dos aspectos:

- En detectar si los contenidos de las noticias, se recopilan mediante los canales rutinarios o bien, si provienen de la creatividad y las pesquisas de sus reporteros.
- En analizar si los contenidos del mensaje provienen efectivamente de las fuentes informativas que aparecen citadas las noticias; en América Latina prácticamente son inexistentes los desarrollos teóricos al respecto.

En lo que respecta a los teóricos del *imperialismo cultural* y la *economía política* en Latinoamérica, estos han estudiado el contenido de los mensajes extranjeros para detectar la presencia de valores ideológicos y culturales ajenos ala idiosincrasia y necesidades de los países Latinoamericanos. Como anteriormente se mencionó, los autores representativos en la región son

Mattelart y Beltrán. Por otro lado, entre las perspectivas teóricas positivistas que estudian los contenidos del mensaje y los efectos a largo plazo en las cogniciones y en la formación de las actitudes en los individuos, se encuentran el *análisis de cultivo* y el *establecimiento de la agenda*. El análisis de cultivo como perspectiva teórica ha contribuido a la reconsideración de la influencia de los medios (en especial la televisión) como agentes de socialización y cambio mediante la exposición al patrón total de programación mediática más que a géneros o programas específicos.

las implicaciones de la exposición acumulada al sistema general de mensajes, imágenes y valores que transmiten y repiten los medios, no deben de ser medidos sólo en términos de cambios inmediatos en el comportamiento, sino también, por el grado en que cultivan ciertas perspectivas de la vida, pues a lo largo de los meses y los años, los televidentes van absorbiendo, poco a poco, cogniciones que, a fuerza de repetirse, se transforman lentamente en actitudes y, muy a largo plazo, propician ciertas conductas.

En forma paralela al enfoque del *análisis de cultivo*, se ha desarrollado la perspectiva del *establecimiento de la agenda* (agenda setting). Apoyada en los mismos desarrollos teóricos que visualizan la influencia de los medios a largo plazo y en las cogniciones (a cerca de qué pensamos) y las opiniones y sentimientos (lo que pensamos), este enfoque se centra en el estudio del impacto de la prensa y la información política en el público. El camino histórico que ha seguido el modelo de la agenda setting es, en primer término, el establecimiento y formulación de la hipótesis clásica de Shaw; esta inicia en 1972 y concluye a fines de los setentas; posteriormente, el desarrollo de las investigaciones empíricas de McCombs y Shaw, las cuáles se desarrollan hasta mediados de los ochentas, donde se distinguen las primeras condiciones contingentes en los grupos de receptores y, finalmente, la aplicación de la agenda-building, como desarrollo de la agenda setting, la cuál es una tendencia de integración de territorios con una definición articulada del concepto de agenda pública.

La formulación clásica de la hipótesis que plantean los teóricos de la agenda setting, parte de que los medios, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista o agenda de

todo aquel en torno que se puede opinar y discutir por los lectores. Al poner el acento en la creciente dependencia cognoscitiva de los medios, la hipótesis de la agenda postula un impacto directo, aunque no inmediato, sobre los destinatarios, que se configura a partir de dos niveles: Por un lado, el orden del día de los temas en la agenda de los medios y, por otro, la jerarquía de importancia y prioridad con la que dichos temas son dispuestos en la agenda.

Una de las principales limitantes para la aplicación del *análisis de cultivo* como de la perspectiva del *establecimiento de la agenda* en América Latina es la muy escasa investigación empírica existente fuera de los Estados Unidos, aún cuando, ambos enfoques tienen un gran potencial de aplicación y desarrollo en nuestra región debido a dos causas:

1. Por la gran cantidad de programación televisiva importada de Estados Unidos sumado a las constantes imitaciones locales de los mensajes y programas de ese país, y,
2. Al papel cada vez más importante que juegan los medios informativos en los procesos electorales y políticos de los países latinoamericanos.

1.1.2 Escuelas de la Comunicación

▪ Escuela Latinoamericana

La investigación latinoamericana en el campo de las ciencias de la comunicación conmemora su cincuentenario enfrentando nuevos desafíos. El principal de ellos es su legitimación en el espacio académico. A pesar de que las universidades del Sur de América han acogido investigadores en centros de investigación de los procesos comunicacionales desde los años 60, solamente ahora, en este final de siglo, ellos conquistan el debido reconocimiento institucional.

Las primeras investigaciones de comunicación en América Latina surgen en ambientes típicamente profesionales. Son demandadas por las emergentes industrias culturales y constituyen factores decisivos para la formación de las primeras agencias privadas dedicadas a estudios de opinión pública, audiencia de los mass media o persuasión de los consumidores.

Más también son estimuladas por las polémicas que surgen en las asociaciones periodísticas, encargando a algunos publicistas eruditos a explorar los documentos disponibles sobre la memoria de campo, en su dimensión socio-política. Como resultado de esto, se producen ensayos de gran valor histórico para la identificación de fronteras profesionales. O se elaboran perfiles biográficos de sus autores privilegiados.

Se acumulan entonces conocimientos nuevos sobre los fenómenos de interacción simbólica, mediados por los media. Pasa así a respaldar las decisiones sobre inversiones publicitarias o a servir como parámetros para la institucionalización de la representación política en varios países. El ambiente favorece la difusión en todo el continente de las ideas modernizadoras que caracterizan el período posterior a la II Guerra Mundial.

Los investigadores profesionales, generalmente llegados de las carreras de sociología, psicología o economía, se dedican a formular estrategias industriales o político-aleatorias. A su vez, los investigadores diletantes, legitimados por la actividad periodística o artística, escriben ensayos caracterizados por el rigor documental, adjuntando al debate público temas de comunicación política. Sus análisis privilegian, casi siempre, los intentos de las burocracias estatales o de las oligarquías partidarias para controlar los flujos informativos y, por esta vía, dirigir la opinión pública.

Desde 1934, cuando se instala el primer curso superior de periodismo en la Argentina, la cooperación norteamericana fue decisiva para la determinación de su estructura. A fin de cuentas, no era sensato ignorar la experiencia acumulada, durante más de 20 años, en instituciones pioneras como las escuelas de periodismo de Columbia y de Missouri.

Esa cooperación se intensificó a partir del fin de la segunda guerra mundial, cuando las Américas dan los primeros pasos para la integración económica del continente. Una escuela paradigmática como la de la Universidad Central de Venezuela contaba, ya en 1946, con asesoría norteamericana.

Pero fue sin duda después de la creación de CIESPAL en 1959, cuando ese flujo adquirió su curso natural, minimizando las mediaciones gubernamentales y privilegiando el intercambio entre universidades, fundaciones, institutos de investigación.

Sus embajadores fueron los científicos como Wayne Danielson, que dieron cursos y orientaron investigaciones en el centro internacional instalado por la UNESCO y por la OEA, en Quito. Ellos aportaron contribuciones relevantes para sedimentar las bases de aquel movimiento que posteriormente asumiría fisonomía propia, o sea, la Escuela Latinoamericana de Comunicación.

Mezclando los paradigmas norteamericanos a los postulados europeos y adaptándolos a las condiciones peculiares de nuestras sociedades y a nuestras culturas fue posible superar las dicotomías entre metodologías cuantitativas y cualitativas, entre investigación crítica e investigación administrativa.

Construimos una vía latinoamericana para estudiar e interpretar los procesos comunicacionales, anticipándonos tal vez a la superación de los tabúes impuestos por la guerra fría y por las barreras creadas entre las humanidades y las ciencias sociales.

1.2 Medios de Comunicación

1.2.1 En América Latina

Es desde sus inicios, que el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación; desde primitivos métodos como la escritura jeroglífica, hasta llegar a la invención del alfabeto y del papel, para luego dar paso a la imprenta, y más tarde a la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión y el internet. Siendo todos estos instrumentos, un progreso en las diferentes formas de comunicación de los seres humanos, pues gracias a los procesos tecnológicos la gran mayoría, han sido posibles, lo que ha dado paso a la evolución y desarrollo de la humanidad.

Los medios de comunicación, constituyen la forma más rápida y eficaz de difundir un mensaje, que en la mayoría de veces se convierten en un vehículo de manipulación social, mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad, distribuyen la información a base de intereses particulares. Del otro lado, hay quienes también definen a los medios de comunicación como un reflejo real de la sociedad, donde es posible manifestar lo positivo o negativo de una situación, noticia, o escenario determinado.

En definitiva los medios de comunicación a más de ser una herramienta fundamental, son un mecanismo de predominio, que en su mayoría han sido utilizados en beneficio de los diferentes poderes de la sociedad, y mas no en beneficio de la democracia en sí, ya que las ideas y mensajes que se difunden, se aíslan de la construcción de nuevos y mejores escenarios, se alejan más aún de la participación ciudadana y de lo que ésta llega a constituir.

En conclusión, los medios de comunicación forman un sistema de trasmisión y difusión de información, mensajes, donde el proceso comunicativo debe direccionar dicho sistema, para que de esta forma, sean llamados medios de comunicación y más no solo medios de información.

Ahora, dentro de todo este sistema de poder (medios de comunicación) se presenta un proceso que es aun más complejo de determinar, pues la producción, distribución y consumo, constituyen un conjunto de elementos que son difundidos por los diferentes medio de comunicación, que transforman a la sociedad, creando nuevos modelos de sociedad y reconstruyendo los ya existentes. Son entonces, las llamadas *Industrias culturales*, que en otras palabras son el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento. Que desde la evolución del ser humano y la tecnología, se han introducido progresivamente dentro de la sociedad, obteniendo como resultado diferentes formas y estilos de vida.

Es así como estos procesos han evolucionando dentro de la sociedad, tomando como modelo a las grandes potencias, para luego ir difundiéndose por los diferentes rincones del planeta.

Al hablar de América latina, tomando en cuenta la intervención de los diferentes sistemas de tecnología y evolución, podemos determinar que todas estas industrias y en especial los medios de comunicación, han tomado cierto poder o quizás gran poder dentro de la sociedad en la que evolucionan. Estos fenómenos de sistemas y procesos, no son recientes en la sociedad, pues en mínima o en máxima medida se han presentado dejando como resultados modelos a seguir.

En América latina, la democratización de los medios ha permitido una intercomunicación de regiones, es decir que por medio de la misma, se intenta relacionar el sistema industrial de los medios de comunicación, para que de esta forma se pueda caracterizar un tipo de identificación latinoamericana que genere influencia dentro y fuera de esta sociedad.

Desde sus inicios los medios de comunicación en Latinoamérica, han tomado un papel contrario al que como elemento influyente en la sociedad debieron tomar, pues la mayoría han sido creados con fines e intereses privados y aislados entre sí. Varios de ellos dirigidos por las grandes potencias que con diferentes contextos y en diferentes ocasiones, tratan de desequilibrar a la sociedad, vendiendo, cambiando e instituyendo ideologías, lo que permite que las ideologías propias de los individuos se aturdan, eliminando, mezclando tradiciones y culturas propias de su pueblo y de su gente.

Son pocos, los medios de comunicación que se direccionan no por intereses económicos ni políticos, sino que son creados en función social, para que por medio de ellos la sociedad se dé a conocer y sea escuchada, y sobre todo para que la comunicación deje de ser lineal, estos son los medios de comunicación alternativos, que en varias ocasiones han sido ignorados. Un medio de comunicación alternativo, es un emisor de información independiente, caracterizado por no formar parte de una empresa de comunicación. Compuesto por periodistas que trabajan de forma independiente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas. En ocasiones su información puede no ser verificable, por lo que credibilidad.

Sin embargo los medios masivos de comunicación han mantenido su hegemonía y poder, constituyéndose como canales de información que a pesar de sus ideologías particulares, son vistos como únicos medios de veracidad y credibilidad, que por la sucesión de varios hechos, hoy en día ya no mantienen la misma autenticidad que anteriormente los colocaba en primer lugar, no la gran mayoría, pero si un cierto porcentaje, que de una u otra forma generaliza los medios de comunicación.

Diferentes sucesos ponen en práctica la teoría, en la que se dice que los grandes poderes, toman el control de los medios de comunicación, por ende de la información y la manejan según sus intereses. En Latinoamérica, para nombrar los más notables; en Cuba y Venezuela existe la dominación del poder político hacia la comunicación, en México domina el poder económico, pues desde siempre el grupo Salinas toma las riendas de *TV Azteca*, que es puerta abierta para difundir y expandir sus diferentes intereses, mas noblemente el económico.

Dentro de nuestro entorno Ecuatoriano, nos encontramos con varios grupos de poder que manejan algunos medios masivos de comunicación, como es en el caso del canal Telemazonas donde el grupo Egas, Novoa, entre otros tienen el control de la información y la distribuyen a través de las diferentes ventanas abiertas que poseen, y son diferentes, ya que no solo operan en medios de comunicación que ya son un gran poder, si no que en empresas e industrias de mayor reconocimiento, que también se logra constituir como otro poder ante la sociedad.

Alberto Borea Odria, en su libro “Partido y clase política en América Latina”, dedica un capítulo al análisis de los partidos políticos y medios de comunicación. Argumenta que;

El poder político tiene como instrumentos a los medios de comunicación, para poder ejercer su hegemonía como a bien lo necesitase, pero que estos medios dejan de llamarse medios de comunicación para llamarse medios de información puesto que al convertirse en herramientas de los diferentes poderes, dejan a un lado la función social para atraer a la función de interés, colocando en crisis a la democracia representativa, que *Borea* la define como *una democracia que tiene que ser vista, como en efecto lo es, como un bien en si misma a partir de la cual pueden propenderse otros desarrollos, pero no como un sistema de gobierno como cualquier otro y por lo tanto perfectamente intercambiable cuando no da solución inmediata a los problemas que en la administración estatal se plantean.*¹

Entonces si la democracia es un valor fundamental, o un proceso elemental que determina la participación de la sociedad, los medios masivos de comunicación más que medios deben convertirse en un transporte de la misma y al mismo tiempo una ventana abierta para que esta democracia sea sentada como su nombre lo indica, dando paso al proceso de comunicación, mediante el cual la sociedad se da a conocer.

No es visible únicamente el mal funcionamiento de los medios, sino también las consecuencias que se han generado al introducirlos en la sociedad, ya que su injerencia en la sociedad ha permitido que el conocimiento y la participación se conviertan en elementos fundamentales para el proceso de evolución del ser humano.

¹ Borea Ordía Alberto, IIDH, Ed. PEITHO, Impr. Mundo Grafico, San Jose Costa Rica, 1995. Pag. 603

Así también Alberto Borea manifiesta que *la masificación de la prensa a través de la radio y la televisión, ha permitido que personas que antes no tenían la menor idea de cómo funcionaban las instancias de poder y de qué manera se tomaban las decisiones, o quiénes eran los que influían en las leyes o resoluciones que se daban o en el dinero que se asignaba a cada comunidad, hoy tengan una noción de ello con lo que la democracia cambia el ritmo en el proceso de demandas.*²

El problema recae en que de la actividad positiva de estos medios y el poder que esta genere, ambiciona a sus apoderados y los direccionen a situaciones de manejo y control absoluto. Quizás en la antigüedad se presentaba con más funcionalismo esta actividad, hoy en día sigue siendo de la misma forma, pero se la hace de una forma más escondida, pero al igual que antes la información sigue siendo manipulada y escondida que en varias ocasiones es utilizada para distraer al pueblo para que no se dé cuenta de los intereses que a los otros les conviene, pues *los medios de comunicación social han dejado de ser poseídos por idealistas que querían poner en comunicación los hechos de la sociedad y de los seres humanos, y pasaron a ser empresas con la necesidad de generar recursos suficientes por lo menos para su auto sostenimiento, para terminar muchos de ellos en la actualidad en manos de grupos empresariales que utilizan como medios de presión para la marcha del resto de sus actividades.*³

Esta ideología de poder y manipulación de la información no es noticia nueva, pues desde siempre ha sido institucionalizada en el mapa mundial, primero en las grandes potencias, para luego distribuirse por los diferentes puntos mundiales, donde esta ideología es modelo a seguir. Este modelo ya no es un modelo de comunicación social, si no un estereotipo de prensa empresarial, instrumental y dependiente, que se ha expandido en toda América Latina. Pues hoy en día esta prensa tiene el control, no en su totalidad pero en mayor proporción del proceso de información, que es dado a conocer ya con diferentes aspectos convenientes. Cuando debería ser expuesta tal y como se presenta, ya que la principal fuente de información son sin duda los medios de comunicación social, en espacial la radio y la televisión, que son medios a los que atiende particularmente la persona.

² Ibid, Pág. 609

³ Ibid, Pág. 613

Dentro del proceso político de elecciones se puede evidenciar claramente la injerencia y poder que los medios manejan, pues cuando se presentan las elecciones electorales, los diferentes medios de comunicación más que medios de información, son empresas aliadas a los diferentes partidos que por medio de sus ventanas venden las ideologías de los mismos y se manejan de acuerdo a los poderes que cada uno dispone.

Jaime duran Barba realiza un estudio a fondo sobre la influencia que estos medios ejercen sobre la sociedad, y como sobrepasan los límites para conseguir los diferentes resultados. Los medios más influyentes en este caso son la televisión y la radio, los mismos que se han desarrollado a gran velocidad en los últimos años en América latina, lo que supuso una verdadera revolución en términos de campañas electorales, pues el mundo político cambio radicalmente desde la difusión masiva de la televisión. Dejando como resultado un ambiente político más involucrado en su tema y un ambiente social más liberal. Barba alude que *a finales del siglo Xx los latinoamericanos buscan líderes de carne y hueso que conduzcan sus países, no profetas sobrenaturales. En esta época los dirigentes políticos de algunos países como Collor de Melo, Menen, Fujimori, Duran Ballén, fueron más humanos y menos épicos, que los presidentes que los presidieron. Representan de alguna manera el triunfo de lo cotidiano sobre lo mítico, del sentido común sobre las utopías apocalípticas.*⁴

Hoy en día este proceso de, “más humanos y menos épicos” se puede evidenciar a partir de los últimos 4 años con la presidencia del Econ. Rafael Correa actual presidente del Ecuador, con Hugo Chávez presidente de Venezuela, Evo Morales presidente de Bolivia, Michelle Bachelete en Chile, entre otros, quienes en su gobierno tratan o han tratado de que la teoría se convierta en práctica siendo más humanos y menos épicos, obteniendo un verdadero desarrollo social.

En definitiva la historia latinoamericana muestra una profunda transformación de la sociedad en diversos aspectos, en este caso es el de la revolución de la comunicación y la transformación de los medios de comunicación.

⁴ Duran Barba Jaime, “El rol de los Medios de Comunicacion en el proceso de transicion y consolidacion democrática en America Latina”, Edit. Nueva Epoca, Colecc.Temas Contemporaneos, 2da Edic, ILP, Ecuador 1993, Pags. 32

Ahora la sociedad esta mas involucrada en el campo económico, político, social, creando una participación más activa. Mientras que los grandes grupos que mantenían todos los poderes, poco a poco se están aislando con menor poder del que en años anteriores gozaban en su totalidad.

Las Tics (Tecnologías de Información y Comunicación) han contribuido para el mejoramiento y desarrollo de los medios de comunicación tradicionales, lo que ha permitido de cierta forma el desarrollo de los mismos, y así elevar el nivel de transmisión de mensajes y la comunicación de información.

El reto que ahora se presenta, a través de los procesos de desarrollo social, tecnología e industrias culturales, es del consolidar a una región del mundo que comparte el habla, tradiciones y culturas iguales o similares, y de esta forma aparecer en el espacio mundial, como una región en desarrollo a gran escala y forme parte de los diferentes escenarios mundiales.

Pues con la diversidad cultural e intelectual que posee América latina, se podría combinar intereses políticos, económicos y sociales, logrando así el progreso y democratización de los medios de comunicación, dejando en retroceso la idea de que los medios solo nos convierten en una sociedad mediatizada sin poder de decisión y razonamiento.

1.2.2 En Ecuador

En general a la comunicación se la ha entendido como un derecho del ser humano a informar, ser informadas y a ejercer la libre expresión del pensamiento.

En Ecuador, como en el resto de América latina, el proceso de comunicación ha sido des conceptualizado, pues se lo toma como un proceso de traspaso de información y mas no como un proceso de interacción, donde exista actores e instituciones que tengan relación entre ellos y que les permita obtener formas que conlleven a la originalidad, apropiación e interiorización de ciertas prácticas y conductas que definen como tal a los distintos actores sociales. Quizás los medios de comunicación son el elemento fundamental para que dicho proceso funcione como tal, puesto que los medios de comunicación constituyen de cierta forma la imagen y la voz de la realidad social, por ende las personas lo toman a estos como difusores de la realidad, que ese es el papel que deberían cumplir.

Los medios de comunicación desde siempre han sido creados y manejados por grupos de poderes que quieren dar a conocer sus ideologías y al mismo tiempo difundirlas en el espacio en el que se desenvuelven, siempre con un doble discurso, ya que sestran ante la sociedad como sistemas de información y comunicación veraces, mientras que detrás del telón se encuentran trabajando en función de poderes político y económicos en su gran mayoría.

Es verdad que a diario los medios de comunicación difunden una gran parte de la multiplicidad de prácticas, experiencias y expresiones masivas de la sociedad, queriendo de esta manera reafirmarse como instituciones paradigmáticas. Pero hay que tomar en cuenta que no siempre o quizás casi nunca esta multiplicidad social es mostrada desde su verdadero contexto, si no es dada a conocer de acuerdo a los impactos que cada poder hegemónico disfrazado de medio de comunicación quiere causar en la sociedad. Posiblemente ahora este proceso disfrazado este reducido, pero no desaparecido por completo.

Desde siempre los medios de comunicación en nuestro país han constituido un poder más dentro de la sociedad, pues han manejado la información de acuerdo a intereses particulares. Un claro ejemplo del abuso de este poder, se puede evidenciar, al investigar a quien pertenecen los medios de comunicación más sobresaliente; el canal Teleamazonas pertenece a uno de los grupos más pudientes del país, al grupo Egas, que constituyen una cadena entre medios de comunicación (radio, televisión, prensa escrita) y entre otro tipo de poder como es la banca nacional, y no solo esta si no también se encadena al sistema comercial. El grupo Novoa que directa o indirectamente también forma parte de este poder, y para nombrar otro caso es de GamaTV (anteriormente conocido como Gamavisión) y TC-Televisión que pertenecieron al grupo financiero nacional de Ecuador, y en prensa escrita diario El Comercio que directa o indirectamente se une a estas cadenas.

Entonces como negar que los medios de comunicación no están dirigidos por poderes económicos y políticos, que lo que buscan es insertar sus ideologías y crear impactos en la sociedad que les de cómo resultado el ser y hacer aislado, para sumergirse como poder y sacar provecho el mismo.

los medios de comunicación en la actualidad ecuatoriana se han constituido en herramientas de distorsión sistemática de la información, orientadas a la manipulación de la gente y a su instrumentalización para servir a los intereses de auto conservación de las clases dominantes y de los grupos de poder, y por tanto podemos criticar a los medios masivos de comunicación existentes en nuestro país, pues la instrumentalización de la razón producida en la época iluminista llevada al campo de la comunicación de masas conduce a la instrumentalización masiva, que perpetúa el mundo capitalista-patriarcal, que es un mundo deshumanizante y deshumanizado.

También podemos decir que al ser la “comunicación masiva” una herramienta al servicio del dominio pierde el potencial comunicativo que los medios de comunicación pueden tener y que obviamente por las razones expuestas no tienen o disimulan muy bien.

Sin embargo, debemos resaltar que los medios de comunicación si pueden ser herramientas comunicativas pero para esto tienen que hacer explícitos sus intereses y sus posiciones, dejando de esta manera abierta la posibilidad de que la gente pueda o no consensuar con las posturas con las que realmente comparte interés, y potenciando de esta forma la criticidad a la información, que construya nuevas formas de comunicación.

Es desde hace pocos años atrás que se vive un momento de reconfiguraciones potencialmente revolucionarias, aun que el modelo sistémico estructural funcionalista continúa hegemónico, hay un avance del sistema crítico innovador. El actual proceso de recomposición institucional que atraviesa el Ecuador se muestra desde un nuevo contexto social, pues se ha logrado el debate público, las acciones y omisiones de diferentes actores han llegado a la participación política, dando a conocer la opinión pública.

Es el nuevo sistema de gobierno que esta revolución se presenta, pues en algunos casos se ha roto la cadena que encerraba al poder de los medios de comunicación y se ha bajado el telón de los mismos para darlos a conocer tal y cual fueron creados y cuál es el papel que hoy en día cumplen. Es entonces donde la opinión pública no es segregada ni mucho menos distorsionada, pues con los ya existentes medios alternativos y los creados recientemente se está reestructurando el sistema social que no tenía ni derecha ni izquierda.

Aquí se presenta una confrontación, puesto que la ideología estatista se direcciona a favor de la sociedad aislada, callada y muchas veces eliminada, mientras que el nuevo poder (medios de comunicación masivos) se siente agredido por estas formas de gobernabilidad, que atrae a la justicia, eliminando ilegalidades, infamias que los grandes grupos financieros dueños de medios de comunicación ejercían para beneficio propio a costa del sacrificio y la injusticia social. Buscan por todos los caminos eliminar este sistema de gobierno pues no les empobrece, solo que está devolviendo a esa sociedad aislada, callada y maltratada lo que era de ella y que poco a poco estos poderes fueron arrebatándola.

Ahora existe más medios alternativos con apoyo estatal, medios públicos que son una ventana de la realidad social, y medios privados que antes se disfrazaban de corderos mientras que actuaban como lobos, que con la revolución ciudadana han sido modificados para llamarse verdaderamente medios de comunicación, mas no medios de información.

1.3 Medios de Comunicación en Internet

Internet no es (primariamente) un nuevo 'medio de comunicación', sino un nuevo 'canal' a través del cual puede transitar el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes. En un primer momento -en el que aún estamos-, por tanto, con Internet los 'medios de comunicación' tradicionales (fundamentalmente: prensa escrita, radio y televisión) no encuentran la competencia de un 'nuevo medio', sino que se les abre la posibilidad de disponer de un 'nuevo canal' para la difusión de las informaciones que cada uno de ellos producen en el lenguaje que les es propio; un canal secundario (como otros que ya existen: así, el CD-ROM para la prensa escrita, o el Video doméstico para la TV). La prensa electrónica es prensa y la radio en línea es radio, aunque sobre un soporte y a través de un canal de distribución distintos...

Sin embargo, este 'nuevo canal' tiene algunas peculiaridades extraordinarias, que mencionamos a continuación, aunque volveremos a ellas con mayor amplitud más adelante:

- La primera de ellas, que -a diferencia de cualquier otro de los existentes- es un canal **universal**, es decir, un canal que soporta sin dificultad el tráfico de todos los medios de comunicación (es decir, es un canal multimedia).
- La segunda, que -también a diferencia de cualquier otro- es un canal **omnifuncional**, capaz de desempeñar funciones 'conectoras' (comunicaciones de uno a uno), funciones

'distribuidoras' (de uno a muchos) y funciones 'colectoras' (de muchos a uno); ello supone, entre otras cosas, que es un canal **personalizable**.

- La tercera, que es un canal **bidireccional**, y, por consiguiente, interactivo; no sólo que admite la interactividad, sino que en su funcionamiento, la facilita e, incluso, en cierto grado, la exige.
- La cuarta, que es un canal de alcance prácticamente **ilimitado**, cuyo ámbito es mundial.

Por sus características, el nuevo canal presenta grandes ventajas y algunos inconvenientes respecto a los canales tradicionales propios de cada uno de los medios (el soporte papel, la emisión de ondas de radio). Las ventajas hacen posible un desarrollo de esos medios impensable con las limitaciones de los canales tradicionales; los inconvenientes pueden, en parte, ser mitigados o anulados por mejoras en la tecnología del canal, que deberán producirse durante los próximos años.

Como luego veremos, muchos de los 'inconvenientes' de la difusión de los medios de comunicación a través del canal Internet, en comparación con su difusión por sus canales tradicionales, no son tales en la perspectiva de la evolución de esos medios; son 'inconvenientes' si se contemplan considerando esos medios 'congelados' en su estado actual. Es así porque son las características (entre ellas, las limitaciones) propias del canal tradicional, en su grado de desarrollo actual, las que han configurado los rasgos típicos del medio, tal como existe actualmente. Pero se olvida que esos 'rasgos típicos' que caracterizan actualmente a cada medio de comunicación han ido cambiando a lo largo de su historia, correlativamente a cambios en las características técnicas (posibilidades y limitaciones) del canal a través del cual se transmitían (es decir, por ejemplo, en el caso de la prensa, de las posibilidades y limitaciones de los medios para la transmisión de las noticias, de la tecnología de las artes gráficas, etc.).

(Esta última consideración conduce a pensar en la trascendencia que tendrán en el futuro para los medios de comunicación tradicionales los efectos de este 'feed back' del canal sobre el medio, al desarrollar dichos medios el uso de Internet como canal)

Una primera cuestión que podría plantearse es en qué medida, al usar Internet como canal secundario, los medios tradicionales se hacen la competencia a sí mismos. La respuesta es rotundamente negativa, pero no entramos aquí en ella, porque no es la cuestión correcta. La

cuestión es cómo van a cambiar esos medios y cómo se van a articular con un desarrollo de sus servicios en Internet.

Antes de examinar el modo como cada medio está haciendo uso de Internet y las posibilidades de desarrollo que para cada uno se abren, consideraremos más detenidamente tres de las cuatro características fundamentales de este 'canal', mencionadas anteriormente.

Una primera característica de Internet, de gran trascendencia, no siempre bien comprendida, radica en el hecho de que la comunicación en Internet, aunque es masiva -en el sentido de que puede llegar y llega a muchos- es siempre comunicación de uno a uno: de un emisor a un receptor en un acto singular de comunicación en el que se transmite un mensaje. En cada comunicación el emisor (que en Internet es un 'servidor de información') intercambia información (es decir, envía y/o recibe un mensaje determinado) con un único receptor. El equívoco radica en que con frecuencia tiende a imaginarse al servidor de información como un 'emisor' de prensa, radio o televisión, que difunde en cada uno de sus actos de comunicación un mensaje dado a una audiencia masiva... Pero las cosas en Internet no son así, sino que son más bien como si en la prensa se escribiese un periódico para cada lector que lo solicitase o en la radio se enviase por teléfono a cada oyente un programa según su demanda. En realidad, el servidor de Internet es capaz que 'atender' a muchos usuarios a la vez, pero se entiende con cada uno de ellos independientemente; no hay ninguna dificultad en que envíe a cada uno de los usuarios mensajes distintos, siempre que los tenga almacenados en su memoria (por ejemplo, una página web distinta para cada uno, o páginas web con variantes específicas en cada caso). En este aspecto, nada que ver, por tanto, con la radio o la televisión. (Hay que añadir que nada se opone a que el servidor envíe exactamente el mismo mensaje a todos los usuarios que conectan con él, y eso es lo que hace la mayoría de veces en ese caso, como sucede con la prensa, cada usuario, cuando conectase con el servidor, recibiría un mensaje idéntico al que en otros momentos habían recibido otros usuarios. Incluso podría enviar, como la radio o la televisión, en cada momento, un mensaje que recibirían simultáneamente todos los que estuvieran conectados con él y que no fuera recuperable en un momento posterior; pero esto, para Internet, significa auto limitarse y desaprovechar sus capacidades.)

Una segunda característica de Internet se encuentra en la posición activa del 'receptor' o 'usuario' o 'consumidor' de los servicios que se ofrecen en Internet. En el comportamiento típico de Internet el usuario decide cada paso y está decidiendo en cada momento si continúa recibiendo una información y en qué condiciones y con qué características la recibe; no está reducido simplemente a la decisión inicial, de exposición al medio, y final, de interrumpir la recepción de información.

La tercera característica de Internet que hay que destacar es que constituye un canal de potencia y alcance prácticamente ilimitados. Por las características técnicas de este canal, Internet es un medio masivo, de alcance universal. Hay, desde luego, actualmente, limitaciones muy importantes, que sufren los usuarios de Internet, derivadas de la capacidad de las líneas, de la extensión de las redes y su ramificación local, de los costes de uso, etc. Pero son limitaciones técnicas y comerciales que el desarrollo tecnológico permite vencer con crecimientos exponenciales en el rendimiento de los recursos. Otras limitaciones más radicales al alcance real de Internet derivan de las condiciones económicas y culturales que excluyen del universo de su audiencia potencial a gran parte de la población mundial.

Pese a todo, Internet está actualmente al alcance de más de mil millones de personas, y dentro de cuatro o cinco años una población así podría acceder a sus servicios a condición únicamente de que se desarrollase la capacidad de las líneas troncales, por las que debe discurrir el tráfico inter-regional e internacional, en el grado previsto, lo cual es perfectamente posible con la tecnología y los recursos económicos de que se dispone actualmente. Esto es lo que queremos significar cuando decimos que Internet es un canal de alcance 'ilimitado'.

2. CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE CASO

2.1 Discurso del Economista Rafael Correa Delgado frente a los medios de comunicación

SOCIEDADES VULNERABLES: MEDIOS Y DEMOCRACIA EN AMÉRICA LATINA

*Conferencia Académica pronunciada por el Presidente Rafael Correa Delgado
en la Universidad de Columbia Nueva York, 23 de septiembre de 2011*

Resumen

- **Sociedades Vulnerables**

Gran parte de las decisiones que tomamos para nuestras familias, para nuestros negocios, lo que opinamos de supuestos hechos de la vida nacional e internacional, depende de lo que nos digan o callen, un puñado de medios de comunicación.

Aunque este es un problema planetario, en Latinoamérica, dado los monopolios de medios, su propiedad familiar, sus serias deficiencias éticas y profesionales, y su descarado involucramiento en política, el problema es mucho más serio.

En Ecuador, los medios de comunicación escritos, televisivos y radiales a nivel nacional son propiedad de media docena de familias. El mayor diario nacional, El Universo, pertenece a empresas fantasmas en Islas Caimán, un paraíso fiscal, donde no se va precisamente para pagar impuestos o transparentar finanzas. Cuando llegamos al gobierno en el 2007, cinco de los siete canales de televisión nacionales eran propiedad de banqueros.

Ustedes pueden imaginar lo que sucedía cuando se quería tomar alguna medida de regulación bancaria.

En general, la práctica común fue siempre crear un grupo económico y usar los medios, no para informar, sino para defender los intereses de ese grupo económico.

La falta de objetividad, descontextualización, sesgo en la información son, por decir lo menos, patéticos. Como soy un Presidente que enfrenta a cierta prensa, si a mí me muerde un perro... ¡al día siguiente esa prensa entrevista al perro!

Aquello de decir la verdad, solo la verdad y nada más que la verdad, para excluir cualquier posibilidad de engaño, ni siquiera lo entienden.

Lo que está en el centro del debate no es la libertad de expresión, la cual somos los primeros en defender, sino la contradicción ética y técnica de negocios privados con fines de lucro e intereses políticos y grupales, proveyendo un bien público indispensable para la sociedad: la información.

La prensa socavando el Estado de Derecho:

En el Estado de Derecho, el Ejecutivo lo dirige el Presidente; el Congreso, es el que legisla; las Cortes son las que juzgan. Esto significa, entre otras cosas, prohibir que la prensa se refiera con juicios de valor a procesos judiciales en marcha, peor aún cuando se encuentra involucrada en ellos, para no interferir en la necesaria independencia que deben tener los jueces. En un Estado de Derecho, la defensa debe hacerse en los tribunales, no en los titulares amarillistas de los periódicos, como vergonzosamente ocurre el día de hoy en países como Ecuador.

La Prensa como Cuarto Poder:

Otro punto para el debate: ¿Debe ser la prensa un contrapoder frente a los gobiernos, como ellos mismos frecuentemente se autodefinen? En ese caso, cabría preguntarse, ¿qué legitimidad puede tener en democracia un actor político, cuya única virtud ha sido tener dinero para comprarse una imprenta? Si les gusta tanto el equilibrio de poderes ¿cuál es el contrapoder del mayor poder fáctico de América Latina: la prensa? Si son un contrapoder ¿la elemental decencia no exigiría poner su línea política en forma explícita, para que el lector, televidente o radioescucha tenga muy claro que ese medio no está informando sino haciendo política? Sin embargo, el debate de fondo es si los medios de comunicación deben o no participar en política. Al definirse como contrapoder del poder político, lo están haciendo. Y lo peor de todo: sólo son contrapoder de ciertos poderes políticos, de otros, son descarados cómplices, pues al menos en América Latina, los medios de comunicación siempre han estado en contra de los gobiernos progresistas. Bastaría ver el rol de la prensa chilena en la caída de Salvador Allende y la dictadura pinochetista.

Es hasta cómico. Se definen como contrapoder, es decir, actores políticos, pero no toleran respuestas políticas. Si la prensa difama, desinforma, calumnia a nuestros gobiernos, es libertad de expresión. Si algún presidente osa contestarles, es atentado a la libertad de expresión. Es decir, algunos son más libres que otros.

¿Puede ser discrecional la información?

Otro elemento para el debate es preguntarnos si puede ser discrecional la información. Esto puede sonar trivial en la tradición periodística norteamericana, que asume como antiético este comportamiento, pero en América Latina, los medios de comunicación consideran que este es su derecho, que por ser negocios privados pueden decidir qué informar y qué no, lo cual es lo más cercano a la manipulación.

Despenalización de la injuria:

Entre otros puntos para el debate está algo muy en boga en Ecuador por el mencionado juicio que he interpuesto y ganado al mayor diario nacional: si debe penalizarse con cárcel la injuria y la calumnia. Éstos, son una clase de delitos de opinión, es decir, los delitos que se cometen al abusar del derecho a la libertad de expresión. Mientras que en Estados Unidos la injuria a nivel federal no está penalizada con cárcel, sí lo está, al menos “on the books”, en 17 Estados y dos territorios. Pero ¿por qué si robar un celular, un carro, una casa, significa prisión, el robarle la honra, la reputación a una persona, que es mucho más grave, no debe merecer prisión?

Como en la mayoría de los países latinoamericanos la injuria y la calumnia sí están penalizadas con cárcel, en los raros casos en que venciendo el mítico temor a la prensa se ha aplicado la ley en este sentido, muy hábilmente la prensa latinoamericana ha escandalizado y generado apoyos internacionales para que sus abusos no sean sancionados, como pasa en estos momentos en Ecuador.

- **Potenciales Soluciones**

Sobre las potenciales soluciones a los problemas planteados, debo reconocer que tengo muchas más preguntas que respuestas, y que algunas soluciones, como controles estatales, pueden ser más graves que el propio problema. Considero que el problema básico es la contradicción ética y técnica de negocios privados con fines de lucro e intereses políticos y grupales, proveyendo un bien público indispensable para la sociedad: la información.

De este problema central se deriva la necesidad de democratizar la propiedad de los medios de comunicación privados e independizarla del dominio de los poderes fácticos; generar mayor cantidad de medios fuera de la lógica de mercado, es decir, medios sin fines de lucro y medios públicos; y acción colectiva a través de adecuada regulación, que busque alinear a las empresas de comunicación con lógica de mercado con los objetivos sociales, esto es, con el derecho ciudadano a recibir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa y con responsabilidad ulterior, como ordena el Art. 18 de nuestra Constitución.

En América Latina, la práctica generalizada siempre fue, insisto, hacer un emporio económico y poner medios de comunicación no para informar, sino para defender los intereses del emporio. Por ejemplo en Ecuador, la familia Isaías poseía un grupo de más de 200 empresas, entre ellas el banco más grande del país, y poco a poco adquirieron también dos canales de televisión nacionales en señal abierta, un canal nacional por cable, el propio servicio de televisión por cable, tres radios regionales, y varias revistas.

Cabe indicar que el banco quebró fraudulentamente, por lo que los hermanos Isaías son fugitivos de la justicia ecuatoriana y se hallan refugiados en Miami, pese a los pedidos de extradición del gobierno ecuatoriano.

Nuestra nueva Constitución –aprobada en el 2008 luego de una Asamblea Constituyente con miembros elegidos por votación popular y ratificada en consulta popular con el 64% de los votos-, en otro supuesto “atentado a la libertad de expresión” prohíbe que los bancos tengan

acciones en medios de comunicación, algo que aquí en Estados Unidos está prohibido en virtud del Bank Holding Act desde 1956, pero que en Ecuador era poco menos que una blasfemia.

Por otro lado, para evitar esa contradicción de fondo de un “bien público” manejado por empresas privadas con fines de lucro, donde casi por definición el interés privado va a prevalecer sobre el interés social, es necesario diversificar las formas de propiedad de los medios de comunicación. Mientras que en países como los europeos la televisión nació pública, antes de nuestro gobierno, en Ecuador no existía ni prensa, ni radio ni televisión pública. Hoy existen las tres.

Finalmente, la información es un bien público, es decir, un bien económico que está disponible a todos y del cual el uso por una persona no impide el uso por otros.

Por eso la urgencia de contar con una nueva Ley de Comunicación, que desde su ámbito de influencia también ayuda a democratizar y desmonopolizar los medios de comunicación con la equitativa redistribución de frecuencias para radio y televisión entre el sector privado, el público y el comunitario, y que armonice la normativa con los derechos de la comunicación e información de última generación, como lo exige el siglo XXI, incorporados ya en el marco constitucional ecuatoriano por obra del actual gobierno.⁵

Análisis

Hace aproximadamente 4 años, nuestro país ha sido escenario de una batalla mediática cuyo fin es aún incierto, en la cual, los principales protagonistas han sido los medios de comunicación y el gobierno del actual presidente del Ecuador, Economista Rafael Correa, pues desde sus inicios, se ha desarrollado una relación de enfrentamiento y una lucha de poder entre estos dos actores.

La lucha de poder, que a lo largo de este periodo ha sido objeto principal de dicha batalla, tomó como tema de discusión a la “Libertad de Expresión, pues unos mencionan que está siendo violada, mientras que otros comentan, que muy pocos tienen acceso a ella. La llamada “Libertad de Expresión” está atravesando por un momento complejo, ya que hoy en día la libertad de comunicación no es más que decir lo que parece sin prueba alguna.

⁵Presidencia de la República del Ecuador. <http://www.presidencia.gob.ec/download/2011-09-23-mediosydemocracia.pdf> Acceso. 23 de septiembre del 2011

Cuando el Economista Rafael Correa tomó posesión de su cargo como presidente de la Republica del Ecuador, elegido en forma masiva por los ecuatorianos. Al ser el nuevo mandatario de izquierda y auto denominarse como Revolución Ciudadana y de izquierda, creó controversia y disputa, pues el nuevo presidente era y es ajeno al poder de la derecha y a todo lo que esta encierra en su conjunto económico, político y “social”, ya que su discurso se basó en la revolución ciudadana en todo sentido: consistía en realizar un cambio total en el poder ejecutivo, legislativo y judicial, pero más aun en el aspecto social, no solo por el ofrecimiento de velar por los que menos tienen, sino también por hacer respetar y ejercer la igualdad de derechos, sin distinción alguna de clases sociales, religión o raza, pero más aún porque fue un hombre que no nació en cuna de oro, de lo contrario fue una persona que paso y vivió lo que la mayoría de las familias ecuatorianas de clase media y baja atraviesan a lo largo de su existencia. Y fue lo que en aquel entonces motivo más al pueblo ecuatoriano a apoyarlo y lo que disgustó a la derecha.

Desde entonces el enfrentamiento entre el nuevo mandatario y los grandes medios de comunicación televisiva, escrita y de radio, empezó. No solo por ideas contrarias y desacuerdos políticos, sino porque desde sus inicios el gobierno ha generado un discurso que señala los vínculos históricos que los grandes medios de comunicación y de cierta manera los famosos periodistas que trabajan en ellos han mantenido con grupos de poder, especialmente con los grupos financieros. Señala que, por el poder que estos mantienen han manipulado y distorsionado la información pública, y en variadas ocasiones, quizás mayores, han posibilitado el desarrollo de procesos de desinformación para beneficiar intereses privados de los grupos que están tras los medios de comunicación y que al mismo tiempo son propietarios de los mismos.

Por esta razón se hace una denuncia pública sobre la función que ejercen determinados periodistas y medios de comunicación al haber difundido información distorsionada o a su vez falsa, que en varias ocasiones o en casi todas no fueron sancionadas por cometer infracciones, ultrajando la información en nombre de la dichosa libertad de expresión y los diferentes elementos que se relacionan con la comunicación.

Bajo este contexto, el Art. 312 de la Constitución del 2008, dispone:

Las entidades o grupos financieros no podrán poseer participaciones permanentes, totales o parciales, en empresas ajenas a la actividad financiera. Se prohíbe la participación en el control el capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

Cada entidad integrante del sistema financiero nacional tendrá una defensora o defensor del cliente, que será independiente de la institución y designado de acuerdo con la ley.⁶

Ante esta denuncia, y ante ley de comunicación en discusión, algunos representantes de los grandes medios de comunicación, respondieron, acusando al gobierno de atentar deliberada y en forma permanente con el derecho a la libertad de expresión, aun que no negaron tener vínculo o relacionarse directamente con los grupos financieros. Admitieron haber actuado en muy pocas ocasiones sin imparcialidad, pero también mencionaron que más que una denuncia de parte del gobierno, este descuerdo con los medios se ha convertido en una satanización generalizada e injusta contra los grandes medios y sus periodistas, ya sea por mantener el dominio del poder, o por favorecer el objetivo que según ellos, el gobierno estableció en el proyecto de la revolución ciudadana. Uno de los temas establecidos en el plan de la revolución ciudadana y quizás el más criticado, es el desarrollo de los enlaces nacionales que el presidente en curso, da a conocer todos los sábados, pues lo opuestos, lo anuncian como campaña permanente y propaganda política, que en su mayoría de veces se utiliza un vocabulario grotesco y basado en insultos.

Luego de diferentes reacciones ante este tema de disputa, el primer mandatario respondió que la revolución ciudadana no tiene como fin afectar la libertad de expresión u otros derechos relacionados directamente con la misma, si no que uno de sus fines es promover actitudes ciudadanas basadas en el conocimiento, interiorización y exigibilidad de los derechos establecidos en la constitución.

⁶ Constitución de la Republica del Ecuador 2008. Art. 312

En este escenario se originó el enfrentamiento entre estos dos poderes, y que aun se desarrolla conforme se va suscitando acciones y reacciones de las dos partes.

A raíz de la aparecida revolución ciudadana con su máximo líder Economista Rafael Correa (actual presidente de Ecuador) se ha evidenciado determinadas actividades políticas, económicas y sociales, que quizás no eran conocidas por la mayoría del pueblo ecuatoriano, que se desarrollaban y se mostraban bajo un contexto donde se aparecían como justas y normales, cuando en realidad no eran así, de lo contrario dichas actividades eran ejecutadas bajo interés y beneficios privados, a costa de cualquier acontecimiento.

Así pues se dio a conocer que los grandes medios de comunicación fueron creados, y desarrollados por diferentes grupos hegemónicos, quienes tenían el poder económico y político del país. Como ejemplo un breve listado de los más grandes grupos de poder y sus empresas comunicacionales.

Grupo	Vinculación
Grupo Pichincha- Egas	Banco del Pichincha, Diners Club, las revistas Gestión y Soho y Teleamazonas, este canal recientemente cambió la figura de sus acciones y Radio Colón.
Grupo Eljuri	Banco del Austro y ETV Telerama.
Grupo Quirola Canessa	Banco de Machala y los medios de la cadena Caravana, que tiene una señal de TV.

<i>Sin vinculación evidente con la banca pero con una fuerte concentración mediática figuran los grupos</i>	
Grupo	Vinculación
Grupo Alvarado- Roca	Propietario de Ecuavisa, Revista Vistazo
Grupo Tauro –Vivanco	Propietario de: Diario La Hora, SatNet, TV Cable, Revista Vanguardia y cadena de radios Planeta.

Periódicos más tradicionales del país	
Grupo	Vinculación
Grupo Pérez	Diario el Universo, Revista Sambo, Radio City, Diario Súper, Socio del grupo Alvarado - Roca en el sistema de televisión paga Univisa fusión del Universo y Ecuavisa, Empresa naviera Galápagos. Canodros, Unipartes.
Grupo Mantilla – Ortega	El Comercio, Diario Ultimas Noticias, Radio Quito, Ecuador Radio, Radio Platinum, Access Internet, Cofiec, Mega Datos, Ediecuatorial, Metropolitana de Seguros y Consorcio del Pichincha.

Forman parte del listado de los medios más poderosos del país. Muchos de estos grupos poseen acciones o empresas fuera del país.

Sobre este contexto el presidente Rafael Correa denuncia la hegemonía del poder y el monopolio de las diferentes empresas comunicacionales, manifestando que los medios de comunicación escritos, televisivos y radiales a nivel nacional, son propiedad de media docena de familias pudientes la mayoría pertenecientes a grupos bancarios, quienes eran actores directos en la toma de decisiones y medidas de regulación bancaria, desarrollando como práctica común, una actividad económica, y usando los medios no para informar si no para defender los intereses de estos grupos y actividades privadas. Permitiendo así que determinados medios de comunicación usen la información de acuerdo a sus intereses, en otras ocasiones, injuriando, la honra de las personas, tergiversando el sentido del proceso de comunicación. Sin recibir sanción alguna por la falta de ética y por el daño causado a los receptores directos o indirectos. Mientras que en otros países la mentira a nivel periodístico es condenada a la eliminación de su función.

Este problema de la mentira ha permitido que exista subdesarrollo, en nuestro país y en diferentes lugares del mundo, ya que se miente a diario en nombre de cualquier interés y en este caso, se miente en la prensa en nombre de la libertad de expresión. Es decir se utiliza la mentira en diferentes aspectos, en nombre actividades sociales políticas y religiosas supuestamente en beneficio positivo, se disfraza a la mentira con la supuesta libertad de opinión y se hace y se dice lo que bien pudiere según beneficios específicos.

La mentira y la distorsión de la información son los aspectos que se desarrollan en el proceso comunicativo dentro de los grandes medios de comunicación, y es lo nada tolerante y lo más criticado por el presidente ecuatoriano, *pues en uno de sus discursos señala, “No somos intolerantes con la prensa, somos intolerantes con la mentira”; y en América Latina la prensa miente amparándose en la libertad de expresión”*.⁷

Es claro que no existe un desacuerdo entre el presidente y los medios de comunicación, es mas existe la defensa de la libertad de expresión, al contrario, lo que pone en confrontación es la mentira, la falsedad, los negocios privados corruptos comunicacionales que manejan el discurso de comunicación e información bajo la supuesta lucha de libertad de expresión, que lo que más buscan es lucrar con el Vale mencionar un citado del escritor *Eduardo Galeano “Que tengan libertad de expresión para publicar que no hay libertad de expresión”* pues la libertad de expresión esta para ciertas ocasiones y para ciertos actores políticos, sociales económicos en determinados momentos y espacios.

Al contrario los grandes grupos de poder denunciaron que, cuestionar a sus negocios dedicados a la banca y a la comunicación es atentar contra la libertad de expresión. Llamándose entonces libertad de empresa y más no libertad de prensa. Ya que estaban acostumbrados a decidir qué, cómo y cuándo informar.

La disputa no es por libertad de expresión, si no por la ética y el proceso que ciertos grupos utilizan para manifestarla, muchas de las veces con fines políticos y económicos privados, mediándose de bienes públicos y obteniendo resultados en beneficio de bien particular.

⁷ Presidencia de la República del Ecuador. <http://www.presidencia.gob.ec/download/2011-09-23-mediosydemocracia.pdf> Acceso. 23 de septiembre del 2011

Aquí y en todo proceso, sea comunicacional, social, político, económico, religioso, etc., la información es la base principal para el desarrollo de un proceso, no puede estar en tela de duda y mucho menos puede transformarse, pues de esta dependerá el resultado propuesto. Que de cierta forma influirá directa o indirectamente en los receptores de dicho proceso.

En medio de este debate entre información y libertad de expresión se presenta un ejercicio social fundamental como es la opinión pública, que está siendo manipulada por las diferentes empresas dedicadas a la comunicación. Y es cuando el uso del poder informativo es mediador para la expresión de los diferentes actores políticos con intereses de por medio. Son estas y varias razones más, por las que el primer mandatario de cierta forma crea su conflicto, al no permitir que ciertos abusos sigan ejerciendo su objetivo, sin ser sancionados por la ley, mas no es una lucha de ganar el dominio del poder, como se da a conocer en los diferentes medios comunicativos. Pues desde siempre la prensa ha tenido bajo su dominio el poder en diferentes y quizás más importantes sistemas, ahora se plantea o intenta reemplazar un estado de derecho por un estado de opinión. Más claro y según lo menciona el analista político *Juan Manuel López Caballero*;

*“el Estado de Derecho surgió como reacción contra lo que sería el Estado de Opinión, o más exactamente el Gobierno de Opinión, entendido éste como aquel en el cual la voluntad de las mayorías es omnipotente. El Estado de Derecho reemplazó los sistemas bajo los cuales quien ejercía el poder, fuera a nombre de Dios o a nombre de las Mayorías, tenía la discrecionalidad absoluta para tomar cualquier decisión. La característica principal de cualquier Estado de Derecho es que el Estado mismo y, en consecuencia, quienes lo representan, están sometidos a unas reglas que garantizan a quienes no ejercen el poder que este en ningún caso podrá ser usado arbitrariamente”.*⁸

Ahora la querrela ya no sería entre la libertad de expresión y la información, si no cambiarían los papeles y sería Estado de Opinión enfrentándose al estado de derecho, donde se sustituiría la democracia por la medio-cracia, pues se colocaría en segundo plano la participación del pueblo

⁸ Dinero.com. <http://www.dinero.com/columnistas/edicion-impres/articulo/del-estado-derecho-estado-opinion/79571> Acceso. 26 de junio del 2009

y su mandante, para entrar en primer plano lo que aprueben o desapruében los medios de comunicación.

Siendo de esta manera la prensa se convierte en cuarto poder, convirtiéndose en un contrapoder frente el gobierno, deteriorando el nombre de democracia, ya que se la usa para la participación de actores políticos con ideologías diferentes ideologías muchas de las veces capitalistas, que han tenido la suerte de poseer bienes económicos destinados a la establecer diferentes medios comunicativos para en ocasiones informar pero en la mayoría de veces hacer política de acuerdo a sus tendencias e intereses privados que al mismo tiempo ejercen política pero no soportan actuaciones políticas contrarias a las suyas. Entonces de que libertad de expresión se habla y el papel que debería cumplir al ser parte del poder Ejecutivo y del poder de la prensa, pues el único fin que se ha evidenciado es el enfrentamiento y el ataque entre estos dos. La falta vendría a ser por parte de la prensa pues es la que no debería mezclar sus funciones comunicacionales con la política. Felix Ortega sociólogo español ante la presencia de la política en la prensa alude que;

“Los medios de comunicación al asumir un papel que le es ajeno, han tenido a socavar las bases mismas de la legitimidad política que requieren los gobiernos democráticos, a la vez que han afectado gravemente las propias pautas de convivencia y cohesión de la sociedad.”⁹

Si bien es cierto, los medios de comunicación realizan un proceso fundamental que permite que la información y el mensaje sean difundidos, también es cierto que por tener como objetivo comunicar, deben mantenerse al margen de de la función para la que fueron creados. los medios de comunicación deberían dejar el constante enfrentamiento con el Poder Ejecutivo, al contrario debería existir una relación de apoyo al desarrollo e igualdad de derechos para beneficio de la sociedad, Con esto no se manifiesta que sean limitados y reprimidos al momento de comunicar o informar, si no que cumplan con su función sin agresiones legales, sin falta de ética y honestidad, pero sobre sin afectar la honra del pueblo que da credibilidad a sus contenidos.

El elemento principal por el cual se presenta el enfrentamiento o la disputa entre estos poderes (Ejecutivo, Medios e Información) es por la autoridad que cada uno cree tener sin restricción alguna.

⁹ Ortega Félix, “La política mediatizada” Alianza Editorial Alianza. S.A.Madrid, 2011, Pg.202.

El primer mandatario, casi desde que inicio su labor gubernamental, mantiene una relación de oposición a la forma de ejercer actividades ilegales y comportamientos que violan la ley y los derechos. No está de acuerdo en que, por poseer las actividades más grandes y rentables del país, se pueda crear y usar empresas de comunicación con un contexto diferente por el que debieron o deberían ser creadas, pues en varias ocasiones, estas empresas han sido medios, para la desinformación, para hacer política, para la difamación, afectando la honra de las personas y de quienes los rodean.

La suspensión del canal Teleamazonas fue resultado de la difusión de desinformación, pues este en uno de sus noticieros transmitió una noticia tergiversada, lo que causo controversia y confusión en la ciudadanía. Entonces el primer mandatario dispone suspender el canal por 3 días, pues éste violó la constitución donde se menciona los derechos de las personas individual o colectiva. Este acontecimiento creo conmoción en la sociedad, unos apoyaban a la disposición mientras otros muy pocos, estaban en contra. El primer mandatario comento que esta disposición no fue tomada por desacuerdos personales, de lo contrario, fue tomada por haber atentado con los derechos de los ciudadanos, pues por ser llamados medios de comunicación no les da arbitrariedad para perjudicar en nombre de la libertad de expresión, la honra de las personas, mucho menos crear desorden social con la difusión de su información.

Por este y varios acontecimientos transcurridos a lo largo de la historia ecuatoriana y más aun a partir de los últimos 5 años, es que el primer mandatario mantiene una lucha constante con los medios de comunicación más tradicionales, por la ética, moral y técnica que usan al realizar sus actividades, comunicacionales como negocios privados con fines de lucro e interés políticos y grupales suministrando un bien público como es la información, conjunto organizado de procesos que constituyen un mensaje, esencial para la sociedad.

El presidente manifiesta que;

En el Ecuador, los medios de comunicación escritos, televisivos y radiales a nivel nacional son propiedad de media docena de familias.

Cuando llegamos al gobierno en el 2007, cinco de los siete canales de televisión nacionales eran propiedad de banqueros. Ustedes pueden imaginar lo que sucedía cuando se quería tomar alguna medida de regulación bancaria. En general, la práctica común fue siempre crear un grupo económico y usar los medios, no para informar, sino para defender los intereses de ese grupo económico.¹⁰

Es entonces que surge la necesidad de crear y ejecutar con mayor control y regularidad las leyes que sancionan el atropello y el la falta de respeto hacia la sociedad.

Bajo este gran problema, el presidente del Ecuador, propone que “Democratizar la propiedad de los medios de comunicación privados e independizarla del dominio de los poderes fácticos; generar mayor cantidad de medios fuera de la lógica del mercado, es decir medios sin fines de lucro y medios públicos”¹¹

Surge entonces la necesidad de instituir medios de comunicación con fines y objetivos sociales con regularización y control adecuado, que permita a la sociedad recibir información veraz y contextualizada con responsabilidad social y sobre todo hacer de la comunicación un proceso colectivo y no individual. Medios de comunicación que se encuentren al servicio de la ciudadanía, para que de esta forma se pueda dar a conocer la voz y voto de quien no ha podido expresar y ejercer sus ganas de construir algo nuevo y diferente, de quien está dispuesto a cambiar lo malo por lo bueno, dando como resultado otro tipo de comunicación, que contenga una información oportuna y limpia, enfocada en aspecto social de interés colectivo, que construya una sociedad más analítica y participativa, dejando a un lado el interés primario de los medios de comunicación como es el rating y el pautaaje publicitario. Apoyar a los medios de comunicación alternativos ya existentes, y crear nuevos medios televisivos, radiales e impresos que se encuentren al servicio de la sociedad, pero sobre todo que se apoyen en una base de ética y moral bien sentadas.

¹⁰ Conferencia Académica pronuncia por el Presidente Rafael Correa Delgado en la Universidad de Columbia. Nueva York, 23 de septiembre del 2011

¹¹ Ibid.

Si bien es cierto no ha sido un reto fácil, pero también es cierto que no es imposible, a pesar que desde el inicio, los medios públicos y alternativos han sido objeto de críticas, quizás sin razón, pero no han tenido trascendencia alguna, en muchas ocasiones han sido burla y desprecio de los medios privados con hegemonía de poder, que por ende han sido aislados. No es imposible porque la gente está dispuesta al cambio y a parar la corrupción que ha sido principal protagonista en los últimos tiempos en nuestra historia, pero más porque las leyes se están ejecutando oportunamente pero sobretodo los derechos humanos están siendo respetados, gracias al apoyo de grandes mentores que lideran nuestro país.

En conclusión, los elementos fundamentales que están en juego, y que hoy en día están muy de moda discutirlos son la información y la comunicación, que en nombre de la libertad, han sido y están siendo manejados bajo el predominio del poder, con objetivos de interés privado y conseguir resultados de beneficio individual más no colectivo.

La respuesta está en cada una de las personas que conformamos una sociedad, pues debemos luchar por nuestros derechos caminando por la vía de la justicia y la verdad para encontrar una verdadera libertad.

2.2 Discurso de los medios de comunicación frente al gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado.

Resulta comúnmente aceptado, hoy en día, que aquello que publican los medios de comunicación de Masas sobre los acontecimientos de actualidad se torna en la única realidad social que los ciudadanos pueden percibir, y lo no referido por ellos carece de percepción colectiva.

Por ello, el discurso de los medios de comunicación constituye el objeto de análisis al que habitualmente se recurre para conocer la imagen colectiva que las audiencias pueden compartir cuando cualquier actor social se hace presente en los acontecimientos de actualidad. Así, muchas organizaciones invierten grandes sumas de dinero contratando investigaciones que les permitan conocer cuál es el discurso que los medios de comunicación convierten en hegemónico a la hora

de describir sus imágenes identitarias y la actividad (económica, política, cultural, sanitaria, etc.) a la que se dedican. .

Esta práctica social de los medios, no sólo supone la creación de un discurso social que se torna hegemónico con agendas establecidas, sino sobre todo, es responsable de generar un acontecer mediático que adquiere una existencia autónoma y frente al cual los actores sociales terminan viéndose comprometidos. La práctica comunicativa de los medios de comunicación, por consiguiente, puede estar generando una “segunda realidad” superpuesta al acontecer que relatan y que legitiman con su discurso y que puede suplantar al universo originario de los hechos relatados: es la comunicación la que se torna en acontecimiento, es el discurso hegemónico el que se convierte en realidad social.

La disputa en contra de algunos medios de comunicación del presidente ecuatoriano Rafael Correa, constata el hecho de que las fronteras de disputa al neoliberalismo atraviesan varias dimensiones, al tiempo que abren la posibilidad de debatir y problematizar algo que hace años era parte del repertorio de la izquierda política, pero que con la llegada de la posmodernidad y el fin de los metarrelatos, vale decir, la preeminencia del liberalismo, perdió intensidad aunque no su importancia, se trata del papel de los medios de comunicación de masas, y el rol ideológico que cumplen en la modernidad y el capitalismo, como mecanismos legitimadores del poder.

Al igual que Chávez, Correa está abriendo y posicionando un campo de disputa y confrontación en uno de los territorios más complejos y vitales para el poder: aquel del control de la semiótica de los discursos y la simbólica del poder, que se enmascara en sus mecanismos de difusión: los medios de comunicación.

La disputa que Chávez y Correa este momento están llevando adelante contra los medios de comunicación en realidad, nada tienen que ver con las demandas de “libertad de expresión”, o de “libertad de prensa”, con las cuales el poder quiere mantener su control y hegemonía sobre la semiótica de los discursos, sino con la vigencia del modelo neoliberal, entendiendo a éste en su sentido más amplio y epistemológico, es decir, como un modelo hecho, de una parte, para alterar de manera profunda y radical las relaciones de poder en beneficio del capital financiero; y, de

otra, para clausurar de manera definitiva los horizontes emancipatorios y posicionar al liberalismo como única perspectiva de las posibilidades humanas.

En efecto, si el modelo neoliberal pudo consolidarse y lograr legitimidad social fue, precisamente, por el trabajo cotidiano y sistemático de los medios de comunicación que presentaron las estrategias del neoliberalismo como necesidades históricas. Fueron los medios de comunicación quienes abrieron el espacio social para que el discurso del ajuste y la estabilización del FMI y del Banco Mundial puedan ser procesados sin generar resistencias que pongan en peligro al sistema. Fueron los medios de comunicación los que cerraron todos los espacios para los voces disidentes y los que impidieron toda crítica al modelo neoliberal. El “Consenso” de Washington habría sido imposible sin la administración del disenso que hicieron los medios de comunicación.

Gracias a los medios de comunicación y a su control exclusivo o parcial de las semiosis políticas producidas al interior de una sociedad, conceptos como “estabilidad”, “responsabilidad fiscal”, “lucha contra la pobreza”, “lucha contra la corrupción”, “transparencia fiscal”, “governabilidad”, etc., se convirtieron en discursos movilizadores y legitimadores dentro del sistema.

Los medios de comunicación nunca han sido neutrales. Siempre han sido una de las *dimensiones más importantes del poder*. La izquierda política, sobre todo en América Latina, siempre tuvo desconfianza en los medios de comunicación de masas, y de ese ambiguo y mentiroso concepto de “libertad de expresión”, y siempre utilizó su epistemología analítica para comprender las complejas relaciones entre el poder, sus discursos, sus símbolos y sus significantes.

De hecho, son clásicos los trabajos de Mattelart, por ejemplo, sobre los medios de comunicación y su rol durante la revolución chilena y, posteriormente, en la época de la dictadura. En esa misma dirección vale retomar esa noción de “fabricación del consenso” (y administración política del disenso), que hacen los medios de comunicación y que ha sido teorizada por el profesor Noam Chomsky.

Por ello, la desconfianza de la izquierda política con respecto al rol legitimante del poder que tienen los medios de comunicación, provenía del hecho de que en el capitalismo nunca existió una democracia alrededor de la comunicación, de que ésta siempre fue parte de sus estrategias de lucha y dominación, y que la “libertad de expresión” era, en realidad, un simulacro y una coartada.

Los medios de comunicación imponen, a través de múltiples formatos, la ideología del poder como ideología dominante. Los ideales de belleza del poder, se constituyen en los ideales de belleza de toda la sociedad. La verdad del poder, se convierte en verdades sociales. La ideología del éxito se vende como recurso de salvación individual en un sistema que es implacable con el fracaso.

Marx alguna vez escribió que las ideas dominantes de una época son las ideas de la clase dominante. Esas ideas dominantes luego se convierten en sólidas ideologías que aseguran las relaciones de poder existentes en hegemonía.

En esta coyuntura en que varios gobiernos latinoamericanos pretenden salir de la “larga noche neoliberal”, disputando los sentidos de lo real en varios frentes, quizá sea oportuno retomar esa lucidez de Guy Debord y su análisis de lo que él denominaba “la sociedad del espectáculo”.

Quizá sea conveniente volver a procesar su crítica al poder y a los medios de comunicación mediatizados por el espectáculo, porque entre los medios de comunicación, la “libertad de expresión”, y las estrategias semióticas del poder, están los seres humanos y la intervención sobre la conciencia humana y la vida misma, a través de aquello denominado el “biopoder”. El espectáculo, entonces, no es solamente la tramoya y el escenario de las falsificaciones de la historia hechas desde el poder, el espectáculo, en realidad, somos nosotros mismos. Liberarnos del espectáculo equivaldría a liberar nuestra subjetividad y desafiar las estrategias del biopoder.

El espectáculo es la falsificación del mundo por los medios de comunicación de masas, es la construcción política de la figura del espectador, del voyerista de la historia a través de la pantalla del televisor, que mira al mundo desde la condición de *homo economicus*, es decir, como consumidor, y que piensa en esa condición como ontológica y necesaria.

Eternizarse, inmovilizar el presente: tarea gigantesca pero posible. Todos los días los *mass media* lo hacen, de hecho están para eso. Gracias a los medios de comunicación, este presente histórico desgarrado y doloroso circula como “*noticia-mercancía*”. Esconder, manipular, mentir, descontextualizar, exagerar lo que conviene y callar lo que no debe conocerse, banalizar, crear el exceso de una información que no tiene contexto, que se presenta sin referentes de decodificación, ¿no es acaso la práctica cotidiana de los medios de comunicación? ¿No estamos, acaso, sometidos al mundo que los *medias* nos presentan, y nos despliegan como espectáculo? ¿No son nuestras opiniones sobre el mundo aquellas que han sido fundamentadas y creadas por los medios para nosotros? ¿No pensamos acaso en el formato que los medios han dado a nuestros pensamientos sobre nuestro presente y nuestra historia?

La tenaza se cierra cuando la sociedad del espectáculo no solo inmoviliza el presente y legitima el mundo burgués; sino cuando aplasta, devora, disuelve toda capacidad de respuesta; cuando logra aquello que Marcuse denominaba la unidimensional; cuando finalmente consigue el consentimiento voluntario.

Un proceso complejo, y en el cual la manifestación más empírica es la interiorización de la lógica del poder en todos y cada uno de los miembros del sistema. Un proceso por el cual los elementos de la retórica del espectáculo se muestran como autorreferenciales y como códigos indispensables de interpretación de la historia. El espectáculo del capitalismo, y el capitalismo del espectáculo se convierten en la condición de hermenéutica del poder.

Entonces, lo que realmente estaría en juego en la disputa que al momento hacen los gobiernos que pretenden superar al modelo neoliberal y mercantil, es descolonizar la subjetividad humana del control semiótico del poder. Es recuperar el sentido de la historia, y el sentido humano de esa historia recuperando la comunicación de su deriva mercantil y enajenante. Hay que decirlo, al momento de enfrentar a los medios de comunicación, en el territorio de la semiótica y desnudar los mecanismos del espectáculo, se está también luchando por una forma de democracia, aquella de devolverle la voz a los que nunca la han tenido. Devolverles su dignidad y demostrar que el hombre-mercancía que construyeron los medios de comunicación fue un artificio del poder en su simulacro de democracia.

Medios de comunicación como El Comercio, en representación de Guadalupe Mantilla, tras haberse realizado una publicación sobre los contratos de Cosurca con el gobierno y, al haber pedido el Presidente la rectificación de dicho artículo en el cual se afirma que él conocía de los contratos de la empresa que es dueño su hermano¹²; Mantilla dice:

“el ataque del Presidente Rafael Correa la prensa tiene un estrategia trazada que no se limita al Ecuador porque la única manera de que los ciudadanos no estén informados es silenciando la prensa”¹³

2.3. Enfrentamiento entre los medios de comunicación y el Economista Rafael Correa Delgado.

2.3.1 Caso Teleamazonas

Teleamazonas es un canal privado de la televisión Ecuatoriana, fundado el 22 de febrero de 1974 por el empresario Antonio Granda Centeno, aunque sus orígenes se remontan a la estación que fundó en 1961 HCJB, una misión evangélica de la ciudad de Quito que está operada por Centro de Radio y Televisión, Cratel S.A., en la ciudad de Quito. Comenzó sus transmisiones el 22 de febrero de 1974 y aunque fue el primero en transmitir imágenes en color, el canal se constituye en una de las cadenas más grandes y más vistas en Ecuador, figura en el puesto N° 2 entre los 15 canales más representados y recordados del Ecuador según el ranking de la revista Vistazo, canal matriz del Ecuador con sede en Quito en reemplazo de Gama TV desde 2010, cuarto canal del Ecuador y segundo canal de televisión ecuatoriana. Actualmente pertenece a un consorcio integrado por empleados del canal, el periódico peruano La República e inversionistas locales. En la actualidad, es miembro de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador y Organización de Televisión Iberoamericana.

¹² El Comercio, Edición del 14 de julio del 2009, “Informé al Presidente del negocio de Fabricio”

¹³ Declaraciones emitidas en Teleamazonas, el 19 de julio 2009, en respuesta a la cadena sabatina número 129.

Su frecuencia se ubica en Canal 4 de Quito, Canal 5 de Guayaquil y Canal 11 de Cuenca. Su eslogan es "Junto a ti". Tiene repetidoras que le permiten llegar a casi todo el territorio ecuatoriano a nivel nacional y próximamente llegará a la Región Insular, además de estar disponible en varias operadoras de televisión por cable.¹⁴

El enfrentamiento que existe entre el presidente Rafael Correa y el canal Teleamazonas, tuvo sus inicios desde poco tiempo después que el primer mandatario tomo posesión del poder. Al parecer la relación entre este medio y el presidente fue de avenencia, pues cada lado actuaba bajo su ideología por el camino de la verdad y la justicia. Poco tiempo después, la rivalidad entre estos dos comenzó a salir a la luz. En un principio el gobierno se veía tolerante o quizás indiferencia ante la actuación en comentarios y acciones supuestas del gobierno nacional, que emitía el canal Teleamazonas, con el transcurso del tiempo y la información burda y falsa que circulaba en este medio de comunicación, comenzó la pugna del presidente hacia este canal.

En Ecuador, después de corregir y establecer leyes de regularización, se concluyo en una de ellas que; se prohíbe la emisión de imágenes y publicidad en las que se "evidencie escenas de violencia y crueldad expresa en contra de animales y/o personas, respecto de eventos relacionados con las denominadas "corridas" o "ferias taurinas" a nivel nacional (Ley resuelta por el CONARTEL). El canal Teleamazonas no acató esta disposición y en un espacio del noticiero 24 Horas, se presento un reportaje con imágenes de la feria taurina Ambato 2009. Al parecer esta disposición fue ignorada y la programación no corrigió lo prohibido. Es entonces que la ley decide sancionar al canal por este hecho, con una multa de \$20.

Las leyes en nuestro país aún están por corregirse, porque sancionar por una falta con \$20 a un canal televisivo que es manejado y controlado por uno de los grupos más pudientes del país, suena algo gracioso. Sera por este motivo que las leyes son burladas y casi ignoradas?, la respuesta es clara, las leyes fueron creadas para y por los grupos de poder capitalistas, con el objetivo de obtener resultados que los beneficie a ellos.

Desde que la Revolución Ciudadana con su máximo líder Economista Rafael Correa, surgió se ha tratado de implementar a gran escala el proyecto social ofrecido en las campañas políticas.

¹⁴ Teleamazonas. Historia <http://www.divistech.com/propuestas/teleamazonas/index.php/historia/> Acceso. 15 noviembre 201.

Dentro de este contexto, fue regular las leyes que benefician a unos y perjudican a otros, para que la ley sea para todos. En el caso de los medios de comunicación, se baso en regularizar el contenido de los mismos y de quienes lo manejan. Fue un reto enorme pues, existen varios medios de comunicación, y los más trascendentales y con hegemonía de poder, opuestos a la ideología de la Revolución Ciudadana, por lo que en la mayoría de situaciones tratan de actuar en contra o en oposición a dicha ideología, lo que trae como consecuencia la disputa entre estos dos poderes (Ejecutivo y Medios de Comunicación). El enfrentamiento más evidente es con el medio televisivo Teleamazonas que detrás de este se encuentra un poder hegemónico que no solo controla algunas empresas de comunicación, si no gran parte de la actividad económica del país. Quizá por el gran poder que este clan mantiene, es que tiene derecho a ejercer el proceso comunicativo con información y desinformación, callando lo que les conviene y en ocasiones tergiversando los mensajes, lo que da como consecuencia desorden y conflicto social. Situación por la que el presidente realiza una denuncia y con el poder que lo amerita, corrige este tipo de agresiones haciendo cumplir las leyes. Lo que no es bien visto por los grandes grupos de poder, pues tratan, a través de sus empresas de comunicación, circular información y mensajes que decaigan la imagen del presidente y su gabinete, difamando, burlando, acusando la honra de los diferentes individuos.

Haciendo caso omiso de las ordenanzas gubernamentales, Teleamazonas vuelve a cometer una falta, en esta ocasión, transmite en vivo el supuesto descubrimiento, por parte de políticos del Movimiento Madera de Guerrero, de un "Centro Clandestino de Computo" en Guayaquil, donde supuestamente se procesaban datos electorales donde se originaba fraude electoral. Esto fue desmentido y aclarado posteriormente por el Consejo Nacional Electoral. Según el CONARTEL, Teleamazonas habría transmitido un hecho "supuesto" que infringe el literal "e" del artículo 58 de la Ley de Radiodifusión y Televisión. Esta vez la sanción fue de \$40 y termino sin valor jurídico, igual que la anterior. Lo mismo que la sanción anterior muy simple y graciosa.

El medio respondió ante esta sanción, de una forma ofendida, aludiendo que se está tentando contra la libertad expresión y oprimiendo la voz de periodistas que lo único que hacen es "informar la verdad".

Esta idea es la que mas enerva al presidente, pues son tan insolentes que actúan bajo sus intereses y hacen parecer justos y veraces, y al ser corregidos se sienten ofendidos y oprimidos, por no tener libertad para desinformar y deshonorar a las personas.

Teleamazonas un canal reincidente, comete por tercera vez una falta, ahora presenta en uno de sus noticieros un reportaje acerca del trabajo de la Compañía PDVSA en la Isla Puná así como las declaraciones de los pobladores. En el reportaje se departía acerca del impacto que se produciría por el trabajo de exploración de gas de PDVSA, lo cual hizo que los pobladores de la Isla Puná se tomaran las instalaciones de la Petrolera. De esta manera la preocupación por una posible histeria masiva por parte de los pobladores fue la razón del proceso.

El presidente no dejo pasar por alto este tipo de atropello con la sociedad y la difamación de la actuación de diferentes grupos de trabajo social, político económico, etc.

La sanción para esta falta ya fue más drástica, el dinero pasó a segundo plano y se hizo cumplir una ley más radical. Fue sancionado por la Superintendencia de Telecomunicaciones el 22 de diciembre de 2009 a las 17h09 ordenando el cierre de la estación por 72 horas, lo que desató protestas en las instalaciones del canal por parte de sus empleados en ciudades de Quito y Guayaquil. Esta clausura fue apelada y el 3 de febrero de 2010, en un fallo de última instancia, la Primera Sala de la Corte Provincial de Pichincha resolvió que la clausura "vulneró los procedimientos constitucionales" y ordenó que se pague por daños y perjuicios a la estación. El fallo judicial fue duramente criticado por el presidente Rafael Correa.

La falta cometida fue más grave, provocando histeria y conflicto social, lo que causo desconcierto e irritación al gobierno nacional. Después crea debate ante la falta cometida por este canal, recibiendo gran apoyo de la ciudadanía por el castigo implementado a esta falta.

Es claro que agarrándose del gran poder Teleamazonas, actúa según sus intereses, es decir informa lo que le conviene informar y calla lo que le perjudicaría, tras este contexto, periodistas que no controlan su actuación ante la televisión y presentan noticias que quizás no pasaron, o que pasaron de cierta forma pero presentados de otra forma sin importar los resultados que crean en los receptores.

Por cuarta vez, sin escarmentar, este medio vuelve a cometer un error. Difunde, durante una entrevista del periodista Jorge Ortiz, una "grabación clandestina", donde Fernando Balda, afiliado al PSP, denunció las supuestas modificaciones al texto de la Constitución elaborada en Montecristi y que involucran al jefe de Estado, Rafael Correa. Ahora la sanción fue radical, pero inconcreta, pues la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel) anunció la reincidencia de Teleamazonas y pidió el cierre del canal por 90 días como sanción. El Presidente Rafael Correa fue el primero en pedir esta sanción que aún se encuentra pendiente, debido a que no se ha cumplido esta sanción, el canal no se ha vuelto a cerrar, pues se encuentran en proceso los juicios y no se determina aun la sanción final.

Juzga entonces, el primer mandatario, a la arbitrariedad y al abuso de poder de estos medios en especial de Teleamazonas que manejado por el poder de la derecha, atropella las leyes y burla las sanciones impuestas. Llama prensa corrupta y con mala fe que vela solo por sus intereses ignorando las necesidades e intereses ciudadanos. Bien lo llama "bestias salvajes" pues al decir salvajes quiere decir atroces que ultrajan la información en nombre de la libertad de expresión, creando caos social y burlando la dignidad de las personas.

El principal problema para los dueños de los grandes medios y para la derecha, es el reparto equitativo de las frecuencias de radio y tv entre medios públicos, comunitarios y privados, y la disminución de poder que están atravesando en los últimos años. Es decir, el monopolio de la empresa de comunicación y las actividades económicas está siendo controlado y sancionado con leyes que a la larga termina cumpliéndose, lo que pone en descontento a estos grupos, buscando maneras y formas de presentarse como justos y veraces que se encuentran en constante agresión por el primer mandatario y sin poder ser parte por completo de la libertad de expresión. Una libertad es cada vez más se deteriora, gracias a este tipo de actos y agravios, y un información ultrajada que sale a la luz únicamente cuando no afecta los intereses privados.

Y decir que el gobierno y su parlamento agrade y sataniza constantemente a Teleamazonas, es irónico, pues lo único que se está haciendo es cumplir las leyes y respetar a la sociedad en todo sentido, lo contrario del comportamiento de este medio que juega y burla a la sociedad. Actuar con la verdad es actuar con justicia y responder a una sociedad de una forma limpia y veraz donde se cumplan los derechos de la misma y se trabaje por el desarrollo social.

2.3.2 Caso Diario El Comercio

El enfrentamiento entre los actores, surge debido a la rectificación que el Presidente Correa había solicitado a diario El Comercio, en relación con la información entregada por el ex gobernador de Loja, Nilo Córdova, en torno al contrato del Estado a favor de la empresa Cosurca, de Fabricio Correa, hermano del primer mandatario. La respuesta de la señora Mantilla, publicada en el noticiero dominical de Teleamazonas provocó adhesiones diversas, provenientes tanto de otros medios de comunicación como de periodistas y personajes de la política.

Las declaraciones vertidas en el medio televisivo Mantilla asegura que:

“Creo que el señor Presidente puede ir a las instancias legales que le parezcan, igual que nosotros también podemos hacerlo; porque yo no creo que la calumnia va de lado y lado, si es que la hubiera. Eso no es una calumnia, es una alusión malévolamente en la cual él se guarda de acusar, sino que dice, de una manera velada, pero de todas maneras lo dice. Eso es un deshonor porque no tiene por qué tomar el nombre de una mujer y poner narcotraficante como un apelativo. El rechazo que yo hago a la manera de maltrato hacia las mujeres, o sea el señor Presidente no nos tiene el respeto suficiente. Él se refirió a que El Comercio no ha rectificado una nota publicada sobre declaraciones del ex gobernador de Loja, su amigo de Alianza País. Nosotros no hemos inventado, así que si algo tiene que rectificar es el propio ex gobernador. Lo que me duele es las agresiones permanentes a la mujer y las agresiones permanentes a periodistas. Yo he vivido toda mi vida con periodistas hombres y mujeres, y yo quiero defenderles a ellos porque ya, señor Presidente, no puede continuar. Usted quiere que todo sea verificado y ¿por qué nosotros no podemos verificar todas las acusaciones -y usted no nos puede comprobar- las acusaciones que nos echa?”

Frente a esto, podemos plantear que los medios impresos destacan hechos o declaraciones presidenciales que le son particulares o les conciernen directamente. Esta es una manera de particularizar los diferentes temas a los que aluden los comentarios del Presidente de la República, en medio de la relación Gobierno- medios de comunicación, que se evidencia más conflictiva desde la apertura de un segmento titulado “La libertad de expresión ya es de todos”, en la cadena radial de los días sábados, lo cual alude específicamente a su concepto de que no

solo los medios tienen derecho a la libertad de expresión esta relación se ha ido haciendo cada vez más tensa, y hoy tiene visos de evidente enfrentamiento, sobre todo entre el Presidente de la República y los propietarios y directivos de medios. En este escenario, el nivel del enfrentamiento está afectando directamente al tratamiento periodístico, de tal manera que podría afirmarse que la pasión ensombrece la razón.

La relación Gobierno-medios de comunicación no es nueva, se remonta a marzo de 2007, es decir, a dos meses de que Rafael Correa asumiera la presidencia. Sin embargo, esta relación se ha ido haciendo cada vez más tensa, y hoy tiene aspectos de evidente enfrentamiento, sobre todo entre el Presidente de la República y los propietarios - directivos de medios.

La información, que debe ser fiel a lo dicho por la fuente -en este caso, Rafael Correa- fue transformada y produjo adhesiones en torno a una “interpretación” o al silenciamiento, de tal manera que Guadalupe Mantilla fue considerada como víctima.

Desde cualquier punto de vista el ataque repetitivo a la prensa no se le puede catalogar sino como un acto de silenciamiento y de bloqueo de la información que la ciudadanía tiene derecho a recibir, elegir y discernir qué tipo de información se ajusta a sus expectativas. Lamentablemente tanto medios de comunicación como los organismos de poder del estado tienen el concepto preconcebido de que la ciudadanía son audiencias vacías sin poder de decisión.

Por otro lado lo que acontece en estos momentos entre los medios y el gobierno es un patrón que se ha presentado en gobiernos como éste en América del Sur, en este caso deberíamos preguntarnos ¿qué ideología es la que rige al partido gobiernista si sus procedimientos son replicas de lo que ocurre en países vecinos?

El enfrentamiento desmedido y ésta pseudo pugna de poderes que se presenta nace de la investigación por las irregularidades con los contratos del hermano del Presidente, proceso del que a la fecha no se tiene ningún resultado puesto que todo el aparataje publicitario y espectáculo mediático del cual son protagonistas los mismos medios y el gobierno han desviado la atención sobre este tema; gracias a ello y a que el público se encuentra entretenido en medio de este juego cruzado, el gobierno aprovecha para agilizar procesos en la consolidación de leyes como la de comunicación, por mencionar alguna.

Ahora bien no podemos decir que en este caso exista una víctima y un victimario, consideramos que así como este y otros casos obedecen a una estrategia política que le permita al primer mandatario permanecer en el ojo de la opinión pública para de esta manera evidenciar el ejercicio de su poder por sobre todos.

Sin embargo estamos frente a una falta de responsabilidad social de los poderes, el político y el de los medios de comunicación, ya que en medio de estos enfrentamientos ambos han utilizado como herramientas de ataque y defensa, como trincheras los lugares estratégicos que la ciudadanía les ha otorgado. En la réplica presidencial, el primer mandatarios usa los mismos medios que ataca para defender su postura, mientras que por su parte la Sra. Mantilla utiliza su medio impreso para la defensa en este vaivén de acusaciones.

Sin duda los medios constituyen un poder simbólico, Diario El Comercio al ser uno de los más importantes medios del País no iba a estar exento de acusaciones, confusiones por parte del gobierno ya que ciertos símbolos (ideas, personas o tipos de relatos) son ubicados por éstos en lugares de poder; volviéndose obligatoriamente en poderosos por que reiteradamente son citados por los medios.

Esta denominación de cuarto poder de los medios de comunicación se atañe al hecho de que los medios son considerados como mediadores de la opinión pública ya que representan “la voz del pueblo la voz de los que no son escuchados” en este sentido este poder no es aquel que comulga siempre con el Estado cuestionándolo, critican sus políticas; no obstante esta concentración de los medios de comunicación en las agencias del Estado a la vez que sirven para fortalecerlo también sirven para debilitarlo porque se debilita la imagen de su poder simbólico (existan o no conflictos) por ende deslegitiman a las instituciones que velan por la ciudadanía.

La ciudadanía de la que hablamos anteriormente y que aparece siempre como enunciado invisible ya que no evidenciamos que rol fundamental es el receptor que afronta los conflictos que entre los actores: medios y estado se pueden presentar.

Resulta imprescindible conocer que está sucediendo con el ciudadano-audiencia enfocarnos en qué es todo lo que los conflictos y espectáculos mediático – políticos provoca en ellos; es importante entonces dejar de ver al ciudadano como una audiencia a la que hay que cautivar para captar adeptos hacia cierta tendencia política o de llegar a una audiencia que pueda estar a favor o en contra del medio, es importante dejar de verlos como cuantificables y verlos más allá en el reconocimiento de una nueva audiencia.

CAPÍTULO 3: ANALISIS DEL DISCURSO

Realizar un análisis mediático implica, un estudio de mecanismos lingüísticos y representativos del discurso escrito y hablado como una forma del uso de la lengua, por medio de contextos cognitivos, sociales, políticos, históricos y culturales.

Al presentarse enfrentamientos entre el Estado y diferentes medios de comunicación, la elaboración de un análisis comunicacional permitirá establecer la relación de poder que se presenta entre el Eco. Rafael Correa Delgado y determinados medios de comunicación, cuando estos últimos topan los terrenos involucrados con la política pública del país y el rol que juegan dentro de la misma. Los ejes temáticos, están enfocados en poner en una plataforma clara los elementos de análisis para entender desde el panorama comunicacional, los discursos empleados por ambos actores y las consecuencias que, de sus enfrentamientos mediáticos se presentan.

3.1 ANÁLISIS DEL DISCURSO MEDIÁTICO Y POLÍTICO

Los medios de comunicación responden en la actualidad, a una doble situación de complejidad. Por un lado, los partidos políticos necesitan rentabilizar de forma óptima tanto sus planteamientos ideológicos generales o programáticos como sus posicionamientos y actuaciones cotidianas, a través de una presencia continuada en los medios de comunicación que les aporte conocimiento y notoriedad. Por otro lado, es cada vez más evidente la necesidad de plantearse la comunicación teniendo en cuenta no sólo los mensajes del propio partido, sino también el contexto de mensajes complementarios, concurrentes y/o contrapuestos que llegan a la opinión pública y, por supuesto, las características formales y de contenido del discurso de los medios, con el fin de adaptar el mensaje propio a las reglas y condiciones del relato informativo.

En este contexto han aparecido en el espectro audiovisual profesionales de la comunicación especializados en temas políticos, hacemos referencia al periodista político, siendo éste el periodista "destacado" en una institución (sea: palacio legislativo, palacio de gobierno, etc.) y los intereses de los cuales depende el periodista que lo hacen parecer un tanto "vendido". Es decir, que acaba identificándose con su fuente. Esta afirmación es relativa, porque la línea periodística del medio para el cual trabaja es la que ulteriormente influye en el profesional de la comunicación.

Precisamente, uno de los problemas a los que se enfrentan los comunicadores sociales o mejor conocidos como periodistas, radica en la necesidad de la pretendida objetividad y neutralidad que la escuela tradicional propugna. A los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en general no se les puede exigir una *imposible objetividad* por que en la relación políticos - medios (y comunicadores), éstos últimos suelen llevar la peor parte. Los políticos pueden castigar a los medios de comunicación por medio sus comunicadores, ocultándoles información, poniéndoles en clara inferioridad respecto a sus compañeros de profesión. Hay medios de comunicación que se abstienen de publicar hechos que han llegado a su conocimiento, por diferentes razones: simple timidez, respeto excesivo de la estructura del poder, a veces miedo a ofender a las personalidades influyentes y a perder por ello, el acceso a su fuente de información.

Al igual que la censura, la autocensura resulta cada vez más coercitiva cuando pasa a ser un proceso repetitivo en los distintos niveles en los que se la ejerza. Sin embargo, este delicado tema de la censura cabría llamarla de un modo más prudente la contención o de la moderación voluntaria del periodista ya que se presta a controversias. El tratamiento de los acontecimientos políticos por parte de los medios de comunicación es un factor decisivo para el desarrollo de las personas y los pueblos. También pueden ser, y de hecho han sido, un poderoso instrumento político de agitación como propaganda y contra propaganda.

Los problemas anteriormente planteados han sido tomados en cuenta como una referencia para poder identificar el discurso que se presenta entre estos dos actores primordiales en el país; en este contexto nuestra intención es pretender identificar en qué momento los medios de comunicación se convierten en medios políticos por llamarlo de alguna manera, el rol que cumple, cuál es su influencia en el conocimiento de la realidad social, su influencia en las decisiones políticas, aspecto en la conducta electoral, su influencia en el funcionamiento de las instituciones políticas democráticas y qué rol juega la objetividad en la misión que en la actualidad convoca a los medios de comunicación y sus profesionales.

El trabajo de los medios transforma parte de lo ocurrido en acontecimientos noticiosos. Trabaja con los sucesos de la vida diaria para contar noticias. Eso es la base para la acción social y la movilización política. El proceso de publicar noticias no se acaba con rellenar un espacio en los medios.

Hay un segundo aspecto y es que el profesional aporta también a los intereses de la empresa para la que trabaja y reafirma los intereses sociales o políticos en los que se halla inmersa la labor periodística. No hace falta que el periodista sea militante de un partido. Quiéralo o no, es siempre un militante de la sociedad.

Los periodistas políticos, los que cubren una institución, entran en una relación que los obligan a mantener unas buenas relaciones con las fuentes. Eso hace que el trabajo sea fácil y sinuoso al mismo tiempo. Esa simbiosis ocurre en todas las especialidades, pero fundamentalmente en las políticas.

Los periodistas pueden escribir sobre acontecimientos que no procedan de las fuentes oficiales de la institución, ayudándose de otras fuentes, pero por lo general no pueden ir contra la institución donde están asignados. Sin quererlo, el periodista acaba identificándose con sus fuentes. Todo este proceso afecta por necesidad a la pretendida objetividad y neutralidad de la escuela tradicional.

En casi todas partes, los comunicadores delegados a instituciones principalmente la legislativa y judicial tienen roles casi gubernamentales, al menos indirectamente, porque sus informaciones tienen implicaciones para la institución en la que se hallan destacados; en este sentido los y las representantes de estos espacios pueden utilizar la labor periodística del comunicador como herramienta directa para dar a conocer su concordancia u oposición a sus rivales desde esta plataforma. Los periodistas representan vagamente a los ciudadanos, ya que no se plasma la realidad de estos a no ser porque sean parte de una noticia que sea de interés social como una catástrofe o crónica roja; para los altos funcionarios el periodista viene a ser el abstract de los ciudadanos comunes y corrientes, bajo esta preconcepción cuando quieren afectar a la opinión pública, intentan en primer lugar impresionar a los periodistas presumiendo que su reacción será la del país entero.

La rueda de prensa suele ser el primer "laboratorio" de los políticos. Asombra que en un país como España, por ejemplo, no se celebren más que como pseudoacontecimientos. Los periodistas son de información general en casi todos los campos, deben ser generalistas para entender las materias tan distintas de las que puede tratar un Consejo de Ministros; en cambio los periodistas especializados, son los que realmente se pueden llamar técnicos. Estos han

aumentado en los últimos tiempos, pero los “generalistas”¹⁵ siguen siendo los más necesarios, son los que pueden cubrir cualquier acontecimiento. Deben además tener una especialidad: la política. Esa es la razón por la que las noticias importantes siempre tienen algo que ver con la política. Es una de las convenciones más extendidas en todo el mundo; en consecuencia, el trabajo del comunicador social y del político a veces se ven como intercambiables y siempre complementarios.

En un sistema democrático, las formas de ejercer la comunicación y como la ejercen los medios de comunicación primordialmente, se sustentan en los elementos y canales de comunicación a través de las cuales, el ciudadano conoce sus actividades sin que pueda haber secretos; sin embargo, en un sistema de comunicación pública, cabe también la respuesta de los ciudadanos a su gobierno, pueden enviar sus quejas y puntos de vista. Ese sistema de feedback implica al gobierno, a los líderes políticos, a los funcionarios, a los gabinetes de prensa, a los partidos políticos, a los grupos de presión y a los medios de comunicación, estos últimos se han preocupado más por las actitudes que por las técnicas. Así la tesis de la supremacía de la objetividad ha sido el ideal de los manuales periodísticos inmediatamente después de la segunda guerra mundial.

La escuela tradicional pone obsesivamente la objetividad como meta, supone que el periodista recoge los acontecimientos como un observador atento, impersonal y sin prejuicios, lo que debe hacer es transmitir lo que ha observado y dejar que el lector lo perciba. La transformación de la esfera política, la construcción de un imaginario político basado esencialmente en los mensajes de los medios de comunicación de masas o la crisis de los partidos políticos y de los mecanismos tradicionales de representación de intereses, han dado lugar a una extensa bibliografía sobre la naturaleza de las relaciones entre comunicación y política. Así por ejemplo, Giovanni Sartori avanza la tesis de que la televisión, que ya habría transformado al hombre, estaría transformando ahora la política, que sería más propiamente video político.

¹⁵ Tovar, Gloria, *Matices del Periodismo Político*. <http://www.upc.edu.pe/bolsongei/bol/15/322/gloria.doc.pdf>
Acceso 10 Octubre del 2011

La comunicación política en nuestro caso más concreto, aparece entonces como un espectáculo el cual propone que la comunicación contemporánea sea estudiada desde el ángulo de un modo estético de consumo imaginario, donde más importante que la confrontación y participación en unas realidades, es el placer sin esfuerzos de ser espectadores de actividades fascinantes, tanto en sentido positivo como negativo.

Periodistas y público prefieren mucho más la excitación escénica del debate entre líderes, porque permite asistir a un combate simbólico donde lo importante es la personalización, la dialéctica, el quién o cómo lo dice o qué gestos de los beligerantes permiten detectar sus habilidades, miedos, astucias, pasiones humanas, etc.

Es así como la comunicación social se convierte en un nuevo catalizador de información que pone mucho más énfasis en la noticia política o que actúe en ella, más que en el resto de acontecimientos que ocurren en la sociedad, brindando de esta forma nuevas posibilidades de acercamiento visual que generan una relación entre los representantes políticos y sus electorados. Las cámaras de TV, permiten descubrir a los líderes en su vida cotidiana. El líder electrónico no necesita una organización con un programa ni poseer un mediano conocimiento de los temas objeto de discusión. Le basta con ser bastante espectacular y generar gestos simbólicos.

Ahora bien, la personalización periodística significa que los hechos o las opiniones sean valorados por la autoridad quien los protagoniza; contribuyendo fuertemente en la mediación periodística a la transformación de la comunicación política. En otros tiempos, la política eran los objetivos ideológicos y filosóficos por los cuales se luchaba. Hoy son las personas o más bien los personajes que hacen política. La consecuencia directa de tal personificación sería la espectacularización de los políticos y la creación del “estado-espectáculo”. A lo largo del siglo XX se desarrolla una intensificación radical de la personalización política como representantes no de un estado nación sino del poder *per sé*.

Esta hiper personalización está favorecida por las características de los medios audiovisuales de comunicación. La presencia de la personalización es fomentada y buscada por la mayoría de los ciudadanos.

El tipo de personalización que de algún modo se presenta con mayor insistencia en los medios de comunicación por parte de ellos y de los líderes políticos que se presentan es la ocultación de la realidad política, transformándola a conveniencia, iluminando y usándola como accesorio para el disimulo de lo esencial, tergiversando de esta manera el mensaje que llegase a la opinión pública, sesgando de esta forma su criterio. Un ejemplo por demás claro y base de nuestro trabajo de grado es la personalización de la publicidad emprendida por el gobierno de turno en la cual podemos evidenciar que no se habla únicamente de avances o matices importantes de las múltiples aristas que lo involucran sino que, esta publicidad se ha centrado en la persona del Presidente y más allá de él; puesto que ahora lo han convertido en un personaje victimizado por aquellos quienes la persona presidente considera que están en su contra. La venta de esta imagen presidencial ha planeado de manera muy sutil dos escenarios más en el imaginario colectivo: por un buen lector de la situación política actual, esta imagen y por ende las acciones subyacentes de esta evidencian una clara manipulación del mensaje por medio de los afectos que se generan en la audiencia común y corriente cayendo en una de las formas más básicas y visibles de populismo; el otro escenario resulta de aquellas opiniones vertidas por la publicidad gubernamental que responder al carácter egocéntrico de la propaganda victimizante del presidente, obteniendo así un mensaje manipulado falto a la verdad y sesgado desde los intereses particulares del presidente, las personas o instituciones gubernamentales según sea el caso o conveniencia.

Por otro lado tenemos los medios de comunicación, que sin duda representan una parte importante dentro del aparato económico del país al estar involucrados con otro tipo de actividades económicas que no son únicamente las de la comunicación; esto ha sido un detonante para que el actual gobierno realice un sinnúmero de procedimientos (cuya legalidad no está en discusión en estas páginas) para que estos grupos de empresas familiares rompan con la hegemonía y concentración no solo de capital sino también de poder.

En este proceso las reacciones frente a estos hechos provocaron que uno de los canales de mayor audiencia a nivel nacional como es Teleamazonas perdiera en cierta forma la credibilidad ante su audiencia al haber sido obligado a pagar multas ante las autoridades por emitir información que según el gobierno faltaban a la verdad de los acontecimientos lo cual provocó una supuesta conmoción social y esto obviamente debía ser penado por las leyes ecuatorianas, este como

tantos otros hechos llevo a la posterior venta del canal para que judicialmente el Grupo Egas no se vea más perjudicado por ser dueños de varios medios de comunicación además de ser accionista del Banco del Pichincha.

Sin embargo, el tratamiento de los mensajes que por éste y varios acontecimientos similares se vertieron, los canales de televisión principalmente y los medios de comunicación en general también fueron manipulados, llegando a la polarización de estos *dos actores*¹⁶ como víctimas o considerados como perseguidos.

A pesar de la relación tormentosa que en los últimos años se ha presentado entre los medios de comunicación y el Presidente Rafael Correa, no podemos dejar de admitir que en términos publicitarios resulta muy beneficioso para ambas partes ya que si por una parte los medios de comunicación y sus profesionales son maltratados, humillados por los representantes del gobiernos no podemos negar que éste representa una de las inversiones más importantes que los medio tienen; de igual manera el gobierno depende de los medios para poder llevar a cabo el constante bombardeo publicitario al que la ciudadanía se ha acostumbrado, generando de esta manera nuevos detractores que consideran a este bombardeo publicitario como mas uso de los fondos públicos o nuevos adeptos quienes consideran como verdad absoluta todo cuanto la propaganda presenta.

Esto nos llama a recordar procesos similares llevados en tiempos de guerra en la que el mensaje publicitario de los órganos de poder estaba direccionado a distraer o entretener a la opinión pública para que no evidenciara los problemas de fondo o para elevar la moral de tal o cual nación.

En este sentido la más sencillas de las conclusiones que podemos mencionar es que sin lugar a dudas la relación existente entre el gobierno y los medios es una relación de amor y odio que nadie sabe en qué va a terminar y que como hace un poco mas de 50 años atrás la propaganda sigue siendo para el poder político la mejor arma para aplacar a sus detractores y apaciguar los ánimos y sesgar la opinión de sus audiencias, pero que en cualquier momento puede también ser el arma que debilite al poder político establecido.

¹⁶ Consideramos como actores contrapuestos al Presidente Rafael Correa y en general a los medios de comunicación.

3.2 TEORIA POLÍTICA

La política desde su origen, ha sido la fusión entre la relación de poder y la ética, con un objetivo; el bien común, que, si bien es cierto ha sido una estructura de organización utilizada como instrumento de desarrollo social, con el pasar del tiempo, ha adoptado un sistema cambiante al de su origen, quizás con el mismo contexto, pero con fines diferentes.

Las diferentes tesis acerca de política, llegan a la conclusión que, ésta debe ser ejercida en función de y para la sociedad, y que de hecho, su estructura fue creada con ese fin, pero sin prescindir que la comunicación es la base de la misma.

En referencia a las diferentes tesis de política y comunicación hace algunas décadas atrás, (las más trascendentales) La Escuela de Chicago realizó un estudio analítico de la conducta social en la participación política. Consistía en establecer dos puntos de vista; el de los psicólogos y de los politólogos, bajo el término conductista y poder definir las estructuras legales, que conllevan al comportamiento de los diferentes grupos sociales dentro de una identidad política. Llegando a la conclusión que, el comportamiento del individuo como persona y en grupo, son resultado de las instituciones y sus estructuras.

Es entonces que la investigación de la comunicación política, acrecentó; realizando un análisis más a fondo de la misma y poder definirla como una estructura particular de mensajes e información, que son difundidos dentro de un escenario político, que son base para el desarrollo y correcto funcionamiento del sistema político, esta definición es clara, pues es como debería ser practicada la comunicación política, mas cabe recalcar que éste término está cambiando de tonalidad, ya que ahora no es más que una organización con interés particulares en beneficio de sus integrantes, que utilizan la comunicación como elemento de supuesta participación y derecho social.

Para Moragas la comunicación política está compuesta por distintos y niveles:

1.- Sistemas de comunicación como instrumentos, no propagandísticos, sino organizativos de la actividad política y administrativa.

2.- *Utilización política de la industria cultural, es decir, uso y fines políticos de la cultura de masas.*

3.- *Comunicación masiva y su papel en orden a mantener una conducta adecuada al 'statu quo' político y económico.*

4.- *Recursos comunicativos como sistema de oposición al poder establecido (contra información, comunicación de resistencia, comunicación alternativa).*

5.- *Procesos concretos de persuasión política (referéndums, elecciones, campañas de sensibilización, etc.)*".¹⁷

Es toda esta estructura, la que conforma la funcionalidad de la comunicación política, pues no solo se refiere al activismo social dentro de la política, si no a la administración apropiada de la comunicación dentro de la política.

Todo este proceso se debe tomar en cuenta, al ejercer el dominio político, y no solo centrar el poder con fines de popularidad, económicos o sociales. Como es visto en la actualidad; pues no se ejerce la política como tal, de lo contrario se la usa con objetivos particulares, sin medir la baja credibilidad que obtiene al ser usada como "derecho" o con un fin económico.

Otra tesis que aportó a este análisis es la de;

*Harold D. Laswell, quien propuso el paradigma "Quién dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efecto",*¹⁸

Que fue establecido para el proceso de comunicación, mientras que otro paradigma fue aplicado para el proceso de la política; " Quién obtiene qué, cuándo y cómo" ("Who gets what, when, how"). Prácticamente estos dos paradigmas, tienen el mismo fin; en la comunicación el emisor, mensaje, canal, receptor y efecto, constituyen el proceso comunicativo, al igual que en la política, solo que con un orden diferente pero que circulan en un mismo sentido, y que al fusionarse crean un proceso de comunicación política.

¹⁷ Moragas, Miquel de: Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Barcelona. Gustavo Gili, 1981.

¹⁸ Harold D. Laswell, Teorías de la Comunicación, 1948

Es oportuno plantear este postulado “La política, es la fuerza que mueve las naciones”, pues en su mayoría, las decisiones importantes, pasan por la política. Todo gobierno democrático depende de la política, para poder ejercer autoridad y tomar decisiones dentro de su poder. Cabe recalcar que, el ejercicio de la política dentro del poder del Estado, es un ejercicio de acción y participación social con un fin común, mas no un ejercicio de “participación y derecho” con fines ocultos, que se direccionan en bien particular y que en definitiva lo que se busca es un lugar de popularidad y fines económicos.

Desde hace algunas décadas atrás en el Ecuador, el “término” política ha teniendo menos credibilidad, y ha sido visto como medio para obtener algún objetivo contrario al de su origen. Pues los políticos, con su supuesta participación, han conseguido tener más popularidad, sin justificar los medios utilizados para alcanzar su objetivo. Los medios de comunicación han sido su principal aliado para dar a conocer sus ideologías; políticas, sociales, religiosas, etc., que en alguno de los casos son dueños de los mismos medios o accionistas en mayor porcentaje.

Mas que el contenido del mensaje, es importante la forma en cómo es transmitido este mensaje, es por ende que la calidad de los medios de comunicación debe ser al 100%, y bien lo menciona;

MacLuhan; el medio es el mensaje, es decir lo importante no es el contenido del mensaje, sino la manera en que éste es transmitido¹⁹.

En otras palabras este postulado se refiere a que, el modo de transmisión de una cultura influye sobre esta cultura y la caracteriza, pues estos influyen en la ideología social, creando cambios y nuevos estilos y formas de vida, de cierta manera desequilibran a la misma, cuando deberían ser neutrales.

La escuela funcionalista, aportó con su análisis de; Mantenimiento y Adaptación del sistema político. Este estudio consistía en la forma de mantenerse dentro de un sistema social, y que para ello se debía formar a sus individuos y establecer las funciones sociales que lo componen. Es decir que, esta sociedad debe inculcar valores, actitudes y orientaciones que les permitan, jugar su papel político.

¹⁹ McLuhan Marshall Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 1996, Pág. 29

Aquí la comunicación es pieza principal del juego que encierra al sistema político, ya que ésta, crea espacios políticos y a la vez la política crea imaginarios colectivos donde se producen signos y símbolos de identidad.

Almond y Verbaen en su estudio de “La Cultura Política” mencionan que la cultura cívica dentro de la política da más competencia política a los individuos. En este sentido, la cultura política es la pauta generadora de la posibilidad de comprensión del cúmulo de símbolos y signos políticos producidos. La cultura política permite entender estos símbolos, hablar en el lenguaje específico y poder intervenir en la creación, producción y difusión de signos.²⁰

Esto encierra a la política, no como un simple termino de participación social, si no que va mas allá que eso, pues comprender lo que encierra el sistema político, es tener claro lo qué es participación política y para que se la ha creado. Pues la acción política forma un conjunto de lenguajes y símbolos variados producidos por la actividad humana. De aquí que, la política o debe ser tomada como medio para lograr un objetivo de interés particular, si no para la acción y participación social de los individuos que conforman una sociedad y que de ellos depende el desarrollo o el estancamiento de la misma. Y de usar los medios para producirla y difundirla de una manera justa y equitativa donde todos sean actores políticos y todos decidan sobre el accionar político con un objetivo; el bien común.

La propaganda es la difusión de mensajes destinados a crear o cambiar ideologías, con fines políticos, sociales o religiosos, a través de los medios de comunicación. Y es un claro ejemplo de cómo en el proceso de la política, la propaganda es el medio fundamental para lograr el objetivo que se plantee en un principio y de acuerdo al acontecimiento del momento. En si el monopolio de la propaganda, en su mayoría es practicada por ciertos poderes gubernamentales, para favorecer sus intereses pues sus procedimientos son persuasivos y eficaces, anulando muchas veces las ideas nacientes de la ideología contraria.

²⁰G.A.Almond y S.Verba, La Cultura Cívica , cap. 1, Ed. original « Política Cultural», Princeton UniversityPress,1963

Desde este punto de vista, se puede interpretar que los medios de comunicación son cómplices y en muchas veces creadores de dicha propaganda, pues hoy en día se ha evidenciado que otras de algunos medios de comunicación se encuentra un emisor, quien es privilegiado del efecto de la propaganda difundida, mas no como un medio de comunicación, sino un medio de información.

La política de gobierno presidida por el actual presidente del Ecuador (Economista Rafael Correa), es una estrategia de gobierno que desde sus inicios se ha establecido en el país; desde sus inicios, en las campañas políticas para presidente de la republica, y ahora, después de ganar las elecciones, mantener la credibilidad y el apoyo del pueblo que lo eligió, para que de esta manera pueda ejercer su poder tomando las decisiones que cree justas y convenientes.

Mientras que el Ecuador se encontraba en un periodo de inestabilidad política, el Econ. Rafael Correa planeaba y organizaba su postulación presidencial, estableciendo inteligentes estrategias políticas y de comunicación. En el 2005 formalizo su precandidatura, con una estratégica campaña política, pues no fue el simple candidato que recorría las ciudades principales del país, prometiendo trabajar por los más pobres y regalando camisetas, de lo contrario su estrategia política tomo mayor credibilidad, pues su discurso se basaba en la justicia, derechos y libertad, realizo giras provinciales, casi por todos los rincones del Ecuador, sus discursos fueron también en kichwa a comunidades indígenas y hasta realizo viajes al extranjero, donde fortaleció alianzas y obtuvo el apoyo de la gran mayoría de emigrantes, lo que tomo como pretexto para sus continuos viajes a Estados Unidos, España e Italia. Asistió a varios eventos internacionales, donde se dio a conocer por su diferente forma de hacer política.

Otro aspecto que lo popularizo más aun, fue la afinidad y acercamiento que el presidente Correa tenía y tiene con el presidente de Venezuela Hugo Chávez, que para muchos era un aspecto negativo, pero que para la gran mayoría de los ecuatorianos era un aspecto positivo. Los dos compartían un nacionalismo de izquierda y neoconstitucional. Mencionó también que si llegara a ser presidente (Rafael Correa) las relaciones internacionales se afianzarían, pero en primer lugar para el desarrollo del país, de lo contrario, eliminaría muchas de ellas pues no permitiría mas injusticia y provecho internacional a cambio de nada para el país.

La ideología social de Rafael Correa lo dio a conocer como un socialista con fuentes cristianas, no marxista, y como un "humanista cristiano de izquierda" que se basaba en una idea de amor y no de odio, que soñaba y trabajaría sin cansancio por un Ecuador sin miseria, donde todos y todas, sin opulencia, pero con dignidad y con elementales niveles de bienestar, puedan tener una vida digna. Esta ideología, que la exponía en sus discursos aumento su credibilidad como un socialista diferente a los demás, punto a su favor, pues en las siguientes elecciones presidenciales ganaría puntos.

En el aspecto económico, se dio a conocer como un ser humano que si llegaría a ser presidente, trabajaría por el cambio radical económico, donde se pasaría de una economía rentista, financiera y descontrolada, a una economía que apoye al sector productivo y a la generación de empleo.

La ideología política, tuvo mayor credibilidad, pues se inicio en la misma, como un ciudadano independiente, que no dirige un partido político, si no un movimiento socialista, integrado por gente joven, nueva en la política y con ideas de cambio, que mas que poder y lugar en el Estado Ecuatoriano, trabajarían por una revolución ciudadana y el desarrollo social. El uso de la política como medio principal para alcanzar el objetivo principal; el de ganar la presidencia de la republica. El Plan de Gobierno se identificaba por ser un plan basado en una revolución educativa y de la salud, y una revolución por la dignidad, la soberanía y la integración latinoamericana.

Es así como el gobierno actual, desde antes de obtener la presidencia, dio a conocer sus ideologías, basadas en el bien común, las mismas que la ubicaron en un alto nivel de credibilidad y apoyo. Y más aun cuando tomo posesión de su poder, puso en marcha sus ideales políticos, económicos sociales y hasta religiosos, aplicados y distribuidos en base a una estrategia de comunicación y política, que hasta hoy en día lo mantienen con credibilidad, quizás no con el mismo porcentaje que en sus inicios, pero con gran apoyo social.

Dentro de las campañas políticas, la propaganda es el elemento fundamental para lograr el objetivo de cada candidato, ya sea a la presidencia o a algún cargo público, o para alguna toma de decisión política. Es entonces que el bombardeo visual y auditivo comienza desde cada uno de los medios de comunicación hasta en las calles del escenario donde se presenta dicho acontecimiento.

Es también cuando cada medio de comunicación se alía a su partido o candidato de la misma ideología, para ejercer su poder de comunicar e informar en función única de quien lo representa, o a la ideología política que más le convenga con interés particular. En varias ocasiones, la información se presenta cambiada o distorsionada, ya que es difundida según fines políticos particulares en beneficio de su representante. Este proceso de información limitada, no era muy evidenciado hace varios años atrás, pero ahora con el creciente accionar político y social que se ha dado en los últimos años es muy claro que tras las pantallas o las emisoras y hasta los periódicos se esconden quienes mantenían el poder económico y político, deseando mantenerse en el mismo poder, utilizando sus empresas de comunicación como medio para dicho objetivo. Que poco a poco este proceso de información limitada u oculta se va debilitando y quizás sin querer mostrando su verdadero lado ideológico.

La forma de hacer política en nuestro país desde hace algunos años atrás ha ido cambiando, pues ya no solo se orienta a los medios de comunicación tradicionales, en especial a la televisión, sino a la participación social dentro de la política, que no en su totalidad, pero que sí, en su gran mayoría luchan por una equidad y justicia social. Bajo este contexto la comunicación, se ha transformado en un instrumento fortalecedor de la Participación Ciudadana, en cuanto su objetivo es optimizar las estrategias de comunicación, de manera tal de aumentar su influencia en la opinión pública.

A raíz de la destitución del gobierno populista de Abdala Buracan en 1997 y de la denominada crisis de la democracia, la relación entre el poder político y el poder mediático decayó hasta llegar a su término. Sin tener apatía con los grandes medios de comunicación y por ende si contar con su apoyo éste personaje, llegó a ser presidente de la república, y a ocupar las primeras planas de diferentes periódicos y ha ser presentado en varios medios televisivos y radiales, no por su buen ejercicio político, sino al contrario, exagerar y usar su poder político como medio de para mostrarse frente al público, no trabajando por la patria, sino siendo el mismo y hasta a veces exagerando por fingir ser uno igual al pueblo.

El debate de este acontecer, en el país pasó a ser cuestionado, pues quienes mantenían el poder económico y político, sostenía que la política está siendo usada como medio de entretenimiento y burla, concluyendo que este ejercicio de poder debe llegar a su fin y con el levantamiento de la gente contra este accionar, movidos por algunos medios de comunicación, destituyeron a Abdala Bucarán de su cargo.

El tema central del debate ya no era la destitución del gobierno, si no la crisis política y las diferentes reacciones sociales, que estaba atravesando el Ecuador, pues pocos años más tarde fue destituido otro presidente (Jamil Mahuad) por la imposición de la dolarización y el feriado bancario que no fue otra cosa que la excusa para cubrir gastos (con el dinero del pueblo) de quienes tenían el poder económico y que ante esta medida se veían afectados.

La crisis política iba imponiéndose en el país, pues 10 años más tarde, Lucio Gutierrez presidente del Ecuador en el año 2005, fue destituido nuevamente por el descontento del pueblo ecuatoriano, y cabe la oportunidad, también para protestar por la participación política que tenían los medios televisivos y la guerra ideología y de poder entre estos, que empezaba a dar forma.

Sobre este acontecimiento político,

Hernán Reyes concluye que; el trasfondo del conflicto inter-mediático que fue notado por las audiencias de esos medios, se deriva del hecho que algunos grupos financieros que mantenían la propiedad de medios de comunicación no tuvieron escrúpulo alguno en utilizarlos para defender sus intereses particulares en esa época de turbulencia (2005) ²¹

Los actores de dicho acontecimiento, ya no fue únicamente el gobierno y su destitución, si la batalla que se presentaba entre los canales televisivos más importantes del país, por defender sus intereses y mantener la hegemonía del poder. Cada uno tirando para su lado y usando información según su conveniencia.

Después de la destitución de Lucio Gutiérrez, la crisis política y la batalla entre medios de comunicación se desarrollaban más aun, aumentando a su lista de noticias de primera plana, a la

²¹ Reyes Hernán” Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo”, Cap. Los Entrecruces entre la Política y Comunicación, Pag, 162. 2010

campana política que poco tiempo después, se dio para la elección de un nuevo mandatario de izquierda que ocupaba el 70% de posibilidad a ser el nuevo presidente del Ecuador, y terminar siendo el Economista Rafael Correa el nuevo mandatario y que ha hecho historia pues aun se mantiene en el poder y con reelección y con credibilidad y aceptación más del 50% de la sociedad ecuatoriana.

El escenario actual del país, está reflejado en la concentración de la participación política y social, que no se ha evidenciado años atrás, y que hoy en día es esta concentrándose, quizás influenciados y bajo la ideología compartida del actual gobierno del Ecuador, o en definitiva movidos por el derecho de participación ciudadana en la política.

El presidente en curso Economista Rafael Correa, ha integrado la lista de personajes célebres que han marcado historia en la Republica del Ecuador. A pesar de ya haber transcurrido 5 años de gobierno , sigue manteniéndose en porcentajes altos en credibilidad y aceptación de la sociedad, aun siendo de izquierda y manteniendo una batalla constante con la derecha y los elementos que la componen , como son principalmente los medios de comunicación tradicionalistas. Se debe quizás, al buen accionar político que ha ejercido y que lo sigue haciendo, pero cabe recalcar también que su éxito se debe a la puesta en práctica de una estrategia de comunicación política basada en el intenso uso del marketing político, y por otro lado el tema de la libertad de expresión que últimamente ha sido usada como medio para fines particulares y que dentro de su gobierno ésta práctica está llegando más allá de su origen.

El enfrentamiento constante entre el gobierno y los medios de comunicación dirigidos por la derecha, no se debe únicamente a las ideologías contrarias entre estos, sino también al mal uso de la libertad de expresión, que esta se la está practicando, con fines particulares de la derecha y que el gobierno de izquierda la evidencia como violación a dicha libertad de expresión en nuestro país.

Otro aspecto que ocupa las primeras planas del comercio y espacios televisivos y radiales, es la personalidad que el presidente posee y la forma de enfrentar los diferentes acontecimientos, pues menciona que la frontalidad agresiva y hostil y la facilidad discursiva del presidente , no es una forma adecuada de un actor político que encabeza dicha sociedad.

Otro punto de ataque de los medios tradicionales de comunicación hacia el presidente, es la forma en cómo usa los medios, ahora públicos, antes privados incautados por falencias de sus dirigentes, son usados para su rendición de cuentas, todos los días sábados, que no lo ven como rendición de cuentas, si o como espacio para hacer campaña política y mantenerse en el poder. Cuando su verdadero fin o fue este, al menos esto se aparenta, de lo contrario su fin desde su campaña era la reconstrucción de la patria, que tras el periodo de ruptura de gobernabilidad entre 1997 y 2005, la patria quedada prácticamente destruida, tenía una nueva esperanza de ser cambiada, recuperando valores de institucionalidad, con un slogan que lo identificaba; “La patria ya es de todos”. Recuperado los símbolos patrios que tal vez fueron maltratados, usando himnos que constituían términos como;” patria tierra sagrada” o “mía como mi madre”, logrando crear conciencia sentimentalismo en la sociedad ecuatoriana, para que de esta forma reformular el imaginario ciudadano de la política, que se encontraba roto por la crisis política que trajo como consecuencia la separación del estado y la sociedad civil (1996-2006).

La comunicación y en si el periodismo ha sido medio para que periodistas estrellas de derecha disfrazados, se lancen como políticos “defensores de la patria” pero que lo que buscan es defender sus instares particulares y el de sus representantes, haciéndole ver al presidente como casi dictador, que quiere manejar a la patria a su antojo y que por su personalidad no acepta opinión alguna contraria a la de su ideología. Como ejemplo tenemos a los periodistas principales Carlos Vera y Jorge Ortiz, entre otros, quienes en su medio de comunicación e influenciados por sus jefes, trabajaban día y noche por decir todo lo contrario de lo que el presidente era y haciéndolo ver como un personaje de farándula que busca mantenerse en el poder a como dé lugar y difundiendo comentarios e información en contra del gobierno, todo con un fon de hacerlo renunciar o llamar a la ciudadanía a una rebelión para destituirlo el cargo, cosa que hasta hoy en día no se ha logrado hacer. Si no que de lo contrario estos periodistas tuvieron que salir por su mal ejercer periodístico y por querer ser “actores políticos trabajando para el bien de la sociedad”. Cuando no son más que monigotes de los grupos de poder económico y político que tienen ideologías contrarias con el actual gobierno, pues con el proceso de administración de la economía, de bienes públicos de de poner en alto términos como la libertad de expresión y comunicación que se está practicando en el país, los beneficios de los grupos mencionados van en otra dirección que no les conviene para mantenerse como dueños del país.

La participación ciudadana y política que existe entre la sociedad y el gobierno, ha dado paso que el gobierno siga manteniendo su status como presidente revolucionario y con apoyo y aceptación del pueblo ecuatoriano.

Hernán Reyes menciona; una verdadera participación política no se remite exclusivamente a la esfera pública ni a u espacio estatal, pues requiere mucho más que “la articulación de intereses diversos y el respeto a las garantías individuales”. Así el liberalismo político, al que responden de alguna manera las libertades de expresión, asociación, prensa y otras es solamente uno de los aspectos de la política y solo una de las responsabilidades el estado.²²

Es oportuno mencionar que la libertad de expresión no ha sido ejercitada de manera completa, siempre ha tenido interés de por medio, y quizás a un los tenga, pero ya o con los mismo fines de la partidocracia tradicionalista que solo vela por sus interese. Hoy en día en menos o mayor media la libertada de expresión es un proceso que está siendo practicada por la gran mayoría de la sociedad, con fines diferentes, pero que de cierta forma han sido escuchados, quizás aun no con solución inmediata, pero con el accionar político y social actual, no estar lejos de tener respuesta alguna.

Ahora, los llamados a ejercer la política, son los partidos políticos, grupos organizados de personas, que buscan por medio de la legalidad y la justicia, ejercer el poder en un país. Por ende, son estos partidos políticos, que ejercen la política, quienes ostentarán el uso de la fuerza legítima, en función de velar, por el bien común, el bien del todo por el todo.

Los medios de comunicación, no en su totalidad, pero la gran mayoría, deben ser creados y orientados, como su nombre los define; para comunicar e informar, mas no convertirse en instrumentos de poder y políticos, pues en los últimos tiempos se han caracterizado como tal, ya que algunos grupos financieros que poseen medios de comunicación, hacen de de estos empresas de promoción y publicidad, que trabajan por intereses particulares, los mismos que les permiten tener un espacio y poder público, manteniéndose siempre en el mismo lugar.

Ibid.Pag.,180

La política no debe ser usada únicamente como instrumento de publicidad o poder dentro del estado, es una participación social que sea manejada por interés diversos pero con fines comunes, donde todos, hombres y mujeres participen en el ámbito de la política y sus ideas e interés positivos, que al articularse formen un fin que es la participación en su totalidad, política, económica social y religiosa que sea base para el desarrollo social.

El actual presidente del Ecuador (Economista Rafael Correa) es un claro ejemplo de cómo el accionar político adecuado conlleva a grandes ideas y esas ideas a grandes cambios, que es el cambio o la revolución que nuestra patria está atravesando para un desarrollo político, económico social y como no hasta religioso. Todo por una equidad y justicia social para un bien común.

CAPITULO 4: RELACIÓN COMUNICACIÓN – POLÍTICA - PODER

4.1 COMUNICACIÓN PÚBLICA

Los medios de comunicación se constituyen como un elemento totalmente integrado de la estructura de poder del estado. En su aplicación práctica, es de mayor utilidad que las fuerzas armadas. Definitivamente hay desventajas en utilizar la fuerza, mientras que, la propaganda y las relaciones públicas tienden a ser menos disruptivas para el flujo normal de negocios.

El principal objetivo de los medios de comunicación es modelar la opinión pública de manera que genere apoyo a los temas denominados de interés ciudadano; la televisión pública y el internet representan la mayor amenaza a ese proceso. Ambas brindan fuentes divergentes de información las cuales se mantienen al margen del proceso de filtrado amistoso con los “negocios”.

La mayoría de medios de comunicación en el país, los principales, son de carácter privado, lo cual les convierte totalmente en medios informativos con fines de lucro plenamente; obteniendo como meta final que es ejercer un completo control sobre el ciclo de noticias de modo que los eventos puedan ser arreglados de manera tal que sirvan a las necesidades del negocio.

El público debe estar prevenido para ver la relación entre el estado y la industria, estado que tampoco dudará en manejar los contenidos de sus mensajes de tal manera que la opinión pública los perciba de la forma adecuada para el negocio del estado, es decir, que genere los resultados esperados por éste.

Para lograr esto, los medios de comunicación deben aparentar que funcionan de manera independiente y hablar con diferentes voces cuando, de hecho, simplemente reiteran el mismo mensaje desde varios puntos ventajosos. Una búsqueda sencilla en un buscador en la web, de cualquier encabezado de noticias confirmará la veracidad de esto.

Al presentarse este tipo de tratamiento en los hechos noticiosos podemos constatar y aseverar que No hay diversidad de opinión en la noticias de los principales medios de comunicación, está delimitada y es uniforme de acuerdo con las políticas e intereses de la empresa o medio.

Los medios de comunicación, en su mayoría, tal y como los conocemos, están diseñados para estimular el deseo de consumir bienes y para evitar cualquier información que pudiera instigar a un mayor compromiso que el que debe en el proceso político.

Esto explica por qué la inmensa mayoría de noticias son relatos entretenidos de tragedias relacionadas con el clima y secuestros, escándalos políticos, en lugar de una cobertura sustantiva de eventos reales de la problemática ecuatoriana.

Los medios de comunicación que están en manos privadas operan de una forma que va en contra del ideal de mantener un "*público informado*" en una democracia participativa; es un modelo que entrega el control de la información a un tipo de guardias corporativos, cuyo criterio está opacado por su deseo de obtener máximas ganancias.

No podemos esperar imparcialidad de un sistema privado cuyos principales jugadores tienen intereses tan obvios en el resultado. Ni tampoco podemos esperar que semejante sistema sea "*libre*" en cualquier sentido significativo de la palabra

Los medios de comunicación tienen que funcionar dentro de sus propias reglas y parámetros; está limitado estructuralmente a consideraciones de "*resultado final*". Eso hace que un "*análisis sin prejuicios*" sea virtualmente imposible.

La Internet es, en muchos aspectos, el perfecto modelo democrático para la información-distribución. El público es libre de buscar su información en un amplio abanico de opciones y (de lo que podemos deducir) va normalmente a sitios que proporcionen noticias que sean consistentes con su propia visión del mundo.

Silenciar a grupos de personas con las cuales discrepamos, la fuerza a que se expresen de maneras menos constructivas. La censura allana el camino a la violencia. Estos son temas que requieren un compromiso y movilización pública para influenciar drásticamente en los cambios necesarios en la política.

Los efectos que los mensajes emitidos por los medios ha sido siempre ese sector de la investigación sobre la creación de la opinión pública en el que parecía que se estaba intentando contestar, a la cuestión filosófica última sobre la libertad del ser humano; y siempre se creyó, de igual manera, que esa libertad se defendía atacando a los medios: había (y aun existe) el prejuicio de que el hombre contemporáneo es un producto de esos medios de Comunicación.

De cualquier forma como se la quiera ver, la opinión pública resulta ser para el ciudadano como una fuerza extraña; el encuentro que se produce entre de ambos en la que la modificación en el *contenido* sea atribuible, sobre todo, a los cambios sociales. Pero la forma es una adecuación de la política a los modos narrativos de la prensa escrita, la radio, la televisión y la publicidad; incluso una cierta formalización nueva ha podido también aportar algunas inducciones al cambio de contenidos, aunque nos parece razonable atribuir la mayor parte de estos cambios a los propios cambios sociales generales.

Con todo, forma que ha tomado el nuevo discurso político induce a su vez una idea general de *la política* que, al margen de los contenidos, la sitúa como un modo más de narración argumental o novelada que le aporta unas características literarias que hacen recordar a las narraciones mitológicas, con sus héroes, desastres, frustraciones, finales felices o desdichados, y una percepción de ello.

Una política estructurada de esa manera es una política nueva (aunque no del todo), en particular si la comparamos con la política inicial de la modernidad, con una seriedad y una profundidad, si no siempre reales, al menos así dramatizadas como tale; puede decirse que esta absorción retórica es una necesidad informativa derivada de las estructuras preestablecidas en la construcción del relato informativo.

Se ha dicho, fundado sobre datos experimentales, que el contenido del pensamiento político de los que ven mucha televisión, se aproxima hasta el punto de casi desaparecer. Y este cambio, desde el punto de vista del receptor, se imputa a la TV.

Probablemente haya, en la retórica político–televisiva, un elemento moderador de los planteamientos partidarios, hasta el punto de aparentar una uniformización de ese pensamiento. Quizá habría que matizar, desde la perspectiva del discurso político–televisivo, en el sentido de lo que parece ser una de las reglas mediático–políticas que me atrevo a enunciar (podemos llamarle la *regla de la presentación amable*): los planteamientos políticos partidarios han de poder ser entendidos como válidos para todo el mundo. Y esa validez le resta radicalidad a toda propuesta partidaria. Y esto no sólo es una exigencia de los medios (que a veces exigen confrontación y radicalidad) sino la constatación de la reducción de las diferencias políticas en los países tanto desarrollados como los subdesarrollados que tiene que ver, con la reducción de las diferencias sociales y con el imperio de las llamadas clases medias.

Desde la perspectiva de los efectos de los medios, esto significa que el modelo clásico experimental es insuficiente si no se integra en un trabajo de *conocimiento del conocimiento*, es decir: debemos saber que ocurre en el trabajo mental o en la asimilación cognitiva de los medios. Muchas de las investigaciones recientes, desde distintas perspectivas, van por ese camino. En este sentido, han perdido vigencia los procedimientos de análisis experimental a corto plazo en beneficio de los análisis cognitivos encaminados a desvelar las lógicas del sujeto o del grupo de cara a conocer efectos a medio y largo plazo.

4.2 COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Las sociedades latinoamericanas y sus sistemas políticos, se ven enfrentados constantemente a acelerados cambios culturales y tecnológicos. Paralelamente, los medios de comunicación se han constituido, en el transcurso de los últimos años, en actores inevitables de ese proceso. La relevancia que los políticos profesionales les otorgan, especialmente a los medios electrónicos, contribuye a consolidar la posición casi hegemónica que les permite, a los medios, determinar la imposición de temas y personajes que se convertirán en el centro del debate de la opinión pública.

A partir del surgimiento y desarrollo de los medios masivos de comunicación, las diversas esferas que constituyen la vida social se han visto comprometidas con diferencias de grados y

modalidades de configuración variadas, en un proceso al que suele llamarse mediatización; el interés o la preocupación que generó en los países de América Latina permitió que en la discursividad mediática los términos ideo política, espectacularización de la política o farandulización de la política se hayan tornado relativamente familiares.

Más que antes, los diferentes medios de comunicación se han convertido en espacios y figurantes principales de la política, en la actualidad con más participación. Pues los diferentes medios, con mensajes, noticia en si con información, tienen la capacidad de mostrar y cambiar la sociedad actual, sumergiéndose en la agenda social y la política par que de cierta forma la sociedad actúe según sus intereses.

La televisión actualmente se ha convertido en el medio de comunicación más relevante para la política, ya que se la ha utilizado para bombardear a la sociedad con propaganda política para las diferentes funciones de control y participación dentro del país.

La intervención de dirigentes políticos, de asesores de imagen, profesores ceremoniales y como no asesores comunicacionales, encaminados bajo el sistema político, han dado paso al indicio de que la comunicación política se produzca cada vez más en función de la lógica del marketing. Este fenómeno es reconocido por la existencia de figuras políticas estrictamente mediáticas. Es decir, que viven de su exposición en los medios; construyen su figura pública gracias a los micrófonos o cámaras que están siempre a mano registrando sus movimientos. Sin embargo, no resulta tan evidente saber que otras tareas desempeñan, además de figurar programas de televisión, hablar por las radios o ver publicadas sus declaraciones en los periódicos.

Por otra parte, para vincular la comunicación-política, debemos inicialmente vincular los términos democracia y medios de comunicación, ya que en la sociedad actual estos conceptos se hallan sumamente ligados, no podemos hablar de democracia sin una prensa libre y ésta, a su vez difícilmente puede subsistir sin un sistema político.

Los medios de comunicación tienen como primera razón de ser el desarrollo pleno de la libertad personal, para que la adhesión al sistema político sea más voluntaria que coercitiva. Por otro lado, un segundo umbral que se debe tomar en cuenta en la democracia, es la obligación moral de todo participante de la sociedad, ya que ambas posturas forman parte también de los medios de comunicación.

4.3 COMUNICACIÓN Y PODER

El concepto de poder está relacionado con el concepto de dominio, pues quien tiene el dominio, tiene el poder. Es decir el poder es el dominio que ejerce una persona sobre otra. Más claro, el poder de unos seres humanos sobre otros comienza con la apropiación del tiempo de los muchos por parte de los pocos, así el poder podrá imperar, y será poderoso quien reúna para sí el tiempo de muchas vidas humanas.

Desde siempre, este ejercicio de poder a imperado en todas las culturas desde sus inicios, pues tenían poder quienes disponían de muchos esclavos, de muchos campesinos, que se dedicaban al trabajo y servicio de quienes lo dominaban, en las batallas, los soldados que podían matar y en ocasiones morir por quien ejercía el poder sobre ellos.

Bajo este contexto, se puede entender que el concepto de poder está relacionado íntimamente con el concepto de ideología y política, pues estos tres términos se complementan al ejercer estrategias de prácticas económicas, políticas, sociales y religiosas. Por consiguiente el poder es ideológico y al ponerlo en práctica, busca implantar una ideología sobre otra.

En conceptos más técnicos, el poder es la capacidad de producir efectos por parte de una fuerza en un ambiente. En un sentido sociológico, el poder es siempre poder del hombre sobre el hombre, es decir, es la capacidad para producir efectos importantes sobre el comportamiento de otro hombre.²³

Entendiendo las palabras de este autor, la relación de poder es ejercida cuando unos logran que otros hagan lo que los primeros quieren, sin tomar en cuenta la anuencia de los segundos. Se comprende así, que el poder es el mando y el control de unas personas hacia otras, bajo un determinado objetivo.

Ahora, complementando lo anterior, dentro del campo comunicacional el poder hace de la comunicación un servicio para su beneficio, donde éste ejerce dominio y manejo sobre la comunicación, usándola para distintos intereses. Es decir la comunicación se convierte en el

²³ Fernández, G., Oscar, Weber y Foucault: http://reflexiones.fcs.ucr.ac.cr/documentos/81_2/weber.pdf Acceso. 20 diciembre 2011

medio de la política y de los mandos de poder, para difusión y aceptación de ideas dominantes. Dando paso entonces, a darle un sentido contrario a la verdadera función de la comunicación, haciendo lucir el papel de mala y persuasora, ya que en este escenario de poder y medios de comunicación, quien impone las reglas del juego, de los medios de comunicación, es quien tiene el poder. Mientras más poder, mas es el interés, la prioridad de los medios más que informar es entretener, pues de esta forma se ganaría audiencia y por ende más dinero. El problema no radica únicamente en la manipulación de los medios y los mensajes, sino también de quien los manipula y los intereses del poder.

El poder que ejercen los medios de comunicación, es determinante, pues con un solo mensaje, pueden cambiar, anular y mezclar ideologías, y en varias ocasiones creando un caos social por la ideología no definida y el desorden mental que cierta difusión de mensajes crea en los seres humanos. La comunicación forma un entramado de actitudes y acciones sociales encaminadas a una reciprocidad. Es así entonces que los medios de comunicación y la comunicación deben armar un espacio de actuación reciproca, bajo interés y bienes sociales, mas no ser medios o vehículos que conlleven a la realización de objetivos en servicio de interés del poder.

CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DEL GOBIERNO DEL ECON. RAFAEL CORREA DELGADO. ESTUDIO DE CASO: CANAL TELEAMAZONAS Y DIARIO EL COMERCIO

Para efectos de construir conclusiones valederas frente a nuestro tema de tesis, es preciso antes realizar un breve pero profundo recorrido sobre el hecho que de alguna forma u otra inspiró en nosotras las ansias de llegar a ver un poco más allá de lo aparente, involucrándonos en todo un proceso investigativo sobre el papel preponderante que en situaciones como las ocurridas en el 30S, momento a partir del cual la relación medios y estado (poder) se ha visto más activa. Permitiéndonos analizar también de manera más profunda el comportamiento y tratamiento de la comunicación pública por parte de medios de comunicación, estado como representación del poder y ciudadanía.

Como ya es de conocimiento público, el jueves 30 de septiembre del año 2010, las fuerzas de la policía se sublevaron e iniciaron una protesta en la cual exigían la derogatoria de la aprobación de la ley de servicio civil que les quitaba beneficios y prebendas a los miembros de la policía y fuerzas armadas. Sin embargo la policía seguramente esperando una reacción popular mantiene su posición frente a la amenaza del Presidente de convocar al nuevo mecanismo de la constitución de Montecristi. Este nuevo mecanismo denominado la muerte cruzada otorga al Presidente la facultad de disolver el congreso por una sola vez en los primeros tres años de su mandato, gobernar por decreto hasta que el tribunal electoral convoque a elecciones tanto del presidente como del congreso.

La reacción inicial fue positiva, al parecer se contaba con el apoyo no solo de la policía sino también con la tropa del ejército. No existió protección policial en las ciudades durante todo el día, se produjeron saqueos y actos vandálicos aprovechándose de la situación. El presidente Rafael Correa, en una reacción muy visceral acudió esa mañana al cuartel de la policía en el que se supone se daría una negociación directamente con los sublevados pero fue abucheado y pifiado por los uniformados; éste en un acto teatral propio de un hombre ególatra y “todopoderoso” se abrió la camisa y comenzó a gritar enfurecido que lo mataran ahí mismo si eran tan valientes. Al retirarse algunos policías en medio de insultos y exigencias echaron

algunos golpes y gases lacrimógenos al Presidente lo cual fue interpretado como un intento de asesinato que sería el discurso que se manejaría durante el resto de la jornada y en los subsiguientes meses. Al ser tan fuertes las agresiones y estar recientemente operado de su rodilla el Primer Mandatario solicitó helicóptero para ser trasladado de ahí sin embargo al no poder aterrizar, el Presidente Correa tuvo que ser ingresado en el Hospital de la Policía (ubicado al noroccidente de la ciudad) que quedaba al frente del cuartel mientras los policías amotinados rodearon el edificio de donde no lo dejaron salir en todo el día. Mientras tanto en el resto del país se produjeron marchas de diversos grupos sociales, policiales y empresariales. Guayaquil fue saqueado en algunos puntos de la ciudad, bancos se cerraron y las actividades se paralizaron por completo.

En horas de la tarde los ánimos bajaron un poco pues parecía que el gobierno logró retomar el control, los canales de televisión y radiodifusoras dejaron de transmitir lo que pasaba y fueron forzados a retransmitir solo lo que los medios de gobierno presentaban. En ese momento solo por medio de las redes sociales y los medios de comunicación por internet se podía conocer los hechos que acontecían

El canal estatal se limitó a transmitir todo cuanto a su líder podría interesar, es decir, que mostraba imágenes de manifestaciones a favor del gobierno, gente llorando pidiendo por la libertad de su presidente. Reportes independientes, mediante Twitter, y Facebook decían otra algo completamente distinto.

Alrededor de las seis de la tarde luego de las supuestas negociaciones fallidas con los policías sublevados Correa, comenzó a hablar en la televisión estatal que él no iba a negociar. En determinado momento se escuchaba ruido y dijo que lo que le pasara era culpa directa de la policía, de la oposición, de Lucio Gutiérrez, que estaban orquestándole un golpe de estado. Es importante aclarar que en este punto con excepción de ciertos grupos, todos los ciudadanos mostraron estar seriamente preocupados por lo que podría pasar ya que la incertidumbre y el juego mediático producto de las acciones del presidente mantuvieron en zozobra a todo el país.

El alcalde de la Ciudad de Guayaquil Jaime Nebot en declaraciones realizadas a CNN mencionó que apoyaba la democracia, pero que el único culpable de esto era el mismo Presidente que con su discurso de barricada y sus acciones había incitado esta violencia. En determinado momento Correa tuvo que cortar sus declaraciones que brindaba a los medios estatales porque al parecer la policía intentaba ingresar en la habitación donde estaba atrincherado.

Paralelamente en las instalaciones del canal estatal un grupo de personas ingresaron a la fuerza al estudio rompiendo puertas y vidrios y se sentaron con los presentadores, que exigían respeto por su labor de periodística. Las personas que ingresaron abruptamente al estudio del Ecuador TV y Radio Pública demandaban que era inaudito que se transmitiera únicamente la versión oficial del gobierno y que se permitiera a los canales independientes hablar; afirmaron no estar en contra de Correa, lo acusaron eso si de ensalzar la violencia y pedían una salida negociada y constitucional a esta crisis; en el momento que un segundo manifestante toma la palabra la señal salió del aire, la seguridad del canal logró someterlos y retomar la señal donde lo único que se oía eran personas llorando y clamando por la vida del Presidente; esto evidenció claramente que la censura aplicada a miembros de la ciudadanía y de la prensa independiente fue total.

Alrededor de las nueve de la noche Ecuavisa seguido de Teleamazonas dejaron la retransmisión estatal para transmitir la suya normalmente. Por la transmisión del canal Ecuavisa la ciudadanía entera pudo presenciar los instantes en que empezó un operativo de rescate por parte de las fuerzas armadas y grupos de la policía leales al presidente, este rescate se convirtió en una batalla campal en las instalaciones del centro hospitalario que se trasportó hacia las afueras del mismo, desconociendo todas la normas internacionales sobre el respeto a las casas de salud en este tipo de acontecimientos.

El ruido era ensordecedor de lo que se podía ver, con bengalas, gases lacrimógenos, y ruido de ametralladora. En algún momento parecía que estaba observando una película de acción, o reportes como los de la guerra de Irak. Hubo un momento muy dramático en que el camarógrafo de Ecuavisa recibe un disparo en la pierna y se ve como la cámara cae con el mientras hablando el presentador de televisión le pide que no se exponga innecesariamente pero que si puede que siga transmitiendo. Pasada la conmoción inicial el camarógrafo continúa mientras Hernán Higuera narra lo que ocurre.

En el momento que salen los miembros del GOE protegiendo al presidente de los policías sublevados no quedó claro recibe un disparo y es ejecutado en frente de las cámaras de televisión. Triste final que se pudo haber evitado si el presidente hubiera declinado su posición para evitar tanta violencia.

Aproximadamente 15 minutos más tarde aparece el Presidente ante una multitud concentrada afuera del palacio desde horas de la tarde, en la Plaza de la Independencia en las afueras de Carondelet, donde extrañamente, estaba todo listo para un recibimiento apoteósico, con parlantes. Correa se lo veía bien vestido y hasta muy bien peinado como que si no hubiera pasado nada; dando un discurso magistral donde promete no perdonar ni olvidar, proseguir hasta la victoria siempre, y nada conciliador después de lo ocurrido.

Podemos plantear algunas lecturas sobre los hechos acontecidos durante el 30S. La primera es que, todo fue un evento manejado de manera maestra por el primer mandatario Rafael Correa que lo fortalece una vez más. ¿Un genio de la política que superara a Velasco Ibarra? No lo creemos sino solo un buen estratega que junto a un buen manejo mediático tiene más poder y control que Febres Cordero. La segunda es que esta oportunidad que se requería por la oposición no cohesionó como pudo haberse esperado, esto debido a la desinformación manejando de esta forma el Presidente todo un discurso en el que se evidenciaran a los culpables.

Lo tercero, es que aquí se presencio la farsa más grande de los últimos tiempos, teniendo como hipótesis que todo fue un teatro orquestado por el gobierno para ganar popularidad en momentos en que no lo tenían para llamar a muerte cruzada; ya que como algunos sospechan, lo mismo ocurrió en Venezuela, orquestado por el mismo gobierno para lograr ventaja y ver quiénes eran los que sacaban la mano y tiraban piedras.

Podemos sacar varias conclusiones o seguir elaborando conjeturas, lo cierto es que en un Estado como el ecuatoriano es posible pasar del amor al odio institucional en un dos por tres, sea que para ello el grupo de poder preponderante tenga o no que pasar por encima de quien fuese necesario, llegando a involucrar a todos los actores de la sociedad civil para que su objetivo sea cumplido y la ciudadanía sometida.

Cualquiera que fuere la conclusión sobre el acontecimiento mencionado, es evidente que no fue una estrategia política del primer mandatario para ganar mayor popularidad y mantenerse en el poder, pues en el discurso expuesto de la Revolución Ciudadana no constaba la muerte de personajes que luchan y reclaman por la justicia, como en este caso se dio, ya que personas inocentes y sin culpa dieron su vida, reclamando justicia y libertad de derechos. Esta “protesta social” terminó en un caos político y social, pues actores a favor y en contra del gobierno terminaron; unos por perder la vida otros heridos y los daños físicos fueron extensos incontables. Se creó un desorden ideológico, pues la credibilidad del gobierno se puso en tela de duda, ya que se especulaba que todo era un plan realizado por el gobierno, pero por otro lado también se comentaba que todo fue una obra planeada por los grupos más reconocidos que no simpatizan con la ideología del presidente, pues de esta forma lograrían destituirlo y bloquear con la participación y hechos que se estaba desarrollando en bien común y fomentando la justicia, la cual daba paso a que los grandes grupos de poder también se involucren en la nueva justicia y tengan las mismas obligaciones y derechos que los demás ciudadanos, aspecto que no fue acogido por estos grupos y que fue punto de partida para el desacuerdo y la pelea de los mismos con la Revolución Ciudadana y su máximo líder Eco. Rafael Correa. Lo cierto es que, si este era el plan, no tuvo resultado positivo alguno, de lo contrario el pueblo ecuatoriano en su gran mayoría, asentó su apoyo y credibilidad al primer mandatario.

El papel de los medios de comunicación, en ese momento fue tambaleante, pues los que tenían afiliación a los grandes grupos de poder, en los primeros momentos, presentaban la noticia bajo contextos de intereses políticos opuestos al presidente, y que de cierta manera apoyaban a la revuelta social, mientras que los públicos, fueron atropellados grotescamente, al presentar la información y el acontecimiento tal y como se desarrollaba.

Así, el caos de información también fue desconcierto, debido a que no se podía tener credibilidad a tal o cual información, pues cada medio informaba sin límite ni verdad comprobada. La información entonces se encontraba distorsionada y la libertad de expresión atropellada, la función real de los medios no se evidenció, pues de ser medios de comunicación pasaron a ser únicamente medios de información y cada uno tiraba para su lado. Cuando de lo contrario debieron unirse y crear un solo medio de comunicación, el cual informara bajo el verdadero contexto de la verdad. Se evidenció así, que existía una división y rivalidad entre medios de

comunicación, que solo velaban en aquel entonces por intereses de sus dueños y actuaban en función a ellos. Al presentarse dicho caos de información, en el transcurso del 30S, se dispuso que la única señal abierta para transmitir dicho acontecimiento era la del canal público Ecuador TV, pues de esta forma se presentarían los sucesos tal y como se van desarrollando. Esto creo controversia entre los demás medios de comunicación y entre determinada parte de la sociedad, pues se comentaba que esta decisión es un abuso y bloquear la libertad de expresión, lo que les enfureció mas y se tomaron las instalaciones de dicho canal, dejándolo casi destruido.

Es entonces que los medios de comunicación como tal, no cumplieron su verdadera función y de ser medios de comunicación, pasaron a ser parte del caos social de aquel entonces. Más aun se asentó la rivalidad de algunos medios, (los más reconocidos) con el presidente, pues a raíz de tal acontecimiento, el rechazo y la disputa entre estos dos fueron más frecuentes, hasta llegar a problemas legales. Tal es el caso del Diario El Universo, que cierta opinión publicada por uno de los columnistas y accionista de dicho diario creo polémica social y hasta internacional, ya que en esta publicación, con palabras elegantes, acusaba al presidente de ser autor del 30S y disponer matar a quien interviniera en contra, acusación que llevo a oídos del primer mandatario enfureciéndolo y obligándolo a tomar decisiones legales por falsas injurias contra él.

Acusación que llevo a tribunales e instancias internacionales, pues estas últimas bogan a favor de dicho columnista del periódico El Universo (Emilio Palacio), pues mencionan que es atropellar la libertad de expresión, mientras que el primer mandatario y sus aliados aluden que dicha publicación es atentar contra la dignidad del presidente y la injuria se paga con cárcel y cierto aspecto económico. La sentencia se dicto a favor del primer mandatario, pero mientras tanto el acusado, pido asilo económico al exterior y se encuentra prófugo de la justicia.

Se desarrolla entonces el enfrentamiento entre los medios de comunicación y el primer mandatario, Pues se los acusa de ser una prensa corrupta que coarta la libertad de expresión y que en ocasiones atenta con la dignidad de las personas, mientras que los medios, la gran mayoría, acusan al presidente de ser autoritario y de ser un lobo disfrazado de oveja.

La verdad solo se la puede constatar con los hechos, y en los últimos tiempos la política de gobierno ha permitido que los hechos y acontecimientos positivos muestren las intenciones sociales, económicas y políticas que el Econ. Rafael Correa tiene pretende para el Ecuador que, si bien es cierto, se presentan aspectos inconclusos o quizás irrealizables, pero también es cierto que desde el inicio de su gobierno. el país ha ido tomando otro aspecto en todo sentido, y que poco a poco en pequeñas o grandes cosas y acontecimientos se refleja el desarrollo del país.

6. CONCLUSIONES

El escenario del siglo XX, ha sido espacio para la construcción de procesos de mediatización. El surgimiento de nuevas tecnologías de información y con más énfasis los medios de comunicación, han dado origen a un sistema de control, pues los medios, más que un espacio de comunicación, se han convertido en espacios de poder político y acostumbrados a fijar la agenda de gobierno, presionar a los gobiernos para que se direccionen en determinados modelos de desarrollo, queriendo intervenir permanentemente en la política, bajo ocultos intereses del poder.

Estamos viviendo una tendencia hacia la política mediatizada, es decir los medios de comunicación se meten al campo de la política, quieren robarse legitimidad de los políticos, han coadyuvado para poder afectar la credibilidad de los políticos, y en determinadas ocasiones han servido de mediadores para la difusión y mantención de ideologías, ya sea políticas, económicas, sociales o religiosas, que se direccionen por interés particulares del poder.

Este escenario, no ha sido estático, pues, el fenómeno de enfrentamientos entre medios de comunicación y gobierno se ha extendido por diferentes países como; Venezuela, Argentina, Honduras y Bolivia entre otros. Pues éstos (medios de comunicación, principalmente los privados), han sido afectados como empresas y grupos ideológicos, políticos y de poder.

Dentro del contexto nacional, podemos evidenciar que varios de los grandes medios de comunicación (ahora incautados) Tc Televisión, Gamavisión tuvieron una fuerte vinculación con los grupos económicos del país más relevantes, y en la actualidad Teleamazonas, que tras el disfraz de haber vendido acciones, se supone que sigue en manos del grupo Egas, dueño de entidades bancarias, medios de comunicación entre otros. Entonces cabe mencionar que, quien tiene el predominio de la información, tiene el poder. Así estos grupos manejaban y manejan a su proceso de interés, la información para la manipulación.

Desde que el primer mandatario tomo parte de su posesión como presidente del Ecuador, los medios de comunicación, y con particularidad los de mayor audiencia, tuvieron cierta indolencia y una desconcertante sensación de sorpresa, lo que enseguida dio paso a la inconformidad y resignación. De ahí que los medios de prensa tradicionales ecuatorianos, se dedicaron a la investigación más profunda de quien, como, donde y porque, es ahora el Econ. Rafael Correa el primer mandatario. Se transformaron en medios de comunicación a medios de información,

muchas veces tergiversando la información y utilizándola como medio de poder. Es desde entonces que se originó el enfrentamiento entre ambos poderes, pues el presidente argumentó que los medios de prensa ecuatorianos, son empresas que carecen de ética periodística y cuestionan violentamente su rigor profesional. Los medios cuestionan duramente esta crítica y se crea un enfrentamiento y disputa de poderes. Creando incertidumbre en las diferentes audiencias.

La distorsión de una noticia convierte una situación aislada en una batalla informativa, con el único objetivo de salvaguardar prestigio tanto del gobierno como de los medios de comunicación, ¿Quién dice la verdad? ¿Quién está mintiendo? Éstas son las preguntas, pero a la vez reflexión, al observar el poder e influencia que tienen los medios de comunicación ante situaciones que alteran su estabilidad y credibilidad.

El 30S no fue un golpe de estado típico, fue un golpe de estado ambiguo que ha ido subiendo de tono, complejizándose cada vez más, frente al cual todavía no se ha logrado develar los actores que estuvieron detrás, tanto a nivel político como a nivel de sectores de la oficialidad; Fuerzas Armadas y Policía Nacional. El acontecimiento mencionado (30 S), fue un evento que mas a lesionado la credibilidad y la imagen del gobierno y desde ese punto de vista se debería evaluar la posición de los medios, frente a la consulta popular, que fue un acontecimiento que creó el gobierno para crear legitimidad y poder recuperarse del nivel de afectación que su frío en dicho acontecimiento.

El escenario de crisis no está disuelto, es más está planteado en un contexto distinto, catalizado por la misma sublevación que implicaba un supuesto golpe de Estado y por ello es necesario ser lo más exactos posibles en su estudio para dar el mejor tratamiento a un problema cuyas proyecciones no se agotaron en el 30S, tal como se ha denominado a esa fecha y acontecimiento puntual. Culpar de todo a Sociedad Patriótica y a los hermanos Gutiérrez nos puede hacer perder de vista otros factores o variables que incidieron en la crisis y en general en el proceso conspirador que siempre estuvo en curso. Hacer lecturas simplificadas es un error que puede llevarnos a cometer graves equivocaciones.

Por ello, es necesario señalar que el centro de gravedad donde converge el conflicto de lo que antes se conocía como ‘lucha de clases’, es la Asamblea Nacional, donde se expresa la socio diversidad característica del Ecuador y la incapacidad de las élites tradicionales de asumir las consecuencias de su gestión hegemónica, interviniendo para evitar una reconstrucción de la comunidad política nacional con un sentido redistributivo, participativo y soberano.

En conclusión, los medios de comunicaciones son instituciones que tienen profuso poder en la sociedad contemporánea, los procesos de construcción de la opinión pública son procesos mediatizados, es decir, la gente no puede relacionarse directamente con la realidad necesita de los medios de comunicación masivos en sociedades tan complejas y diversas como las nuestras.

Después de 5 años, aun tomando en cuenta ciertos niveles de aprobación de la gestión descendente de las últimas semanas, es indudable que el Gobierno del Economista Rafael Correa, sigue manteniendo una hegemonía y una primacía bastante pronunciada, muy lejos de cualquier otro liderazgo político en el Ecuador, y esto en buena medida, se debe a este manejo informativo, publicitario y propagandístico que el gobierno ha realizado con una ingente inversión de recursos económicos.

A pesar de que en varias ocasiones, el poder de los medios de comunicación, trató de anular el actual proceso de gobierno, no pudo continuar con su objetivo, pues el gobierno se mantuvo firme en su posición de líder y sobretodo manejo su poder de forma rigurosa y determinante, aun que por el camino tuvo que poner fin a ciertas mafias que manejaban la información a través de los medios, de acuerdo a sus interés privados, les hizo rendir cuentas, incautándoles una de sus principales empresa, las de comunicación, para hacer de estas un bien público en beneficio estatal y social.

En definitiva, la estrategia de gobierno, ha sido y sigue siendo quizás en menor proporción, pero aun vigente, una estrategia audaz y calculadora, que si bien es cierto no es perfecta, al menos ha contribuido al desarrollo del país en diferentes aspectos, situaciones y espacios sociales.

7. BIBLIOGRAFIA

- BARBERO, Jesús Martín, “Comunicación masiva: discurso y poder”, Ediciones CIESPAL, 1978.
- BARBERO, Jesús Martín, “De los Medios a las Mediaciones”, Edit. Gustavo.
- BOREA Ordía Alberto, IIDH, Ed. PEITHO, Impr. Mundo Grafico, San Jose Costa Rica, 1995.
- BOURDIEU, Pierre, “Sobre la televisión”, Anagrama, Barcelona, 1997.
- CASTELLS, Manuel, “Era de la Información”, Edit. Siglo XXI, España, Segunda Edición, 1990.
- DORFMAN, Ariel; MATTERLART, Armand, “Para leer al Pato Donald”, Editorial Siglo XXI, Chile, Tercera Edición, 1980
- DURAN Barba Jaime, “El rol de los Medios de Comunicación en el proceso de transición y consolidación democrática en América Latina”, Edit. Nueva Epoca, Colecc. Temas Contemporáneos, 2da Edic, ILP, Ecuador 1993.
- EDELMANN, Murray, “La construcción del espectáculo político”, Edit. Manantial, Buenos Aires, 2002.
- FECÉ Gómez, JOSEP Lluís, “El circuito de la cultura. Comunicación y cultura popular”, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, 2000.
- FOX, Elizabeth, “Medios de Comunicación y Política en América Latina”, Edit. Gustavo Gili, México, 1989.
- HABERMAS, Jürgen, “Teoría de la Acción Comunicativa”, Barcelona, Edit. TAURUS, 2002.
- LABORDA, Gil, “Análisis del Discurso”, Barcelona, Octaedro y Ediciones Universitarias de Barcelona, 2003.
- LASWELL Harold D., Teorías de la Comunicación, 1948
- MCLUHAN, M. “Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano”. España, 1996.
- MORAGAS, Miquel de: Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Barcelona. Gustavo Gili, 1981.

- POPPER, Karl; CONDRY, John, “La televisión es mala maestra”, FCE, México, 1999.
- PROAÑO, Luis, “Comunicación y Política”, Edit. Paulinas, Ecuador, 1989.
- RAMONET, Ignacio, “La Tiranía de la Comunicación”
- REYES, Hernán “Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo” Quito, Ecuador, Primera edición. 2010
- SARTORI, Giovanni, “El Homo-videns: Sociedad Teledirigida”, Edit. TAURUS, México, Sexta Edición, 2003.
- VAN DIJK, Teun, “Análisis del Discurso Social y Político”, Ediciones ABYA-YALA, Ecuador, 1999.
- VATTIMO, Gianni, “La sociedad transparente”, 1989.

Artículos:

- G.A.Almond y S.Verba, La Cultura Cívica , cap. 1, Ed. original « Política Cultural», Princeton UniversityPress,1963
- TOVAR, Gloria, Artículo; “Matices del Periodismo Político.”