

LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL DEBATE POR LA “VERDAD” EN MEDIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS EN ECUADOR

*The quality of the Information and Debate about the “Truth” in the
Public and Private Media in Ecuador.*

Albán Gallo Manuel Eduardo¹
edualban@usal.es; eduardoalban78@gmail.com

Recibido el: 08/10/2016

Aprobado el: 19/12/2016

Resumen.

Un punto central en esta disputa por la “verdad” es la puesta en vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (LOC), considerada como innovadora en el marco de la construcción de las políticas públicas de comunicación en la región. Varios han sido los debates en torno a la forma “novedosa” de legislar en el sector comunicacional, sobre todo cuando las grandes empresas mediáticas privadas se convirtieron en las principales detractoras de la Ley, sobre todo, de las acciones del gobierno de Rafael Correa, quien desde el inicio de su gestión les declaró la “guerra abierta”. El artículo muestra el estado actual del sistema de medios ecuatoriano tras puesta en vigencia de la nueva normativa en términos de comunicación y además identifica cómo desde el ejercicio de la profesión trascienden debates marcados por una polarización política que deriva en una polarización mediática y tipifica a los sistemas de comunicación en el país.

Palabras clave:

*Revolución Ciudadana; Medios de Comunicación; Periodismo;
Regulación y Credibilidad; Ecuador.*

1 Universidad De Salamanca - España

Comunicador Social y periodista. Consultor independiente en RR.PP., Marketing y Comunicación Política. Lic. Comunicación Social, UCE. Máster en Ciencias Políticas por FLACSO Ec. Doctor (c) Universidad de Salamanca. Líneas de investigación: Política y medios de comunicación. Análisis cualitativo y cuantitativo, comunicación política, políticas públicas de comunicación. Cultura política. Identidades y discurso.



Abstract

A central point in this dispute “truth” is the enactment of the Communications Law of Ecuador, considered innovative in the context of the construction of Public Communication Policies in Latin America. Several have been discussions about the “new” way of legislating in the communications sector, especially when large private media companies became the main detractors of the law and actions of the government of Rafael Correa, who from the beginning of his administration declared them “open war”. The article shows the current system status Ecuadorian media as outcome after enactment of the new legislation in terms of communication and also identifies how from the exercise of the profession transcend debates marked by political polarization resulting in a media polarization and typifies communication systems in the country.

Keywords:

Revolución Ciudadana; Media; Journalism; Regulation and Credibility; Ecuador.

I. INTRODUCCIÓN

Las políticas públicas de comunicación en América Latina durante los últimos años hacen referencia a las acciones que en su mayoría han sido incentivadas por gobiernos de corte progresista (Ecuador, Venezuela, Bolivia, Argentina). Entre los objetivos planteados para el efecto están: la defensa de la “libertad de expresión”, la “democratización de los medios de comunicación” y la “calidad” de los contenidos que se difunden a través de los distintos medios de comunicación.

Partiendo de un contexto histórico, estas “nuevas” políticas de comunicación responden a una autodenominada “ola de izquierda progresista” latinoamericana, donde los gobernantes vienen orquestando discursos similares en contra de las estructuras mediáticas. Apelan a confrontar al “cuarto poder”, a los dueños de los medios privados, al monopolio empresarial de la comunicación. Demandan la recuperación de la “libertad de expresión”, como la única vía que garantiza los derechos de aquellos que no han tenido acceso a los medios de comunicación.

El régimen de Rafael Correa y su denominada Revolución Ciudadana planteó la necesidad de reformar el marco legal en comunicación bajo el argumento de que la Ley de Radiodifusión y Televisión de 1975 fue aprobada durante un gobierno dictatorial y que las modificaciones efectuadas años más tarde (1998), favorecían a un sector periodístico empresarial y monopolístico.

Este argumento toma fuerza desde el discurso confrontativo a los medios de comunicación, a sus propietarios y a los periodistas por parte del Gobierno, porque se considera que la información difundida por los medios, en especial privados, es manipulada y defiende intereses de los grupos de poder económico y político. Del otro lado, los propietarios de medios de comunicación privados se defienden y vienen denunciando una serie de atentados a la Libertad de Expresión.

La Asamblea Nacional Constituyente, durante el 2007, incluyó dentro de su agenda la discusión acerca del rol de los medios de comunicación y de sus trabajadores. Se convocó a sectores ciudadanos para presentar propuestas de lo que hoy es la LOC.

Cuatro años tuvieron que pasar para que entre en juego la normativa y con ella nazcan los organismos regulatorios, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM).



Estas instituciones representan una etapa de innovación en términos de políticas públicas de comunicación, no solo por su contenido jurídico, sino por la forma en que las nuevas formas de regulación cambian. Y por otro, al considerar que tanto la LOC como los organismos de control han contribuido para profundizar -aún más- el clima de confrontación que se había instalado desde el inicio del mandato de Correa.

El artículo, que no tiene nada que ver con el derecho, presenta una breve introducción histórica-descriptiva del impacto e incidencia de las políticas de comunicación en América Latina y en Ecuador. Un segundo momento muestra el estado-situación del sistema de medios de comunicación respecto de los cambios en las estructuras políticas. Se plantea una explicación teórica básica de la "tipificación-segregación" de los *mass media*, identificando el apareamiento de las categorías de medios públicos y medios privados.

Finalmente se plantea un análisis de las entrevistas a periodistas² de medios públicos y privados y se presenta un *corpus* (conjunto de datos) que permiten realizar un análisis estadístico en base a la identificación de cuatro grandes grupos significativos respecto del "ejercicio profesional", "la afinidad con el gobierno" y la "percepción de la aplicación de la LOC".

TEORÍA DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA

Las políticas públicas de comunicación nacen como uno de los ejes principales de la UNESCO en la década de los 70 y se encuentran delimitadas por una doble disyuntiva, por un lado la infraestructura, y por el otro, los contenidos.

Esto implica que los Estados tenían la obligación de dotar a sus pueblos de la infraestructura adecuada de comunicación, pero también tienen la responsabilidad de tomar una postura definida en torno a los contenidos que se transmiten (Casas, 2006, p. 120).

La "década de fuego" representa para la región el centro de los debates en torno a la comunicación, educación y nuevas tecnologías. "Las demandas por un cambio en las estructuras de la comunicación social tuvieron un papel prioritario en la plataforma política del *Tercer Mundo*, especialmente en los acuerdos de los Países No Alineados" (Reyes-Matta, 1978, p. 94).

2 Son 100 entrevistas off the record, entre hombres y mujeres, que ejercen el periodismo en medios públicos, privados y comunitarios, para conocer su percepción en tres aspectos: acerca de la LOC, libertad de expresión y su profesión.

La UNESCO inició un trabajo de promoción de las políticas de comunicación, tras lo dispuesto en su decimosexta reunión, la misma que disponía ayudar a los estados miembros a formular sus políticas relativas a grandes medios de información. Emitidos, tanto acuerdos como recomendaciones, se lanzaron en contra de la organización una serie de acusaciones, en especial desde la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

“Se los acusaba de intentar estatalizar la información en complicidad con el Movimiento de Países No Alineados y con la Unión Soviética. Los principales actores de esta campaña en contra fueron: *The New York Times*, la *Association Press* y la Agencia Francesa de Prensa” (Quirós y Segovia, 1996, p. 65).

El debate de políticas públicas de comunicación quedó en el papel, no solo fue coartado violentamente por las élites y grandes empresarios de los medios masivos, se aliaron poderes transnacionales de agencias de noticias y grandes medios de países de Occidente.

Solamente después de una década, en los 80, la UNESCO se plantea retomar el debate en torno a la comunicación y la sociedad, y publica el informe MacBride³, en el marco de la comunicación de masas y el rol de la prensa en las sociedades modernas.

Este documento tenía como objetivo promover un nuevo escenario en el que los ciudadanos tengan pleno conocimiento de las relaciones que tenían con los medios, la democracia y el poder político. Por tal razón, las políticas públicas en materia de comunicación comenzaron a ser reconocidas como una pieza angular en la definición de las condiciones materiales de progreso y convivencia.

Durante los últimos años, estas políticas representan e involucran el análisis de iniciativas y actividades de información, comunicación y cultura. Como consecuencia, necesitan disponer de recursos y medios para cambiar una situación y generar resultados en un período de tiempo determinado (Becerra, 2010 en de Moraes, 2001).

Latinoamericana se convierte en una de las pocas regiones del mundo donde los mass-media, bajo el control de lo privado, de orientación comercial, predominan sobre cualquier otra forma de organización. Las políticas

3 El Informe del irlandés Seán MacBride, premio Nobel de la Paz, es conocido también como: “Voces Múltiples, Un Solo Mundo”. Este documento fue presentado por la Unesco en 1980 y redactado por una comisión presidida por MacBride, el objetivo era analizar los problemas de la comunicación en el mundo y las sociedades modernas, particularmente con relación a la comunicación de masas y a la prensa internacional, y entonces sugerir un nuevo orden comunicacional para resolver estos problemas y promover la paz y el desarrollo humano.



de comunicación se diseñaron para mantener un sistema mediático de alta concentración privada que esté acorde a los estándares de la industria de la comunicación de Estados Unidos y Europa.

LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR

La llegada de Rafael Correa representa el arribo de una época de cambios en lo económico, político y social. El planteamiento de una Revolución Ciudadana, representado por el Movimiento PAIS (Patria Altiva i Soberana) buscaba cambiar, de forma radical, la situación del país.

Para el 2006, la Constitución de 1998 estaba en vigencia y daba paso a una serie de privilegios, en especial a los medios de comunicación. Rafael Correa, con el apoyo ciudadano, propuso reformar la Constitución y lo realizó.

Uno de los primeros golpes a los propietarios de los grandes medios fue aprobar la eliminación del monopolio u oligopolio, y además, incluir en la norma una serie de libertades, como por ejemplo, la libertad de expresión y el derecho de réplica a los medios de comunicación (Ayala, 2011, p. 32).

Tras la aprobación de la Constitución del 2008 se ampara el derecho a la creación de medios, el uso de frecuencias, y la tipificación del sistema mediático en: públicos, privados y comunitarios, con una equilibrada participación del espectro radioeléctrico.

La LOC se aprueba después de 3 años y medio de debate. Los informes para primero y segundo debate se cerraron en medio de críticas por parte de la oposición y de organismos afines a la comunicación. El argumento es que la normativa ha permitido el fortalecimiento del sistema público de medios de comunicación y al mismo tiempo para que el ambiente de conflicto se incremente entre el Ejecutivo y los medios de comunicación.

Pero además, la LOC permitió establecer varios niveles de control y regulación de los medios de comunicación por medio de la creación de dos organismos de control y regulación: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM). Ambas con fuerte resistencia por parte de organismos internacionales de derechos humanos, gremios de periodistas y de cierto sector de la ciudadanía.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR

El panorama mediático en el Ecuador al 2011 estaba destacado principalmente por ocho grupos que administraban o participaban de la industria mediática, según lo identificó la Comisión de Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión.



Estos grupos son: Grupo Eljuri, Grupo Isaías, Grupo Vivanco, Grupo Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla (propietarios de Grupo El Comercio, recientemente vendido a una empresa mexicana que no ha sido revelada el nombre), Grupo Pérez y Grupo Martínez (UNESCO, 2011, p. 11).

Los grandes grupos de comunicación no se limitaban a las actividades info-comunicacionales, sino que se ramifican al conjunto de la economía, que incluyen bancos, grandes almacenes, inmobiliarias, o aseguradoras, produciéndose un cruce de intereses del que los medios de comunicación nunca hablan. Ahora bien, si hay un tema que prácticamente no es abordado por los medios de comunicación, es la información referida a la economía y la política de los medios de comunicación (Macaroff, 2010, p. 3).

La autodenominada “ola progresista latinoamericana” tomó en cuenta las transformaciones en los sistemas de comunicación, a partir de la reconstrucción o revalorización del Estado como espacio institucional y ético-político, con la disposición para asumir e implementar políticas públicas que contribuyan a la democratización de la información (de Moraes, 2001).

El sistema de medios en Ecuador sufrió cambios significativos, cambios que han tenido asidero en la recuperación de los derechos ciudadanos, la democratización de la palabra, la eliminación de monopolios y oligopolios, la repartición equitativa de los medios en el espectro radioeléctrico.

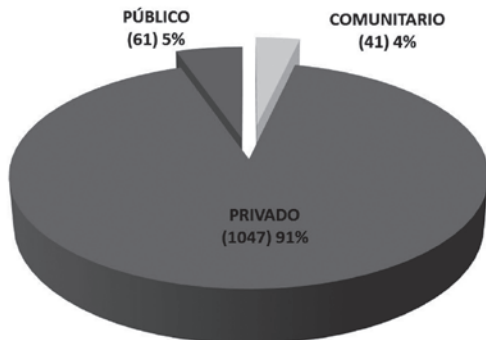
Después de tres años de la aprobación de la LOC iniciaron estudios para estructurar el sistema de medios ecuatoriano, como se señaló, con la consideración de tipificarlos en públicos, privados y comunitarios. La primera tarea que se determinó desde el CORDICOM fue la auditoria, evaluación y estado de las frecuencias del espectro radioeléctrico en el país.

Para ello, aprobó el “Reglamento de Registro Público de Medios”, considerada como una herramienta medible, cuantificable y de consulta que permite mostrar a la ciudadanía datos, cifras e indicadores de los medios de comunicación que existen en Ecuador.



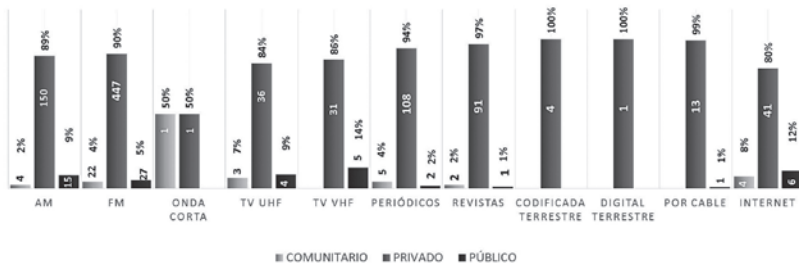
Los primeros resultados que arrojó este registro al año 2014 son los siguientes:

Figura 1. Tipos de Medios de Comunicación Ecuador



Fuente: Registro Único de Medios/CORDICOM
 Responsable: Dirección de Investigación y Análisis
 Elaborado por: Unidad de Desarrollo Estadístico e Investigación
 Base: 1.148 Medios de Comunicación en Ecuador
 Fecha de corte: 08.03.14

Figura 2. Clasificación de medios de comunicación en el Ecuador



Fuente: Registro Único de Medios/CORDICOM
 Responsable: Dirección de Investigación y Análisis
 Elaborado por: Unidad de Desarrollo Estadístico e Investigación
 Base: 1.148 Medios de Comunicación en Ecuador
 Fecha de corte: 08.03.14

Medios públicos vs. Medios privados

El conflicto entre los medios públicos y privados nace por esa “obsesión-necesidad” de tipificarlos o segregarlos en base a sus contenidos, que



el caso ecuatoriano es una tendencia altamente marcada por la defensa a ultranza de intereses particulares visibles desde el Estado y desde el sector privado de la información.

“Esta particularidad no está determinada por el sistema de medios al que se vinculan, sino más bien a las estructuras sociales en la que los *mass media* se adhieren” (Mastrini, 2014), que es desde dónde se concentra la discusión de este apartado.

De hecho, en las últimas décadas se ha consolidado en la opinión pública esa lógica “del malo”, “del que miente”, “del que quiere desestabilizar al gobierno”, y del otro bando a “los buenos”, “aquellos que dicen la verdad” y que por cualquier medio la consolidan.

La permanente campaña política de estos gobiernos ha hecho que se confunda el rol del medio público con el gubernamental, cuando teóricamente, los sistemas estatales de comunicación incluyen todas las actividades y medios de comunicación directamente concebidos, financiados, administrados, producidos y difundidos por organismos del Estado.

“El medio público en cambio divulga actos y realizaciones gubernamentales, convirtiéndose también en instrumento ideológico, en la medida en que hace públicas posiciones y aclaraciones por parte del Ejecutivo frente a acontecimientos y cuestiones de interés social” (De Moraes, 2011).

Históricamente, los estudios (Fox, 1990; Fuenzalida, 2000; Méndez, 2001) muestran que los medios “no privados” latinoamericanos en lugar de organizarse como un servicio público del Estado fueron jurídicamente constituidos y operados como medios gubernamentales, propagandísticos de los caudillos y gobiernos militares o civiles de turno.

La experiencia latinoamericana con las estaciones de propaganda gubernamental se sintetiza en una espiral descendente, provocado por la rotativa en la dirección superior de la empresa, no-credibilidad en la información, carencia de sintonía, crisis económica, grave obsolescencia industrial, y corrupción en algunos casos (Fuenzalida en Alfaro, 2006, p. 20).

El rol del Estado era identificar el papel de los medios de comunicación social, de sus propietarios y de la relación que establecían con sus audiencias. Si los privados respondían a tendencias de la propiedad oligopólica y entrelazada de los medios, la distribución del acceso a los mensajes, sesgada en favor de las minorías urbanas, y la predominancia de contenidos triviales, alienadores y violentos, además que se los denunció también por generar estímulos al consumismo, el racismo y el conservadurismo.

De otro lado, los medios públicos eran considerados como una propiedad estatal y tenían como fin una característica no lucrativa, su única forma de existir era la subvención gubernamental. Al no contar con ese



apoyo, estos medios se convirtieron en el foco de atención de empresas extranjeras para promocionar sus productos.

El poderío de los medios públicos fue grande en su momento en América Latina y el control al que estaban sometidos los medios privados por parte del Estado también. Sin embargo, con el transcurso de los años, ese poder se invirtió, los medios públicos no lograron competir con sus similares privados.

El carácter educativo, cultural y hasta elitista no tenía la capacidad de competir con un medio comercial. Hasta que los gobiernos entendieron que no existía beneficio alguno contar con un medio de comunicación público y la mejor alternativa era ponerlos a la venta, esta iniciativa se puso en marcha en la década neoliberal.

Esa idea de invertir en estos medios para convertirlos en plataformas de difusión comercial se debió a la influencia norteamericana. Industrias comerciales tanto nacionales como extranjeras que, además de contar con alto poder político, estaban interesadas en los media como vehículos para la publicidad y la radio comercial respondía adecuadamente a la necesidad de la industria de un medio de publicidad.

Para Martín Barbero, los medios públicos “deben ofrecer reconocimiento y expresión de la diversidad cultural; representación de la diversidad ideológico-política; promover una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales (CIESPAL, 2009, p. 10).

Los discursos y acciones con alta carga ideológica muestran un marcado contenido político que intenta posicionar una “verdad” parcializada a través de los medios tanto públicos como privados.

Con la llegada de Rafael Correa al gobierno, el Estado se propuso desarrollar un proyecto de medios públicos. Este incluyó la refundación de la Radio, como Radio Pública del Ecuador, inaugurada en agosto de 2008, la creación de un canal de televisión abierto (Ecuador TV) inaugurado en abril de 2008 y en marzo de 2008 entra en circulación El Telégrafo como diario público (Macaroff, 2010, p. 4).

Apareció, también, el periódico gubernamental El Ciudadano y se creó la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES). Por último, entró en circulación en septiembre del 2010 el diario público popular “PP, El Verdadero”, en versión tabloide que se edita e imprime en las instalaciones de El Telégrafo (UNESCO, 2011).

LA TIPIFICACIÓN MEDIÁTICA ¿ESTÁ GENERADA DESDE EL GOBIERNO?



Si bien la Ley de Comunicación determina que los medios de comunicación deben ser tipificados en públicos, privados y comunitarios, cada uno con un porcentaje similar del espectro radioeléctrico, el discurso presidencial ha sido permanente e incisivo solo en el fortalecimiento de los medios públicos.

El contexto latinoamericano muestra a que desde los desaparecidos Hugo Chávez y Néstor Kirchner, a los que se suman Cristina Fernández, Evo Morales, Lula da Silva y Rafael Correa han legitimado un discurso similar de oposición y confrontación a los medios de comunicación privados. Y al mismo tiempo se han permitido el fortalecimiento de los medios públicos (gubernamentales) y el nacimiento de los medios comunitarios.

La estrategia mediática del gobierno resulta efectiva para poner en marcha esa tipificación-segregación de los medios de comunicación. El constante posicionamiento de un actor antagónico-opositor claramente identificado como la prensa privada, sus propietarios y periodistas ha permitido que los ciudadanos demanden calidad en los contenidos que éstos les entregan, demanda que además se fortalece por la regulación a la que se encuentran sometidos.

En ese escenario: cuánto de credibilidad tienen los medios públicos cuando ajustan su programación a la excesiva promoción estatal, sin reparo a la crítica y con un síntoma de verdad parcializada. Sin dejar pasar que los medios privados actúan de manera similar cuando procuran imponer una parcialización-manipulación de la información de acuerdo a sus intereses y además se muestran como un actor político de oposición al régimen.

Muchos medios se constituyen como actores políticos con fuertes intereses económicos. No es redundante recordar que los medios de comunicación pueden ser independientes de los gobiernos, pero nunca lo serán de sus intereses económicos y políticos.

En este sentido Follari (2009) hace hincapié en cómo, en países como Argentina, Venezuela, Bolivia y Ecuador los grandes medios de comunicación han pasado de ser los portavoces de la oposición a consolidarse ellos mismo como actores políticos opositores. Acción política que se ejerce bajo el antifaz de la una supuesta objetividad apolítica (Macaroff, 2010, p. 10).



La Universidad de los Hemisferios presentó un estudio que permite determinar los niveles de credibilidad que logran los medios de comunicación en la opinión pública ecuatoriana en una línea de tiempo del 2009 al 2013.

Figura 3. Credibilidad de prensa, radio, televisión e Internet en Ecuador

Sector	Medio	2009	2010	2011	2012	2013
Televisión	Ecuavisa	35,3	28,9	30,7	19,5	22,3
	Ecuador TV	0,5	1,2	4,3	4,3	21,9
	Teleamazonas	20	25,5	24,3	24	20,5
	Gama TV	8,3	4,1	11,2	4,9	4,9
	Canal Uno	3,1	4,7	2,8	4,7	2,5
	TC Televisión	8,1	5,1	7,4	4,9	0,1
	Prensa	El Universo	15,8	17,2	22,4	20,2
El Comercio		26,7	35,4	39,1	26,8	16,7
El Telégrafo		0,6	1,4	0,9	4,3	9,3
Expreso		0	0,1	0,1	0,3	4,2
Extra		2,5	1,8	6,3	4,6	1,7
Hoy		1,4	3,6	1,9	3,1	1,2
Radio		Radio Eres	0	0,9	0,2	0,1
	Radio Caravana	0,6	3,6	7,4	8,6	15,2
	Radio Colón	0	0	0,6	0	11,8
	Radio Canela	0	0,7	0,5	0,3	9,6
	Radio Tomebamba	0	0	0,1	0,4	8,5
	Radio Visión	1,4	3,2	5	12,5	5,6
Internet	Zona Sur Ecuador	0	0	0,1	0	9,8

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013

Como se puede apreciar, si bien el nivel de credibilidad de los medios públicos se incrementa de manera positiva entre el 2009 y el 2013. Ecuavisa y Teleamazonas, considerados como medios privados, mantienen un porcentaje muy por encima de la media en relación de Ecuador TV, Gama TV y Tc TV, que son considerados como medios que responden a la línea gubernamental. Lo cual llama la atención si se relaciona con los niveles de popularidad del Gobierno, cuando las críticas que se difunde desde estos medios públicos son altamente negativos para con los medios privados.

A manera de confrontación de lado privado, Fundamedios, entidad opositora al régimen, levantó un estudio en el que se muestra el número de entrevistas que realizaban tanto medios públicos como privados antes y después de la aprobación de la LOC.

Figura 4. Número de entrevistas antes y después de la LOC

AÑO	MEDIOS	MUESTRA	TOTAL
2013. De marzo a diciembre	Radio Quito	593 entrevistas	948 entrevistas
	Democracia		
	Visión		
	Teleamazonas	355 entrevistas	
	Ecuavisa		
	GamaTV		
	ECTV		
2014. De marzo a diciembre	Radio Quito	326 entrevistas	699 entrevistas
	Democracia		
	Visión		
	Teleamazonas	373 entrevistas	
	Ecuavisa		
	GamaTV		
	ECTV		
		Total general	1.647 entrevistas

Fuente: <http://www.fundamedios.org/>

En la “opinión” se han refugiado los temas de alto perfil político. En

radio, la Presidencia se consolidó como el actor más mencionado (44%) en el 2014, 12% más que en el 2013. En TV sucedió lo mismo: en el 2014 del actor que más se habló fue la Presidencia (57%).

Figura 5. ¿De quién se habla en las entrevistas?



Fuente: <http://www.fundamedios.org/>

En los “actores” referidos, la Presidencia nuevamente aparece con fuerza en el 2014. En radio fue aludida en el 32% de las entrevistas analizadas, en relación al 25% alcanzado en el 2013. En TV alcanzó el 39%. Llama la atención que el actor “ciudadanos”, que estuvo en los primeros lugares en el 2013, tanto en tv como en radio, ya para el 2014 desciende al tercer y

cuarto puesto.

Figura 6. ¿A quiénes se refieren en las entrevistas?



Fuente: <http://www.fundamedios.org/>

“Si el peso de los actores y de la opinión pública se concentra en los actores públicos y gubernamentales, entonces es importante considerar que las principales agresiones a la prensa están desde ese sector, del gubernamental”, por lo menos así lo asegura Fundamedios en el 2015, cuando presenta el informe de las principales agresiones y denuncias a partir de la aprobación de la LOC.

Fundamedios contabilizó 279 agresiones contra la libertad de expresión, de un total de 1310 desde nuestros registros en 2008. Con ello, 2015 se convierte en el año más violento para el ejercicio del periodismo y la protesta social, pues, solo en estos meses se han superado con creces las agresiones registradas en 2014, que cerró con 254 casos⁴.

4 Más en: <http://www.fundamedios.org/2015-se-configura-como-el-peor-ano-para-la-libertad-de-expresion/>



Figura 7. Ataques contra la Libertad de Expresión - 2015



Fuente: <http://www.fundamedios.org/>

Para acercarse al objeto de estudio a continuación se aplicará un análisis cuantitativo de las entrevistas a profundidad que se efectuó a periodistas ecuatorianos. De un total de 100 entrevistas levantadas (se las etiqueta como anónimas, por seguridad de los entrevistados y además se las divide en dos grupos, las entrevistas de periodistas de medios públicos y privados).

Las entrevistas fueron diseñadas en tres grandes bloques y buscan indagar alrededor de: 1) el ejercicio de la profesión; 2) su relación con el gobierno; y, 3) la aplicación de la normativa (Ley de Comunicación).

Las respuestas han sido analizadas en el programa *Iramuteq*⁵ y en una primera parte se determina que, de las entrevistas, tanto de los grupos “públicos” como “privados” se encontraron 4.215 formas activas y se identifican 4 clases o clústers.

La clase 1 con un 33,2% de peso significativo y dentro de esta las tres restantes (Figura 8.). El peso de las entrevistas está marcado en cuestiones de “libertad de expresión”, categoría a la que ambos grupos, “públicos y privados” es relevante al cotejar con la coyuntura actual.

Es clara esa polarización mediática, a partir de la polarización política y discursiva de los actores. El siguiente subgrupo o clúster está dividido en otros dos subgrupos y la mayor relevancia que tienen guardan relación con las tareas del periodismo responsable y de la profesión en general, además del desarrollo de la comunicación en la sociedad.

5 Esta aplicación permite mirar desde una perspectiva cuantitativa, en base al recuento de las palabras o lemas del corpus. Permite además medir las concordancias de palabras y las caracterizaciones de grupos o clústers.

del sector frente a la nueva Ley de Comunicación y se encuentran debajo del cero.

Figura 9. Matriz espacial de clúster entrevistas periodistas “públicos” y “privados”



Fuente: Entrevistas periodistas. Elaboración propia.

Por encima del cero se encuentran con más similitud los términos que guardan relación al “periodismo” como un elemento que gira en torno al lado ciudadano, como un servicio y donde prevalece la “verdad”. Los

términos con mayor recurrencia son justamente similares a los que reiteradamente insiste el Presidente en sus intervenciones. Así lo muestra la siguiente “nube de palabras”.

Figura 10. Nubes de palabras entrevistas periodistas “públicos” y “privados”



Fuente: Entrevistas periodistas. Elaboración propia.

Un segundo momento del análisis comprende la elección de tres términos con alto número de citaciones y que coinciden con lo señalado en la primera parte del presente texto, estos términos son: “expresión, libertad y responsabilidad”.

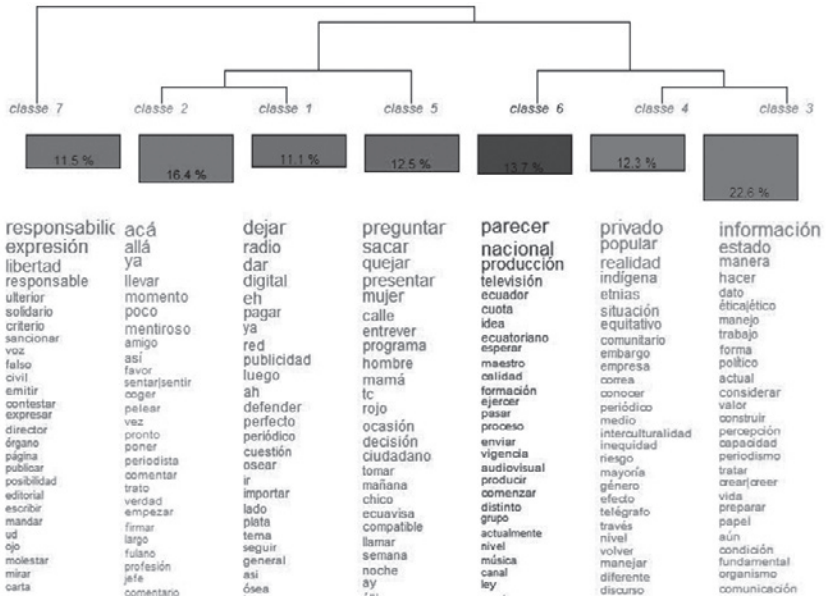
Una vez analizados en el “árbol de similitudes” (Figura 11.), su presencia es relativamente importante, sobre todo cuando se analiza en una gráfica de las posiciones de estos términos se observa que “expresión y libertad” están relativamente cerca y la categoría “responsabilidad” aparece en el sentido contrario.

Según el gráfico, la categoría de “responsabilidad” es proporcional a los otros tres términos de acuerdo al entrevistado, es decir si pertenece a un medio público o privado. En otras palabras, “responsabilidad” aparece



que indica poca especificación en las entrevistas, es decir, los entrevistados no hablan de cosas distintas y existe una similitud en sus respuestas. Solamente un clúster presenta alguna distinción, el número 7, que destaca los términos “responsabilidad”, “libertad”, “expresión”. Esto, si es discutido por los periodistas de los medios públicos permite abrir la discusión y el debate alrededor de la “auto-censura”, básicamente tras la aprobación de la LOC.

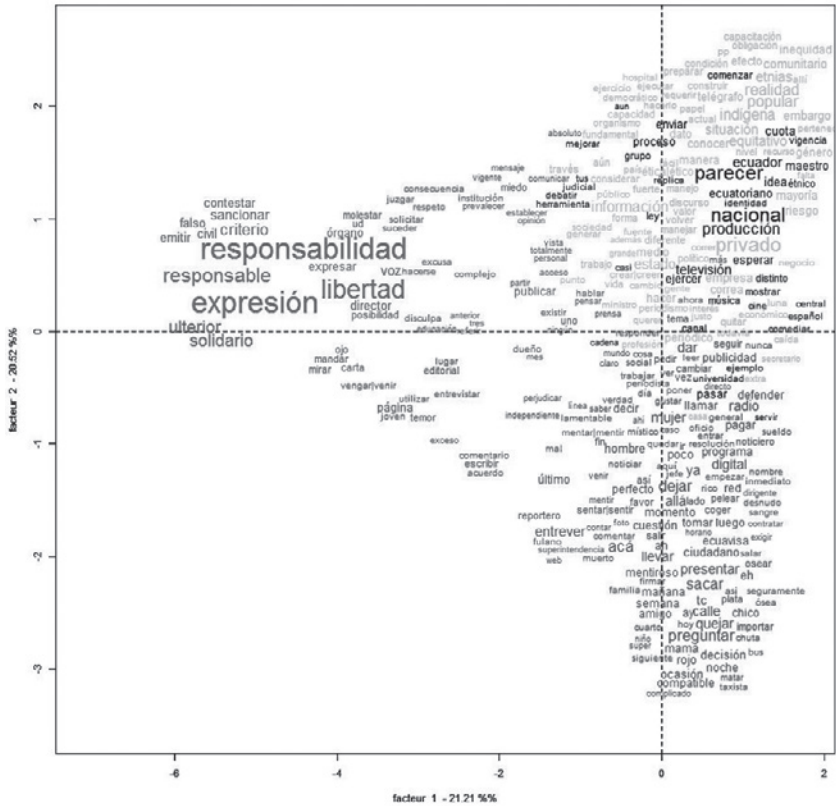
Figura 12. Análisis de clúster periodistas “medios públicos”



Fuente: Entrevistas periodistas. Elaboración propia.

Figura 13. Matriz espacial clúster periodistas “medios públicos”



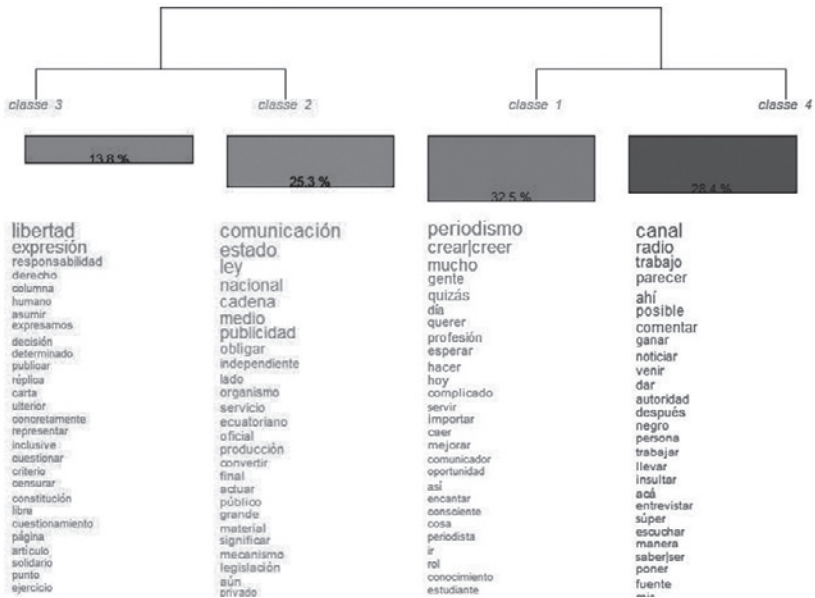


Fuente: Entrevistas periodistas. Elaboración propia.

Periodistas medios privados

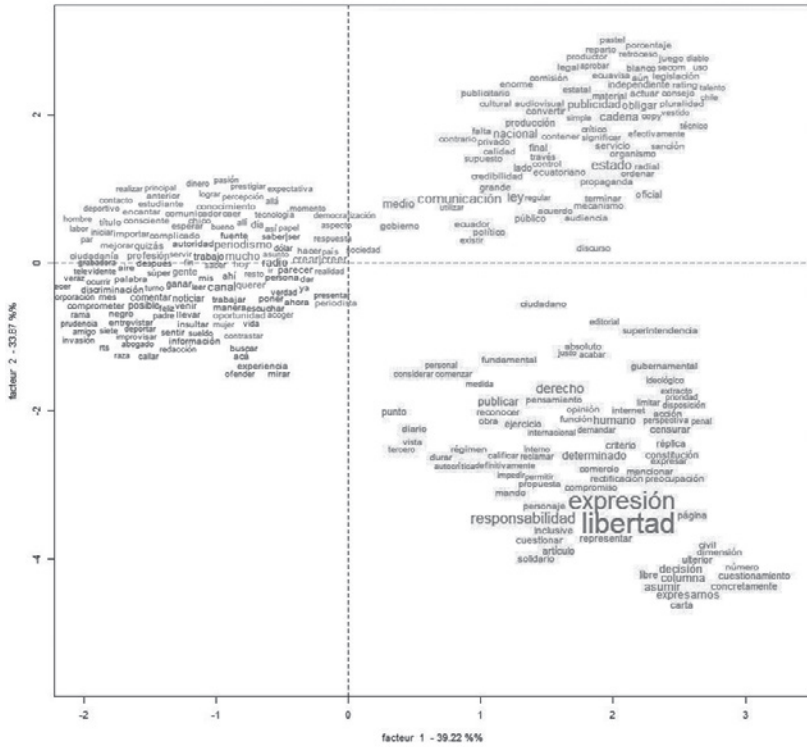
En las entrevistas de los medios privados la situación es distinta. El análisis señala el apareamiento de cuatro clústers, estos mucho más definidos. Hay un clúster con “libertad” y “expresión” y se distingue de los otros, aunque está mucho más cerca del clúster 1, donde se destacan “medios”, “privados”, “comunicación”. Los otros dos clústers no son tan distintos.

Figura 14. Análisis de clúster periodistas medios “privados”



Fuente: Entrevistas periodistas. Elaboración propia.

Figura 15. Matriz espacial clúster periodistas medios "privados"



Fuente: Entrevistas periodistas. Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Los conflictos entre los medios de comunicación públicos y privados son producto no solo del gobierno y de su discurso, sino de la normativa. La regulación vigente establece estos grados de tipificación.

Si bien la normativa establece la equidad en la repartición de frecuencias para cada tipo de medio, muy poco se ha hecho para hacerla cumplir. Aunque no es el punto central de este documento, la situación de los medios comunitarios es un tema que queda pendiente de analizar, no solo en su estructura sino también en los niveles de incidencia que tienen en el sistema político y el rol que cumplen en la sociedad.

Frente a estos datos se plantean una serie de cuestionamientos para futuros trabajos: si los niveles de audiencia en los medios públicos-gubernamentales son tan bajos como se señala, porque y cuáles son los mecanis-



mos del Presidente y su Revolución Ciudadana para consolidar un discurso y niveles de popularidad aceptables.

Si los medios públicos son poco vistos por los ecuatorianos, qué canales de información utiliza el gobierno para llenar y vaciar al mismo tiempo el campo político con su discurso. Acaso la política pública e infraestructura mediática pública-estatal compuesta por un 5 por ciento del total nacional son tan fuertes que anulan por completo a ese más del 90 por ciento de medios privados.

Estas y varias otras preguntas nacen del análisis de estos estudios, por lo que el campo para el desarrollo de los mismos es bastante amplio. Mientras tanto el ambiente de conflictividad que se han generado en estos niveles del poder continuará y los más afectados resultan ser los consumidores de los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, Luis F (2012). Política Pública: una mirada al presente y al futuro. OPERA (Observatorio de Políticas, Ejecución y resultados de la Administración pública). Número 12. Pp. 31 a 61. Ed. Colombia.

Ayala, E. (1982). La prensa en la historia del Ecuador, una breve visión general. En C. Destrugue (Comp.) *Historia de la prensa en Guayaquil*. Corporación Editora Nacional. Quito.

Barbero, J. M. (2002). De las políticas de comunicación a la re-imaginación de la política. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Vol. IV (3), Septiembre – Diciembre Pp. 4 - 18.

Barbero, J. M. (2008). *Políticas de la comunicación y la cultura, clases de investigación, policies of communication and culture*. Transcripción clase doctoral impartida el 8 de mayo del 2008, en el marco de programa: Dinámicas Interculturales de la Fundación CIDOB nro. 11.

Becerra, M. (2012). Mutaciones en la superficie y cambios estructurales en América Latina en el Parnaso informacional. En D. Moraes (Comp.). *Mutaciones de lo visible: comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires,

Beltrán, L. R. (1976). Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina: los primeros pasos. *Revista Nueva Sociedad* Número 25. Julio-Agosto. Pp. 4-34.

Capriles, O. (1996). *Poder político y comunicación*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico.

CIESPAL (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador*. Área de investigación. Quito.

Coronel, G. (Coord.) (2012). *Anuario de las empresas de comunicación de Ecuador 2011-2012*. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador.

De la Luz Casas, M. (2006). Políticas de comunicación, un tema pendiente en la agenda. *Global Media Journal Edición Iberoamericana, volumen 3, Nro. 5*. Tecnológico de Monterrey-Cuernavaca. Pp. 119 - 133. México.

De Moraes, D. (2011). *La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. 1ra edición. Paidós, Buenos Aires.

De Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación, estudios sobre medios en América y Europa*. Editorial Gedisa. Barcelona.

Fox, E. (1989). *Medios de comunicación y política en América Latina, lucha por la democracia*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Fox, E. (1982). Schmucler, H. (et al). *Comunicación y Democracia en América Latina*. CLACSO, PNUD, UNESCO. Centro de Estudios y promoción del desarrollo (DESCO). Lima.

Fuenzalida, V. (2006). Reformas en la TV Pública de América Latina en Alfaro Moreno, R. (Coord). *De lo Estatal a lo Público, Medios: ¿de quién y para qué?* Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima.

Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas Mediáticos Comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona.

Macaroff, A. (2010). *¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en el Ecuador*. FLACSO Andes. **Ágora, espacio de autoarchivo e intercambio de documentos y trabajos de investigación**. Quito.

MacBride, S. (1993). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Ed Fondo de Cultura Económica. México.

