

GIGAPP

Estudios / Working Papers

ISSN 2174-9515. Año (2016), Núm. 2016-11, págs. 1-17

La influencia de los actores políticos en la agenda mediática: El caso de Ecuador

Isabel Ramos, *FLACSO-Ecuador*

Palmira Chavero, *FLACSO-Ecuador/GIGAPP*



Licencia 3.0 (España) Creative Commons.
Reconocimiento-No Comercial-Sin Obras Derivadas.
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>



Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas
Research Group in Government, Administration and Public Policy
Grupo de Pesquisa em Governo, Administração e Políticas Públicas

GIGAPP Estudios Working Papers
Una publicación de la
Asociación Grupo de Investigación en
Gobierno, Administración y Políticas Públicas.
<http://www.gigapp.org/index.php/publicaciones>

La influencia de los actores políticos en la agenda mediática: El caso de Ecuador

Isabel Ramos

FLACSO-Ecuador

 iramos@flacso.edu.ec

Palmira Chavero

FLACSO-Ecuador/GIGAPP

 pchavero@flacso.edu.ec

Documento recibido: 09 marzo 2016
Aprobado para publicación: 24 junio 2016

Resumen

La llegada al Gobierno de Ecuador de Rafael Correa (Alianza País) en 2007 introdujo algunas modificaciones que influyen directamente en la configuración del sistema mediático del país (Hallin y Mancini, 2004). Desde entonces, el clima comunicacional en Ecuador está marcado por un enfrentamiento entre el presidente y los medios de comunicación privados, lo cual deriva en altos niveles de polarización. Este paper realiza una aproximación a la relación entre el Gobierno y los medios, a partir de la premisa de que, en el caso de Ecuador, el primer momento en el establecimiento de la agenda (McCombs, 2004) viene determinado por la agenda política, la cual puede convertirse en un factor de noticiabilidad (Schulz, 1995). Para ello, realizamos un análisis de contenido de la prensa de referencia ecuatoriana (El Telégrafo –público– y El Comercio–privado–) y lo ponemos en relación con la agenda política, que estudiaremos a través de los “Enlaces Ciudadanos” (programa de rendición de cuentas de la Presidencia de Ecuador) durante el primer semestre de 2015. Este análisis nos permitirá identificar las agendas de cada uno de los actores mencionados y comprobar si existe relación entre ellas.

Palabras clave

agenda setting; sistema mediático; democratización de la comunicación; Ley Orgánica de Comunicación, Ecuador

1. Introducción: políticas públicas de comunicación en Ecuador ¹

En la última década, cada vez más países de América Latina están aprobando o debatiendo políticas públicas en materia de comunicación. Hasta 19 países de la zona América Latina y el Caribe tienen o están debatiendo normativa relacionada con el derecho de acceso a la información, o bien tienen alguna regulación en algún sector paralelo, según datos de Unesco. Entre ellos destacan Argentina, Venezuela, Bolivia, Uruguay, México, Brasil y, recientemente, Ecuador (2013). Esta reglamentación del ejercicio de la comunicación está suponiendo un cambio en el panorama mediático latinoamericano, por cuanto supone la intervención directa del Estado en un sector caracterizado en las últimas décadas por la desregulación a nivel internacional. La aplicación de estas políticas públicas está siendo distinta en cada uno de los países mencionados, si bien las normativas en esta materia de algunos países comparten ciertas características.

En el caso de Ecuador, la Ley de Comunicación era una de las propuestas de Rafael Correa (Alianza País) de la campaña de 2007 pero, a pesar de su victoria, no se aprueba hasta el segundo mandato de Alianza País. El proceso hasta su aprobación en la Asamblea Nacional fue extenso y tortuoso. El primer debate comenzó en diciembre de 2009 y su desarrollo no estuvo exento de interrupciones, lo que provocó que el segundo debate se diese sin voluntad política y con acuerdos mínimos, acentuando el enfrentamiento ya existente entre el gobierno y los medios privados (Cerbino et al., 2012).

No obstante, la disputa del gobierno de Correa con los medios de comunicación se inicia mucho antes. En la Constitución de 2008, además de recoger por primera vez el derecho a la comunicación (Art. 18), se prohíbe que los banqueros tengan relación con el accionariado de los medios de comunicación (Art. 312), con lo cual el gobierno intenta romper los estrechos lazos entre ambos sectores –y cuya cercanía se había puesto de manifiesto en la última crisis económica–. En segundo lugar, la Agencia de Garantías de Depósitos (AGD) había incautado, fruto de la crisis económica de 1999-2000, algunos bienes a sus propietarios (fundamentalmente banqueros), entre ellos algunos medios de comunicación (como el ahora diario público *El Telégrafo*²). Además de estas acciones, en noviembre de 2009, Rafael Correa limita la exoneración del pago de IVA a la importación de papel periódico, uno de los beneficios fiscales de los que los medios se venían beneficiando desde hacía décadas.

Ese mismo año comienza el debate sobre la futura Ley Orgánica de Comunicación, que se extiende durante varios años de manera interrumpida y sin consensos (Checa, 2012). A lo largo de este proceso, el 7 de mayo de 2011 Correa realiza una consulta popular en la que incorpora dos preguntas en torno a la futura ley de comunicación. La primera de ellas le da la potestad a la Asamblea Nacional para expedir la Ley de Comunicación, con la creación de un Consejo “que regule la difusión de contenidos de televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícita-

¹ Los datos presentados pertenecen al proyecto “La agenda de los medios de comunicación de Ecuador y su relación con los actores políticos y ciudadanos (2015)”, financiado por FLACSO-Ecuador. Las autoras agradecen la colaboración de Jenny Proaño, Edison Morales, Daniel Botero y Cristian García (estudiantes de la Maestría de Comunicación de FLACSO-Ecuador) y Gustavo García, quienes colaboraron en la recogida de los datos.

² *El Telégrafo*, junto con otros medios, pertenecía a Fernando Aspiazú, del Banco del Progreso (Checa, 2012b).

mente sexuales o discriminatorios y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o medios” . La segunda pregunta estaba relacionada con la imposibilidad de que los propietarios de los medios sean parte del sistema financiero. Los resultados de la consulta popular, si bien no son todo lo amplios que el gobierno preveía inicialmente, respaldan la propuesta de Rafael Correa.

Tras la consulta, el proceso de aprobación de la ley vuelve a tomar impulso hasta que el texto es finalmente aprobado el 25 de junio de 2013 (tampoco la votación del texto estuvo exenta de polémica). En términos generales, la Ley Orgánica de Comunicación presenta algunos puntos interesantes a tener en cuenta: la redistribución del espectro radioeléctrico en tercios (para medios privados, públicos y comunitarios); la creación de dos órganos de regulación y supervisión del cumplimiento de la ley (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación, Cordicom, y Superintendencia de la Información y la Comunicación, Supercom); el derecho a la reserva de la fuente y al secreto profesional, como mecanismos de protección al ejercicio profesional; derecho a la rectificación y a la réplica, como herramientas de protección del ciudadano; creación de la figura del defensor de las audiencias para los medios nacionales; linchamiento mediático (figura controvertida que proponía prohibir la difusión de información que desprestigie a una persona o reduzca su credibilidad y que es excluida en el reglamento posterior que desarrolla la ley); la profesionalización de la actividad y la regulación de algunos contenidos (Chavero y Oller, 2015).

Hasta la llegada de Correa al gobierno, los medios de comunicación (privados) se habían utilizado para defender los intereses financieros, aspecto que se había puesto de manifiesto con la crisis de 1999-2001 (Checa, 2012b). A ello hay que unir la inestabilidad política de Ecuador como otro factor influyente (Checa, 2012b) y la ausencia de la figura de medios de comunicación de titularidad pública o comunitaria (estos últimos, si bien existían de facto, no estaban reconocidos jurídicamente). Hasta 2008 no aparecen medios de titularidad pública en Ecuador, tanto en prensa (El Telégrafo), radio (Radio Pública del Ecuador) como en televisión (Ecuador TV). A estos medios hay que añadir los oficiales (El Ciudadano), portavoces de la actividad y discursos del gobierno central, la vicepresidencia y los gobiernos autonómicos descentralizados.

El enfrentamiento que mantiene el presidente de Ecuador con los medios de comunicación privados del país (a quienes denomina “prensa corrupta”) encuentra un precedente en la Venezuela de Hugo Chávez. En el país caribeño, la brecha se profundiza a partir de la crisis política de 2002, cuando se incrementan las ofensivas del gobierno chavista a los medios privados acusándolos de “golpistas” , “terrorismo mediático” o de ser “instrumentos del imperialismo” y un aumento de los espacios en medios públicos (Kitzberger, 2009). Brasil, Argentina o, en menor medida, Chile, son también ejemplos de confrontación entre el gobierno y los medios, conflicto que parece ser una tendencia de los gobiernos de la nueva izquierda de América Latina, formas de comunicación que se completarían con herramientas de comunicación directa con el ciudadano (Kitzberger, 2009). El “activismo estatal” (Fiss, 1997) parece ser un rasgo de algunos regímenes latinoamericanos identificados como populistas en materia de comunicación. Este activismo estatal ha derivado en una serie de reglamentaciones que afecta directamente a la estructura de los medios, se han mejorado las condiciones de

trabajo de los periodistas y se han sentado las bases legales para proteger a la audiencia (Ramos, 2013).

Tal y como anticipábamos, la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador no es una excepción en la región, ya que son varios los países de América Latina y el Caribe que han aprobado o están debatiendo políticas públicas en la región en las últimas décadas, consecuencia de la historia mediática latinoamericana. Atendiendo a la región, encontramos algunas características que comparte la historia mediática de América Latina (Becerra, 2014: 63):

- Lógica comercial como protagonista del funcionamiento de las industrias culturales.
- Ausencia de servicios públicos no gubernamentales y uso de los medios de gestión estatal como órganos propagadores del discurso gubernamental.
- Procesos de concentración de la propiedad del sistema de medios.
- Centralización de la producción de contenidos informativos y de entretenimientos en los principales puntos urbanos de cada país.
- Sistemas poco regulados pero fuertemente controlados por la relación que mantuvieron con los gobiernos.

Vemos, por tanto, cómo América Latina no escapa a la tendencia de concentración mediática. Los principales grupos de comunicación en América Latina son Grupo Clarín (Argentina), O Globo (Brasil), Grupo Televisa (México), Grupo Cisneros (Venezuela). En esta línea, Ecuador es asimismo el ejemplo de un país tradicionalmente caracterizado por la concentración empresarial (en consonancia con la tendencia de América Latina), con especial presencia de los poderes financieros, que ha pasado sin embargo en los últimos años a ser un país con gran incidencia del Estado: tanto en propiedad de medios (medios públicos, medios oficialistas, medios incautados) como en intervención (regulación y aplicación sancionatoria por parte de los dos organismos de control). De esta manera, Ecuador parece sumarse a los países que, desde América Latina y desde los gobiernos llamados populistas de la última década, están trabajando en la desoligopolización tradicional del mercado mediático, a partir de una fuerte intervención directa del Estado.

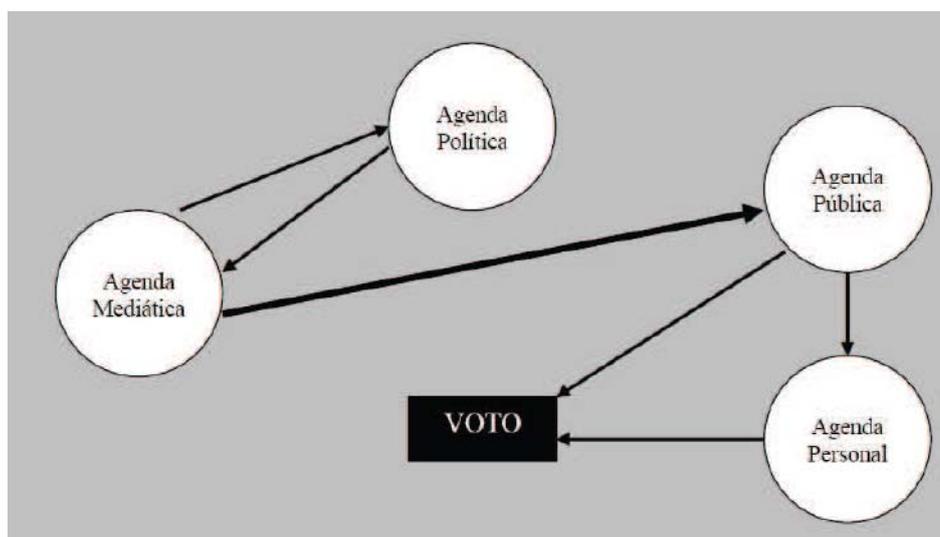
2. Propuesta teórica. El estudio de las agendas en Ecuador

Una de las líneas tradicionales en el estudio de los medios de comunicación es la que tiene que ver con los efectos que los mismos producen. En concreto, una de las más analizadas –y cuya validez ha sido demostrada en una gran cantidad de países– es la teoría del establecimiento de la agenda, *agenda setting*, formulada por McCombs y Shaw. Según esta teoría, los temas que los medios de comunicación posicionan como los más relevantes (agenda mediática) son transferidos a los ciudadanos, quienes acaban –con limitaciones y modificaciones– por incorporarlos en su propia agenda y considerándolos como tema de importancia para el ciudadano (agenda pública). Esto no quiere decir, sin embargo, que los medios de comunicación funcionen a modo de *tabula rasa* con el ciudadano, pues entran en juego otros factores no menos importantes como la cercanía o la distancia del ciudadano

con respecto al tema, la necesidad de orientación, la participación en los asuntos públicos o la propia experiencia con la que cuente el ciudadano, entre otros factores. Los medios, en todo caso, estarían fijando la agenda de la audiencia: en la medida en que los ciudadanos se exponen a los medios de comunicación, aumenta la posibilidad de que los temas que los medios destacan como importantes pasen a ser significativos para la propia audiencia.

Esta relación entre las agendas se complica en la práctica con la intervención (en distintos sentidos) de otras agendas, tal y como propone la siguiente figura:

Figura 1. Relación entre las agendas



Fuente: González y Bouza, 2009.

Según la propuesta de estos autores, las agendas mediática y política interactúan en un proceso de influencia mutua en una disputa cuyo último fin es incidir en la agenda pública y personal (Bouza y González, 2009). De esta manera, la agenda mediática y política estarían peleando no sólo por incidirse de manera mutua, sino por influir en los temas que la ciudadanía considera más importantes.

En este trabajo planteamos la posibilidad de que esa transferencia de temas, para el caso de Ecuador, está condicionada de manera previa por la propia agenda política, que son los temas que el presidente de la República Rafael Correa posiciona como temas de debate en la esfera pública. Para posicionar estos temas, el Presidente no necesita el filtro de los medios de comunicación, sino que cuenta con espacios propios de comunicación directa con el ciudadano. El más importante de ellos es el "Enlace Ciudadano" (conocido popularmente como "la sabatina"), un espacio audiovisual semanal, que se emite todos los sábados de 10 a 14h por las cadenas de radio y televisión públicas del país y en el que el primer mandatario rinde cuentas de la actividad que ha realizado durante toda la semana. Este espacio, que nace como un formato de rendición de cuentas del gobierno, acaba por convertirse más en una plataforma de propaganda y, más aun, de enfrentamiento directo con los medios de comunicación privados del país. No en vano, el programa cuenta con un espacio denominado "La libertad de expresión ya es de todos", en el que el presidente pone en evidencia los errores cometidos por la prensa y lo que presenta como estrategias de manipulación de la "prensa corrupta" para atacar al

gobierno de Correa. Este espacio, que ocupa aproximadamente media hora del programa semanal, funciona como una suerte de amenaza para los propios periodistas, quienes reconocen el temor de que el presidente los nombre en las sabatinas (Oller y Chavero, 2015).

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) establece una regulación en los contenidos mediáticos, lo cual ha sido interpretado desde algunos sectores como un ataque a la libertad de expresión de los periodistas y los medios de comunicación del país. En concreto, la LOC prohíbe la publicación de contenidos violentos, sexualmente explícitos y contenidos discriminatorios, emplazando a una ulterior reglamentación del Cordicom (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación) para el desarrollo concreto de estos epígrafes. Sin embargo, otras voces han entendido que esta medida es una reacción estatal a los abusos y malas prácticas de los medios de comunicación, en especial tras la cobertura del intento de golpe de estado del 30-S (Abad, 2012), en el que el estado de excepción tuvo que declararse a través de Twitter. Entre ambas, la postura de la restricción de la libertad de expresión ha sido la predominante en la esfera pública –promovida por los grandes medios de comunicación privados del país y de la región–, de manera que ha servido como un ingrediente más en la confrontación entre Correa y medios de comunicación defensores de esta posición. En este contexto, hay que añadir otro elemento de disputa: los ataques directos que el presidente de la República viene lanzando de manera sistemática a una parte de los medios de comunicación, con la popularización de ciertos términos (“prensa corrupta”) y la creación de un espacio dedicado a sacar a la luz los errores, malinterpretaciones o manipulaciones mediáticas (así interpretado por el propio gobierno) dentro del espacio televisivo de que dispone para rendir cuentas con la ciudadanía, tal y como avanzábamos.

De esta manera se ha ido generando un enfrentamiento directo y público entre el gobierno, representado por el presidente Rafael Correa, y los medios de comunicación privados, marcando unas posiciones aparentemente irreconciliables. Por otro lado, los (escasos) medios de comunicación comunitarios que existen en el país han tomado una postura asimismo adversa a la oficial, en pro de una verdadera aplicación de la redistribución de frecuencias y otras demandas.

Esta suerte de conflicto se ubica en un contexto de desconfianza generalizada del ciudadano con respecto a los medios de comunicación. Según los datos del Latinobarómetro para Ecuador, más de la mitad de los ciudadanos ecuatorianos no confía en ningún formato comunicativo: el 54,4% de ellos tiene poca o ninguna confianza en la prensa escrita, el 49,6% desconfía poco o mucho de la televisión y el 54% de los ciudadanos confía poco o nada en la radio. Para terminar de entender el contexto, conviene tener en cuenta los altos niveles de apoyo y popularidad con que cuenta el Gobierno y, en concreto, el presidente. No en vano, es la única institución pública que cuenta con la confianza del ciudadano.

Este conflicto que se mantiene entre el presidente y los medios de comunicación privados se convierte en una condición ideal para el desarrollo de una comunicación negativista, en la que los actores que participan de ella aparecen públicamente en una relación de conflicto y protagonizando informaciones de corte fundamentalmente negativo (Ansolabehere e Iyengar, 1995; Castromil, 2012; González y Chavero, 2013).

A partir de todo lo anterior (y sin entrar en el debate sobre la libertad de expresión), en este trabajo proponemos un análisis de la teoría de agenda setting pero modificando los actores intervinientes en este proceso: no estudiamos la transferencia temática de los medios a la ciudadanía, sino de los actores políticos a los medios de comunicación. Este proceso de transferencia, según nuestra propuesta, se estaría dando 'contaminado' por una fuerte presencia del conflictivismo y negativismo mediático y político.

3. Hipótesis y metodología de trabajo

Con todos los elementos anteriormente expuestos, nos proponemos identificar la relación que se establece entre los medios de comunicación (tanto privados como públicos) y el gobierno de Rafael Correa en el marco de la teoría del establecimiento de la agenda. En concreto, partimos de la premisa de que el enfrentamiento entre el gobierno y los medios de comunicación privados es tal sólo en apariencia, ya que lo que esperamos encontrar es que, en la práctica, el presidente ejerce una influencia real en la agenda temática de los medios de comunicación, tanto públicos como privados. Nuestras hipótesis de trabajo, por tanto, las planteamos en los términos siguientes:

H1. El presidente de Ecuador ejerce una influencia semanal en la agenda temática de los medios de comunicación ecuatorianos, tanto públicos como privados. Por tanto, cabe esperar una correlación significativa de signo positivo entre la agenda política y la agenda mediática.

H2. El tono y la tendenciosidad con la que El Telégrafo y El Comercio abordan los temas serán diferentes: el primero será más favorable al gobierno y más colaboracionista, en tanto que El Comercio atacará en mayor medida al gobierno y presentará una información más tendente a la conflictividad.

Para testar estas hipótesis, realizamos un análisis de contenido (Krippendorff, 1990) de la prensa de referencia (Reig, 1998) ecuatoriana (El Telégrafo y El Comercio) y de los "Enlaces Ciudadanos". El estudio de la prensa nos servirá para analizar la agenda temática de los medios de comunicación de Ecuador, en tanto que los "Enlaces Ciudadanos" nos permitirán el estudio de la agenda política. La elección de un medio público (no oficialista aunque sí con posiciones cercanas al gobierno) y de uno privado (y de oposición) nos permitirá tener una perspectiva completa del panorama mediático ecuatoriano, además de observar las diferencias que pudieran establecerse entre ellos, por cuanto el primero mantiene una posición cercana al gobierno en tanto que el segundo se ha caracterizado en los últimos años por ser el principal diario de la oposición, además de tener naturaleza jurídica privada (no en vano, es común referirse a él como la 'verdadera' oposición ecuatoriana). Para ello, realizaremos un seguimiento y análisis diario de sus portadas (noticia principal) y editoriales de los dos diarios (público y privado), de tal manera que el análisis nos permitirá conocer los temas que los medios proponen como más importantes y que configuran en última instancia la agenda mediática.

Para que los resultados sean comparables, aplicaremos el mismo manual de codificación (construido ad hoc para este trabajo) tanto a la prensa de referencia como a los "Enlaces Ciudadanos" del período seleccionado. En este manual de codificación incluimos variables como los temas (principales y

secundarios), los actores o el tono (positivo/negativo) con el que se presenta la noticia o alocución del presidente, entre otras categorías de análisis.

El período elegido para realizar el análisis es el último mes de 2014 y el primer semestre de 2015, período en el cual se desarrollan acontecimientos políticos y mediáticos de relevancia. Por un lado, a finales de año es cuando se debaten en la Asamblea Nacional los presupuestos del próximo año, que para el caso de Ecuador no son tan favorables debido a la caída del precio del petróleo, uno de los principales sustentos de la economía del país. Además, 2015 es el año en el que por primera vez el partido del gobierno, Alianza País, pierde la alcaldía de las principales ciudades del país (Quito, Guayaquil, Loja, Cuenca), lo que representa un signo de amenaza para la consolidación del proyecto de Rafael Correa. Por otro lado, a principios de 2015 se confirmaba la venta de la mayor parte de las acciones del grupo El Comercio, editor del diario El Comercio (medio opositor al gobierno de Rafael Correa). Detrás de la operación está el conocido como “El Fantasma”, un magnate de la comunicación latinoamericana, propietario de más de 40 medios en una gran parte de los países de la región. Las operaciones de este empresario han venido caracterizándose por dos elementos: la inversión casi exclusiva en medios audiovisuales, que son los que mayor rentabilidad económica suponen (ésta sería la primera vez que rompe su propia dinámica empresarial) y el no enfrentamiento con el gobierno del país en el que opere el medio. En este sentido, es lícito preguntarse si la compra de un diario impreso ecuatoriano puede responder a un intento de desactivar la oposición mediática al gobierno.

Por otro lado, se produce la conversión del diario El Telégrafo a empresa pública, con lo que por primera vez se cuenta en Ecuador con un medio de comunicación constituido como empresa pública. Esta conversión, cuyas consecuencias en el plano mediático aún están por ver, sugieren asimismo un análisis de los posibles cambios e influencias, tanto en el plano comunicativo como financiero y político, influencias que pueden estar condicionando el quehacer periodístico (Abad, 2010).

En el caso de los “Enlaces Ciudadanos”, analizamos los emitidos por el presidente³ durante el mismo período y añadimos un mes al análisis, a fin de comprobar si se da esa transferencia temática, transferencia que en todo caso no sería inmediata, sino que requiere de un período de tiempo determinado (McCombs, 2004). Esta diferencia temporal nos permitirá identificar la posible transferencia de temas de la agenda política a la mediática.

4. Principales hallazgos

4.1 Agendas temáticas

El análisis individual de cada una de las noticias/editoriales recopiladas permite identificar algunas variables que resultan de interés para este trabajo. Tal y como venimos viendo, la primera de ellas es el tema principal que cada una de las agendas propone como el más importante y que resulta fundamental para estudiar la posible interacción entre los distintos actores objeto de nuestro estudio. La

³En ausencia del presidente de la República, el encargado de ofrecer la rendición de cuentas es el vicepresidente Jorge Glas. Para este análisis sólo tenemos en cuenta los dirigidos por el presidente.

siguiente tabla recoge los datos referidos a los temas principales de la agenda política y mediática (pública y privada) de Ecuador durante el período analizado.

Tabla 1. Distribución de la agenda mediática y política

Tema	<i>El Telégrafo</i>	<i>El Comercio</i>	<i>Enlace Ciudadano</i>	Total
Economía	75	158	109	342
	12,4%	25,9%	16,1%	18,1%
Política	109	42	34	185
	18,0%	6,9%	5,0%	9,8%
Infraestructuras	18	31	98	147
	3,0%	5,1%	14,4%	7,8%
Comunicación, LOC	41	14	91	146
	6,8%	2,3%	13,4%	7,7%
Accidentes, desastres naturales	14	76	15	105
	2,3%	12,5%	2,2%	5,5%
Política exterior	37	45	9	91
	6,1%	7,4%	1,3%	4,8%
Conflicto social, protestas, marchas	16	23	30	69
	2,6%	3,8%	4,4%	3,6%
Iglesia, religión	18	31	17	66
	3,0%	5,1%	2,5%	3,5%
Educación	21	8	33	62
	3,5%	1,3%	4,9%	3,3%
América Latina	22	10	22	54
	3,6%	1,6%	3,2%	2,9%
Turismo	5	8	32	45
	0,8%	1,3%	4,7%	2,4%
Seguridad pública	18	17	9	44
	3,0%	2,8%	1,3%	2,3%
Medidas legislativas	41	3	0	44
	6,8%	0,5%		2,3%
Ley Impuesto Herencias	0	10	28	38
		1,6%	4,1%	2,0%
Medio ambiente, contaminación	14	5	16	35
	2,3%	0,8%	2,4%	1,8%
Salud	9	9	16	34
	1,5%	1,5%	2,4%	1,8%
Corrupción	24	7	3	34
	4,0%	1,1%	0,4%	1,8%
Justicia	16	7	8	31
	2,6%	1,1%	1,2%	1,6%
Tráfico, tránsito	6	17	8	31
	1,0%	2,8%	1,2%	1,6%
Empleo, calidad del empleo	7	6	13	26
	1,2%	1%	1,9%	1,4%
Pobreza	8	0	9	17
	1,3%		1,3%	0,9%
Diálogo Nacional	4	9	1	14
	0,7%	1,5%	0,1%	0,7%
Migración	4	8	4	16
	0,7%	1,3%	0,6%	0,8%
Crímenes	4	4	1	9
	0,7%	0,7%	0,1%	0,5%
Desempleo	2	2	1	5
	0,3%	0,3%	0,1%	0,3%
Elecciones	3	6	2	11
	0,5%	1,0%	0,3%	0,6%
Conflictos en frontera	5	2	2	9
	0,8%	0,3%	0,3%	0,5%
Jóvenes	3	3	3	9
	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%
Vivienda	4	0	5	9
	0,7%		0,7%	0,5%
Derechos sociales y civiles	5	0	4	9
	0,8%		0,6%	0,5%
Otros	51	48	56	155
	8,4%	7,9%	8,2%	8,2%
Total	604	609	679	1892
	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior podemos comprobar que existe una distribución temática muy similar entre la agenda de *El Telégrafo* y los “Enlaces Ciudadanos”, si bien los rangos (grados de relevancia) no coinciden. La agenda política tiene tres temas a los que dedica mucha más atención que a cualquier otro: Economía (16,1%), Infraestructuras (14,4%) y Comunicación (13,4%). Estos dos temas también son importantes para la prensa pública, si bien ésta le concede una importancia algo menor (12,4% a temas económicos y 6,8% a la Comunicación), en tanto que le da más importancia a Política (18%). El *issue* al que más atención dedica la prensa pública ecuatoriana es precisamente la política (18%). El tema económico es también el más importante para *El Comercio* (25,9%), superando incluso los niveles que le dedica la agenda mediática y la prensa pública. El segundo tema más importante para el diario privado es Desastres naturales (12,5%), fruto del proceso de erupción del volcán Cotopaxi, el fenómeno El Niño y la necesidad de planificación por parte de los diferentes gobiernos local y central. La agenda del diario *El Comercio* está, en todo caso, mucho más concentrada que las otras dos: sólo los dos temas citados ocupan la mitad de su agenda.

Tabla 2. Rangos temáticos de las diferentes agendas

Agenda política	Tema	Agenda mediática (pública)	Agenda mediática (privada)
1	Economía	2	1
3	Comunicación	3	9
4	Política	1	4
2	Infraestructuras	8	5
10	Política exterior	4	3

Fuente: Elaboración propia.

Es interesante señalar el peso que tiene el tema “Infraestructuras” en la agenda política, indicador del interés del presidente Rafael Correa por visibilizar las obras que su gobierno está implementando en el país. Este tema, sin embargo, es el que más distanciado está con respecto a la prensa pública de los temas principales, pero más cercano al peso que le otorga la prensa privada.

Si medimos la correlación existente (a través del coeficiente de correlación de Pearson⁴) entre las distintas agendas en los tres temas más importantes (Economía, Comunicación e Infraestructuras), obtenemos que la correlación entre la agenda política y la agenda de los medios es de 0,3 (con un nivel de significatividad del 95%). Es decir, la correlación entre ambas variables es muy moderada como para afirmar que la relación entre ellas responde a motivos no azarosos. Si atendemos a los diferentes tipos de medios, encontramos una correlación de tan sólo 0,22 entre la agenda política y la agenda de medios públicos, en tanto que con la agenda de medios privados es de 0,134 con signo negativo. Es decir, no existe correlación estadísticamente significativa entre la agenda política y la agenda de los medios privados⁵, lo cual indica que las intervenciones semanales del presidente de la República no están

⁴Medimos la correlación sólo entre dos de las variables analizadas: agenda mediática y agenda política, que configuran nuestro interés para este *paper*.

⁵ Esto supone algunas diferencias con respecto a los datos preliminares del primer trimestre del año (debatidos en algunos congresos académicos: <http://www.aecpa.es/congresos/XII-congreso/paper.php?paper=1309>), lo que parece indicar que a medida que se acercan las elecciones y se polariza el ambiente (marchas, etc.) los medios de comunicación vuelven a sus ‘trincheras’, con lo cual estaría desapareciendo el efecto de desactivación mediática que Correa habría conseguido en los primeros meses de nuestro análisis. Un análisis más amplio permitirá ver si efectivamente sucede así.

influyendo de manera significativa en la agenda de los medios privados (algo más en la de los medios públicos, pero sin llegar a ser significativa).

4.2. Tendenciosidad y negatividad de las noticias

Para testar nuestra segunda hipótesis, ponemos en relación cada uno de los medios y programa analizado con la tendenciosidad⁶ de las informaciones, identificadas como favorable o desfavorable a los distintos actores de interés para nuestro estudio. Además, analizamos el tono que predomina en las unidades de análisis, e igualmente lo ponemos en relación con los distintos medios informativos. Los resultados obtenidos son los que arrojan las dos siguientes tablas.

Tabla 3. Sesgo de las informaciones

	<i>El Telégrafo</i>	<i>El Comercio</i>	<i>Enlace Ciudadano</i>	<i>Total</i>
Fav. Correa/Gob.	268 44,4%	37 6,1%	330 48,6%	635 33,6%
Desfav. Correa/Gob.	11 1,8%	135 22,2%	0	146 7,7%
Fav. Oposición	4 0,7%	10 1,6%	2 0,3%	16 0,8%
Desfav Oposición	142 23,5%	1 0,2%	114 16,8%	257 13,6%
Fav. periodistas	1 0,2%	2 0,3%	1 0,1%	4 0,2%
Desfav. periodistas	7 1,2%	1 0,2%	89 13,1%	97 5,1%
Neutro	161 26,7%	412 67,7%	132 19,4%	705 37,3%
Fav. otros	6 1,0%	4 0,7%	1 0,1%	11 0,6%
Desfav. otros	4 0,7%	7 1,1%	10 1,5%	21 1,1%
Total	604 100%	609 100%	679 100%	1892 100%

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, la tendenciosidad del programa “Enlace Ciudadano” es la más evidente: casi la mitad de las informaciones son favorables (cuando no proclamas directas) al gobierno y al proceso de revolución ciudadana y, lo más interesante, el 13,1% de las informaciones que emite son ataques directos a los periodistas o medios de comunicación (privados). En la emisión de estos programas, el presidente no descuida tampoco el ataque a la oposición, que ocupa un 16,8% de las unidades informativas del programa de rendición de cuentas, casi un 7% más que en el primer trimestre de 2015. A la hora de analizar la tendenciosidad del programa de rendición de cuentas del presidente, resulta interesante señalar que en no pocas ocasiones el presidente presenta de manera agregada a la oposición política con la prensa privada (“corrupta” y “mercantilista”), actores que trabajarían en connivencia contra el gobierno de Correa, según la propuesta del propio presidente. En el caso de *El Telégrafo*, a pesar de ser un diario público, presenta informaciones de manera favorable al gobierno de Correa en

⁶Para medir la tendenciosidad, incorporamos varias categorías en el manual de codificación que se aplica al corpus. Estas variables indican si cada una de las noticias/intervenciones del presidente apoya o ataca de manera explícita a alguno de los actores políticos y mediáticos considerados en este análisis.

casi la mitad de sus noticias/editoriales. *El Comercio*, a pesar de ser el más neutro (67,7% de sus noticias/editoriales), es el diario más tendencioso contra el gobierno de Correa (22,2%), lo que lo sitúa en el plano de oposición política.

Tabla 4. Negatividad informativa en función de las agendas

	<i>El Telégrafo</i>	<i>El Comercio</i>	<i>Enlace Ciudadano</i>	Total
Positivo	279 46,2%	164 26,9%	376 55,4%	819 43,3%
Negativo	250 41,4%	276 45,3%	239 35,2%	765 40,4%
Neutro	75 12,4%	169 27,8%	58 8,5%	302 16%
Total	604 100%	609 100%	679 100%	1892 100%

Fuente: Elaboración propia.

De los espacios analizados, la prensa privada (*El Comercio*) es la más negativista (45,3%), si bien los valores de negatividad son similares y muy altos también en prensa pública y programa oficialista. El que ofrece un balance más positivo es *El Telégrafo*, prensa pública cercana a los lineamientos del gobierno. Los resultados de esta tabla son coincidentes con la interpretación que hacíamos de la distribución temática, en la medida en que estos datos parecen indicar que el “Enlace Ciudadano” se convierte por igual en un espacio de rendición de cuentas-propaganda (48,6% de las noticias favorables) y de ataque, en especial a los periodistas (13,1%). A continuación analizamos el tono de las noticias en función de la temática y los protagonistas para confirmar esta premisa. Los resultados de la siguiente tabla corresponden únicamente a los “Enlaces Ciudadanos” :

Tabla 5. Negatividad informativa en función de los protagonistas (“Enlace Ciudadano”)

	Positivo	Negativo	Neutro
Rafael Correa	212 55,5%	67 28%	31 53,4%
Alianza País	114 29,8%	16 6,7%	16 27,6%
Asamblea Nacional	1 0,3%	0	0
Jaime Nebot	0	8 3,3%	0
Mauricio Rodas	0	1 0,4%	0
Partido Social Cristiano (PSC)	0	2 0,8%	0
Movimiento Popular Democrático (MPD)	0	5 2,1%	0
Pachakutik (PK)	0	4 1,7%	0
Otro partido	0	3 1,3%	0
Jueces	2 0,5%	0	0
Policía FFAA	3 0,8%	1 0,4%	0
Ciudadanos	5 1,3%	2 0,8%	0
Actores económicos	1 0,3%	5 2,1%	0
Periodistas, medios	6 1,6%	75 31,4%	6 10,3%

CREO/Lasso	0	8	0
		3,3%	
Unasur	5	0	0
	1,3%		
Oposición	5	29	0
	1,3%	12,1%	
Ninguno	5	2	0
	1,3%	0,8%	
Otros	23	11	5
	6,0%	4,6%	8,6%
Total	382	239	58
	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tal como indican estos datos, los “Enlaces Ciudadanos” tienen un componente negativo cuando los protagonistas son los periodistas (31,4%) y positivo cuando lo es Correa o su gobierno (55,5% de las informaciones son positivas). La siguiente tabla muestra los resultados relativos a la relación existente entre el tono y el tema de la información, que corroboran asimismo nuestra premisa (para simplificar la lectura de la tabla, presentamos sólo los resultados significativos, dejando fuera los valores muy bajos de cada una de las celdas).

Tabla 6. Tono de la noticia en función del tema de que se trate. (Agenda política)

	Positivo	Negativo	Neutro	Total
Economía	53	39	17	109
	13,9%	16,3%	29,3%	16,1%
Política	11	20	3	34
	2,9%	8,4%	5,2%	5,0%
Comunicación	10	76	5	91
	2,6%	31,8%	8,6%	13,4%
América Latina	18	1	3	22
	4,7%	0,4%	5,2%	3,2%
Política exterior	6	1	2	9
	1,6%	0,4%	3,4%	1,3%
Infraestructuras	90	5	3	98
	23,6%	2,1%	5,2%	14,4%
Total	382	239	58	679
	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como podemos comprobar en la tabla anterior, la agenda política tiene un equilibrio en el tono cuando se tratan temas económicos, lo que se entiende por la explicación (positiva) del presidente de las medidas que toma para frenar los efectos (negativos) de la crisis económica. Frente a este equilibrio, destaca el diferente tono con el que se tratan otros temas; al exponer Infraestructuras el tono predominante es el positivo (23,6%), que responde a la exposición y defensa de las nuevas obras del gobierno de Correa. Sin embargo, resulta interesante destacar el tono negativo cuando el tema abordado es Comunicación (31,8% de todas las intervenciones de este período), lo que es coherente con la propuesta de conflicto (al menos aparente) entre el presidente de la República y los medios de comunicación privados.

5. A modo de conclusión

En las páginas anteriores hemos realizado una aproximación a la relación que se establece entre la agenda mediática y la agenda política de Ecuador, a partir de la premisa de que la agenda política influye significativamente en la mediática. Para el análisis, hemos analizado el diario de referencia público (El Telégrafo) y el privado (El Comercio) como exponentes de la agenda mediática; para el análisis de la agenda política hemos tomado como unidad de análisis los “Enlaces Ciudadanos”, el programa audiovisual de rendición de cuentas que dirige el presidente de Ecuador, Rafael Correa, todos los sábados, y que es retransmitido por todos los canales públicos de televisión y radio. El análisis de los datos nos ha permitido comprobar la existencia de la relación entre los primeros temas de agenda de cada uno de los actores analizados, si bien no coinciden en los niveles de importancia otorgados a los temas. En este sentido, Economía, Comunicación y Política han sido los temas fundamentales para agenda política y agenda mediática (sobre todo pública, el medio privado ha introducido algunas variantes en rango, como la política exterior).

Al medir la correlación estadística, sin embargo, obtenemos algunos resultados interesantes, como la leve correlación entre la agenda política y la agenda de los medios de comunicación. Esta correlación, aun sin alcanzar niveles muy significativos, es mayor a los datos exploratorios obtenidos durante el primer trimestre del año. Este incremento puede deberse no sólo al incremento en el período de análisis, sino al período preelectoral por el que deriva 2015, que hace suponer que los medios de comunicación, ante un contexto polarizado y preelectoral, tienden a intensificar (o reencauzar) sus posicionamientos ideológicos iniciales.

En segundo lugar, hemos analizado la tendenciosidad y el tono de las diferentes agendas. Los resultados obtenidos parecen corroborar la idea de que existe una mayor tendenciosidad y negativismo en la prensa privada que en la pública. Los “Enlaces Ciudadanos”, por su parte, arrojan una clara diferenciación entre la parte referida netamente a rendición de cuentas del Ejecutivo (caracterizada por un sesgo favorable al gobierno y un tono positivo) y la parte de ataque a la oposición y a la prensa, marcada por la conflictividad y el negativismo.

Los datos aquí expuestos no pretenden ser concluyentes; lejos de eso, forman parte de un estudio más amplio cuyo desarrollo permitirá profundizar en el análisis de las variables e hipótesis aquí planteadas e incorporar otras nuevas, todo lo cual arrojará más luz sobre la relación que se establece en la actualidad entre el gobierno ecuatoriano de Rafael Correa, los medios públicos, los privados y los comunitarios. 

Referencias/References

- Abad, G. 2012. La responsabilidad social del periodismo: procesos informativos, debates políticos y ejes de políticas públicas en el contexto de la Ley de Comunicación de Ecuador. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Abad, G. 2010. "El club de la pelea. Poder político vs poder mediático" , en Rincón, O. (coord.). ¿Por qué nos odian tanto? Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Ansolabehere, S. e Iyengar, S. 1995. Going Negative. How Political Advertisements Shrink & Polarize the Electorate. New York. The Free Press
- Becerra, M. 2014. "Medios de comunicación: América Latina a contramano" , Nueva Sociedad 249, enero-febrero 2014.
- Castromil, A. 2012. "Negativismo mediático y campaña electoral en las elecciones generales de 2008" . Reis, 139. Pp.163-174
- Cerbino, M., Ramos, I. y Orlando, R. 2012. "Propaganda política y despolitización mediática en Ecuador: el gobierno y los medios privados de espaldas a la ciudadanía" en Estrategias de comunicación de Gobierno en América Latina: Entre el caudillismo, la e-política y la tele-democracia. Universidad Católica de Uruguay.
- Chavero, P. Y Oller, M. 2015. "Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador" en Barredo, D., M. Oller y S. Hernández (coord.), La Comunicación y el Periodismo en Ecuador frente a los desafíos contemporáneos. Cuadernos Artesanos Latina/74. Disponible en <http://www.cuadernosartesanos.org/2015/cac74.pdf>
- Chavero, P. Y González, J.J. 2013. "Variantes de negativismo informativo en un contexto de crisis global: la evaluación de los actores políticos y de su interrelación". En Crespo, I. (coord.). Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Las elecciones generales españolas de 2011. Valencia: Tirant Humanidades.
- Checa, A. 2012. "La batalla política y legal en Ecuador ante la creación de un sector estatal de medios informativos" . Anuario Americanista Europeo9:39-54.
- Checa, A. 2012b. "La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador" ; Revista Latina de Comunicación Social; 067 pp. 125-147. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/067/art/950_Sevilla/06_Checa.html
- Fiss, O. 1997. Libertad de expresión y estructura social. México: Distribuciones Fontamara.
- González, J.J. y Bouza, F. 2009. Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008. Madrid: Los libros de la catarata.
- Kitzberger, P. 2009. "Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina" , en Postdata 14(2). Buenos Aires, ago/dic. 2009

- Krippendorff, K.1990. Metodología de análisis de contenido. Barcelona: Paidós Comunicación.
- McCombs, M.2004: Setting the Agenda. Cambridge. Polity.
- Ramos, I. 2013. "Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador" , en Íconos. FLACSO-Ecuador (46). pp: 67-82.
- Oller, M. y Chavero, P. 2015. "La percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador" . Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social, 8.
- Reig, R. 1998. Medios de comunicación y poder en España. Barcelona: Paidós.
- Unesco. 2011. Análisis del desarrollo mediático en Ecuador 2011. Quito: Unesco.

Sobre el autor(a) o autores/About the autor(s)

Isabel Ramos, profesora titular-investigadora de FLACSO-Ecuador. Responsable de la Maestría de Investigación en Comunicación con mención en Opinión Pública. Dpto. Estudios Internacionales y Comunicación. Palmira Chavero, profesora titular-investigadora de FLACSO-Ecuador. Dpto Estudios Internacionales y Comunicación. Investigadora GIGAPP.

Sobre GIGAPP

El Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP) es una iniciativa académica impulsada por académicos, investigadores y profesores Iberoamericanos, cuyo principal propósito es contribuir al debate y la generación de nuevos conceptos, enfoques y marcos de análisis en las áreas de gobierno, gestión y políticas públicas, fomentando la creación de espacio de intercambio y colaboración permanente, y facilitando la construcción de redes y proyectos conjuntos sobre la base de actividades de docencia, investigación, asistencia técnica y extensión.

Las áreas de trabajo que constituyen los ejes principales del GIGAPP son:

1. Gobierno, instituciones y comportamiento político
2. Administración Pública
3. Políticas Públicas

Información de Contacto

Asociación GIGAPP. Estudios Working Papers.

Email: ewp@gigapp.org

Imagen en portada, cortesía de [@auraneurotica](#)