



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO:
INFLUENCIA DEL DISCURSO DEL PRESIDENTE RAFAEL
CORREA EN EL IMAGINARIO SOCIAL SOBRE LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN ECUATORIANOS EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE GUAYAQUIL**

**AUTOR (A):
Román Barragán, Gabriela Verónica**

**TRABAJO FINAL DE PRE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCION AUDIOVISUAL**

**TUTOR:
Dr. Castaño Oliva Rafael, Ph.D.**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Gabriela Verónica Román Barragán, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Licenciada en comunicación social mención audiovisual

TUTOR

Dr. Rafael, Castaño Oliva Ph.D.

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Mgs. Efraín Luna Mejía

Guayaquil, a los 23 del mes de mayo del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Gabriela Verónica Román Barragán**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Imaginario sobre los medios de comunicación ecuatorianos influenciados por el Presidente Rafael Correa** previa a la obtención del Título de **Licenciada en Comunicación Social mención Audiovisual**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 23 del mes de mayo del año 2014

LA AUTORA:

Gabriela Verónica Román Barragán



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, Gabriela Verónica Román Barragán

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Imaginario sobre los medios de comunicación ecuatorianos influenciados por el Presidente Rafael Correa**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 23 del mes de mayo del año 2014

LA AUTORA:

Gabriela Verónica Román Barragán

AGRADECIMIENTO

A mis maestros por la formación académica recibida en la carrera que tanto amo.

A mí amado esposo e hijos que me apoyaron incondicionalmente.

Gracias de todo corazón.

Gabriela Verónica Román Barragán

DEDICATORIA

A los amores dulces y tiernos que me engendraron y me enseñaron a no desmayar nunca, a reflexionar y a luchar por mis sueños.

Padre y Madre, este logro también va por ustedes.

A mi ángel del cielo a quien debo mi eterna gratitud. Abuelita no la olvido.
Al amor que engendré y que se convirtió en el motor de mi vida, por el que cansada continué caminando.

Hijo mío, te amo.

Gabriela Verónica Román Barragán

VALORACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO

Dr. Castaño Oliva Rafael, Ph.D.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

.....

LECTOR 1

.....

LECTOR 2

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

.....
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

CALIFICACIÓN

Dr. Castaño Oliva Rafael, Ph.D.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
RESUMEN (ABSTRACT)	XV
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	2
1.2.1 FUNDAMENTO TEÒRICO	3
1.2.2 FUNDAMENTO SOCIAL	3
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.4 OBJETIVO GENERAL	5
1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.6 HIPÓTESIS	5
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANTECEDENTES	7
2.2 BASES TEÓRICAS	14
2.2.1 IMAGINARIOS.....	14
2.2.2 DISCURSO POLÍTICO	18
2.2.3 CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR	19
2.2.4 PERIODISMO Y DEMOCRACIA	21
2.2.5 CONFLICTOS ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL PRESIDENTE RAFAEL CORREA	25
2.2.6 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS	34
2.2.7 PRESIDENTE RAFAEL CORREA DELGADO.....	35
2.2.8 “LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN YA ES DE TODOS” SEGMENTO DEL ENLACE CIUDADANO..	38
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	40
3.1 TIPO DE INVESIGACIÓN	40
3.2 ENFOQUE METODOLÓGICO	40
3.3 POBLACIÓN	40
3.4 MUESTRA	41

3.5	CRITERIOS DE RECOLECCIÓN DE LA MUESTRA.....	41
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ECUATORIANOS.....		
43		
4.1	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS	79
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES		
81		
5.	BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS		
88		
ENCUESTA SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....		
89		

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ILUSTRACIÓN 1 PREGUNTA 2: ¿ESCUCHA LA VERSIÓN DEL MANDATARIO?	44
ILUSTRACIÓN 2 PREGUNTA 2: ¿ESCUCHA LA VERSIÓN DEL MANDATARIO?	44
ILUSTRACIÓN 3 PREGUNTA 2: ¿ESCUCHA LA VERSIÓN DEL MANDATARIO?	45
ILUSTRACIÓN 4 PREGUNTA 3: ANTES DE RC ¿CREÍA EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	45
ILUSTRACIÓN 5 PREGUNTA 3: ANTES DE RC ¿CREÍA EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	46
ILUSTRACIÓN 6 PREGUNTA 3: ANTES DE RC ¿CREÍA EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	47
ILUSTRACIÓN 7 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN? 48	
ILUSTRACIÓN 8 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN? 49	
ILUSTRACIÓN 9 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN? 50	
ILUSTRACIÓN 10 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	50
ILUSTRACIÓN 11 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	51
ILUSTRACIÓN 12 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	51
ILUSTRACIÓN 13 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	52
ILUSTRACIÓN 14 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	52
ILUSTRACIÓN 15 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	53
ILUSTRACIÓN 16 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	54
ILUSTRACIÓN 17 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	54
ILUSTRACIÓN 18 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	55
ILUSTRACIÓN 19 PREGUNTA 4: AHORA ¿CREE EN LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	55
ILUSTRACIÓN 20 PREGUNTA 5: ¿HA COMPARADO LA INFORMACIÓN ENTRE MEDIOS?	56
ILUSTRACIÓN 21 PREGUNTA 5: ¿HA COMPARADO LA INFORMACIÓN ENTRE MEDIOS?	56
ILUSTRACIÓN 22 PREGUNTA 5: ¿HA COMPARADO LA INFORMACIÓN ENTRE MEDIOS?	57
ILUSTRACIÓN 23 PREGUNTA 6: ANTES DE RC ¿QUÉ MEDIO ERA DE SU PREFERENCIA?	57
ILUSTRACIÓN 24 PREGUNTA 7: ACTUALMENTE, ¿QUÉ MEDIO ES DE SU PREFERENCIA?	58

ILUSTRACIÓN 25 CAMBIO DE MEDIOS.....	59
ILUSTRACIÓN 26 PREGUNTA 8: ¿EN QUÉ CARACTERÍSTICA SE DESTACA SU MEDIO DE PREFERENCIA?.....	60
ILUSTRACIÓN 27 PREGUNTA 8: ¿EN QUÉ CARACTERÍSTICA SE DESTACA SU MEDIO DE PREFERENCIA?.....	60
ILUSTRACIÓN 28 PREGUNTA 8: ¿EN QUÉ CARACTERÍSTICA SE DESTACA SU MEDIO DE PREFERENCIA?.....	61
ILUSTRACIÓN 29 PREGUNTA 9: ¿EXISTEN HECHOS NOTICIOSOS QUE NO INFORMAN LOS MEDIOS?.....	62
ILUSTRACIÓN 30 PREGUNTA 10: ANTES DE RAFAEL CORREA ¿PENSABA QUE EXISTÍA PRENSA CORRUPTA?	62
ILUSTRACIÓN 31 PREGUNTA 10: ANTES DE RAFAEL CORREA ¿PENSABA QUE EXISTÍA PRENSA CORRUPTA?	63
ILUSTRACIÓN 32 PREGUNTA 11: ¿RELACIONA "PRENSA CORRUPTA" CON LA PRENSA NACIONAL?.....	63
ILUSTRACIÓN 33 PREGUNTA 12: ¿TIENE SENTIDO EL SEGMENTO "LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN YA ES DE TODOS"?	65
ILUSTRACIÓN 34 PREGUNTA 12: ¿TIENE SENTIDO EL SEGMENTO "LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN YA ES DE TODOS"?	65
ILUSTRACIÓN 35 PREGUNTA 14: EN LOS MEDIO DE COMUNICACIÓN PREVALECE LA MISIÓN DE INFORMAR SOBRE SUS INTERESES PROPIOS?	66
ILUSTRACIÓN 36 PREGUNTA 14: EN LOS MEDIO DE COMUNICACIÓN PREVALECE LA MISIÓN DE INFORMAR SOBRE SUS INTERESES PROPIOS?	67
ILUSTRACIÓN 37 PREGUNTA 15: ¿RAFAEL CORREA LE HA HECHO SABER ACCIONES NEGATIVAS DE LOS MEDIOS?.....	67
ILUSTRACIÓN 38 PREGUNTA 15: ¿RAFAEL CORREA LE HA HECHO SABER ACCIONES NEGATIVAS DE LOS MEDIOS?.....	68
ILUSTRACIÓN 39 PREGUNTA 17: ¿CREE QUE LOS MEDIOS LE BRINDARÍAN AYUDA SI LO NECESITARA?	69
ILUSTRACIÓN 40 PREGUNTA 17: ¿CREE QUE LOS MEDIOS LE BRINDARÍAN AYUDA SI LO NECESITARA?	69
ILUSTRACIÓN 41 PREGUNTA 18: ¿QUÉ RECUERDA MÁS DEL EX PRESIDENTE A. BUCARAM?	70
ILUSTRACIÓN 42 PREGUNTA 19: DESPUÉS DE LA CRISIS DE 1999, ¿CÓMO PERCIBÍA A LOS MEDIOS?	71
ILUSTRACIÓN 43 PREGUNTA 20: ¿QUÉ RECUERDA DEL GOBIERNO DE LUCIO GUTIERREZ?	72
ILUSTRACIÓN 44 CALIFICATIVOS A LOS MEDIOS PÚBLICOS E INCAUTADOS.....	74
ILUSTRACIÓN 45 CALIFICATIVOS A LOS MEDIOS PRIVADOS.	74
ILUSTRACIÓN 46 PREGUNTA 23: ¿SON RAZONABLES LOS CONFLICTOS QUE EXISTEN ENTRE MEDIOS PRIVADOS Y GOBIERNO ACTUAL?	77
ILUSTRACIÓN 47 PREGUNTA 23: ¿SON RAZONABLES LOS CONFLICTOS QUE EXISTEN ENTRE MEDIOS PRIVADOS Y GOBIERNO ACTUAL?	77
ILUSTRACIÓN 48 PREGUNTA 23: ¿SON RAZONABLES LOS CONFLICTOS QUE EXISTEN ENTRE MEDIOS PRIVADOS Y GOBIERNO ACTUAL?	78
ILUSTRACIÓN 49 PREGUNTA 23: ¿SON RAZONABLES LOS CONFLICTOS QUE EXISTEN ENTRE MEDIOS PRIVADOS Y GOBIERNO ACTUAL?	78
ILUSTRACIÓN 50 PREGUNTA 23: ¿SON RAZONABLES LOS CONFLICTOS QUE EXISTEN ENTRE MEDIOS PRIVADOS Y GOBIERNO ACTUAL?	79

RESUMEN (ABSTRACT)

El proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la influencia del Presidente Rafael Correa sobre los imaginarios acerca de los medios de comunicación ecuatorianos en estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil. Para realizar este proyecto se encuestó en tres universidades guayaquileñas que posiblemente representan las tres clases sociales de la ciudad: Universidad de Guayaquil, Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Para analizar la tabulación de las encuestas se realizó gráficos según la edad (divididos en mayores y menores de 30 años), la universidad y en forma general con todos los encuestados. Como resultado se obtuvo que el Presidente Rafael Correa si influye en la percepción hacia los medios de comunicación ecuatorianos. En los privados provoca duda en la objetividad e intencionalidad y en los públicos, direcciona al pensamiento a concebirlos como más objetivos. A los incautados se los incluye en la misma línea de contenido que los públicos. Aunque el mandatario influya en el imaginario sobre los medios de comunicación no logra que las audiencias y lectores opten por consumir medios públicos, solo que los mantengan en un buen concepto. Los medio privados preferidos siguen siendo Ecuavisa y El Universo; y de los incautados TC televisión.

Palabras Claves: Rafael Correa, medios de comunicación, privados, públicos, incautados, imaginarios, UCSG, ULVR, Universidad de Guayaquil.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1.1 INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son los constructores de la realidad, de lo que sucede en nuestro entorno. La misión de informar (noticieros, prensa) de los medios, desde tiempos remotos siempre se ha visto involucrada en conflictos con los poderes que en su momento lideran la sociedad, llámense grupos políticos, económicos, etc. Sin embargo, la ciudadanía nunca ha dejado de consumirlos porque, después de todo, cree en ellos y ni las nuevas tecnologías los sacaron de uso, más bien se combinaron para llegar a un público nuevo que prefiere internet antes que un periódico o televisión. Es por eso que esta investigación pretende construir el imaginario social que actualmente tienen los ciudadanos con respecto a los medios de comunicación que tienen al alcance.

A partir del Presidente Rafael Correa, estamos viviendo una época en donde los conflictos entre varios medios privados y gobierno son evidentes y muy fuertes que incluso se ha llegado a cuestionar la libertad de expresión y de prensa. Los argumentos de los unos y los otros son sustentados según su realidad y puntos de vista provocando que los ecuatorianos tomen partido o vivan en confusión. El Presidente de la República tiene una alta popularidad en el país y mucha aceptación, por lo que su influencia en la ciudadanía ha hecho surgir a seguidores que creen en él y lo apoyan. Esta investigación, con este antecedente, pretende saber si esa influencia de Rafael Correa logró incidir en el imaginario social sobre medios de comunicación de su objeto de estudio.

Actualmente los ciudadanos escuchan a diario los argumentos de un conflicto mediático - gobierno que en ocasiones se presta a confusión e

incredulidad, pero son las generaciones jóvenes que hoy viven un nuevo sistema de educación, con tecnología más avanzada, otras oportunidades, otro pasado que contar y posiblemente con otra visión según las influencias actuales, los que sabrán calificar el presente y forjar el futuro de nuestro país.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Los medios de comunicación son un elemento muy importante en la vida de un país, sus recursos audiovisuales o escritos recogen el diario vivir de una nación. Desde sus inicios, la prensa ha tenido como finalidad informar e instruir a la ciudadanía con datos verdaderos de los acontecimientos locales, nacionales e internacionales, dando pautas de lo que sucede en nuestro entorno para poder asumir una postura ante la realidad de cada lugar. Morán, Aguirre & Huamani (2008) manifestaban que la prensa es importante en la reconstrucción de la historia de una sociedad en un determinado tiempo y espacio, los periódicos son una evidencia de la vida del ser humano en donde se plasma los acontecimientos diarios más importantes.

Para un periodista dos situaciones contradictorias están presentes en su rutina de trabajo, una es ver la confianza que deposita la gente en él cuando las personas se acercan a relatar su historia solicitando su ayuda y la del medio para que su problema sea denunciado públicamente y, finalmente, puedan ser escuchados. La otra situación es la desconfianza de las masas hacia los periodistas cuando la gente los señala como “prensa corrupta”. Estas situaciones llaman a reflexionar sobre el tema de los imaginarios sociales. Comúnmente la gente solía pensar que es verdad y que existe un acontecimiento si lo dijeron por “televisión”; es decir, si un tema no se trata en un medio de comunicación simplemente no existe. Es probable que hoy en día la concepción de lo que son los medios de

comunicación tenga nuevos matices, otros puntos de vista con nuevos sustentos.

1.2.1 FUNDAMENTO TEÒRICO

En una investigación sobre la credibilidad de los medios de comunicación, Mendizábal (2012) decía que la credibilidad de los medios de comunicación ha disminuido y tienen que ver las circunstancias políticas que vive el Ecuador. La variedad de temas no siempre es oportuna y provoca desinterés incluso en el contexto. La plena confianza que la opinión pública ecuatoriana tenía en el periodismo y la información recibida por de los medios de comunicación ha disminuido.

La idea de este proyecto de titulación es caracterizar el imaginario social actual de estudiantes de tres universidades guayaquileñas con respecto a los medios de comunicación, con una muestra en la que se tomará en cuenta el nivel socio económico y la edad. También será necesario aclarar cuáles son los factores que han llevado a la población a tener esos pensamientos de la prensa.

1.2.2 FUNDAMENTO SOCIAL

Establecer este imaginario, contribuirá a la comprensión de los signos que marcan la sociedad. Agudelo (2011) decía que al imaginario se lo debe entender como la forma de reaccionar en la sociedad y en el mundo, ya que la mentalidad es el punto de encuentro de las formas de pensar, de actuar y de sentir.

Los beneficiarios de esta investigación son los comunicadores, sociólogos, políticos y medios de comunicación ya que es de importancia

relevante saber lo que piensan, lo que imaginan, el pensamiento pre concebido que tienen las audiencias cuando consumen información de los medios, y el alcance que tiene actualmente la influencia del discurso del Presidente Rafael Correa en este tipo de imaginario.

Lo trascendente de esta investigación es conocer cuáles son los acontecimientos o discursos que han influido para construir el imaginario actual.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A causa del conflicto entre varios medios privados y el Presidente del Ecuador, Rafael Correa, los argumentos de descargo que se utilizan para la defensa y ataque entre los dos poderes han colocado en el centro a la ciudadanía a la que pretenden convencer y convertirla en su aliada para vencer al oponente.

La ciudadanía que posee un Presidente con alta popularidad y una ideología política también necesita información para entender su entorno, su sociedad y formar su mundo y esto lo proporciona su medio de comunicación preferido.

Si lo que leo, veo y escucho a diario en el canal, emisora o periódico de mi preferencia no es cierto, o no comunica lo que realmente debo saber, distorsiona la verdad o la omite entonces, ¿qué se debe hacer?

Si la versión del Presidente Rafael Correa en su discurso es muy convincente, entonces:

¿Cómo influye el discurso del Presidente Rafael Correa en el imaginario social sobre los medios de comunicación ecuatorianos en estudiantes universitarios de Guayaquil en el 2014?

1.4 OBJETIVO GENERAL

Determinar la influencia del discurso del Presidente Rafael Correa sobre el imaginario acerca de los medios de comunicación ecuatorianos en estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil, realizando una investigación de campo en una muestra de la Universidad de Guayaquil, Universidad Laica Vicente Rocafuerte y Universidad Católica Santiago de Guayaquil, para estructurar el imaginario social sobre medios en la época actual.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la influencia que tiene el discurso del Presidente Rafael Correa mediante encuestas a universitarios.
- Interpretar el imaginario social que los estudiantes universitarios dicen haber tenido sobre los medios de comunicación ecuatorianos mediante encuestas a universitarios.
- Interpretar la valoración que los estudiantes universitarios dan a los medios de comunicación, comprobando si interfiere la influencia del Presidente en el imaginario mediante encuestas a universitarios.

1.6 HIPÓTESIS

El trabajo de investigación “Imaginarios sobre los medios de comunicación ecuatorianos influenciados por el Presidente Rafael Correa” pretende mostrar mediante el análisis al objeto de estudio, que el discurso del actual mandatario ecuatoriano tiene una gran influencia en los imaginarios de sus gobernados, en este caso, en el imaginario social sobre los medios de comunicación ecuatorianos.

Es común escuchar al Presidente llamar “prensa corrupta” a los medios, que en su criterio, faltan a la verdad, objetividad e intencionalidad, por lo que este trabajo sostiene que “prensa corrupta” se ha posicionado en el pensamiento de las personas, indistintamente de su tendencia política y del contenido de “prensa corrupta”.

De acuerdo a lo anterior se formula la siguiente hipótesis:

La influencia del discurso del Presidente Rafael Correa, con su alto nivel de credibilidad, incide en el imaginario social con respecto a los medios de comunicación ecuatorianos de los estudiantes universitarios.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Castro (2007) estudió las maneras de construir la subjetividad y la identidad social en universitarios argentinos, para esto los jóvenes expusieron sus opiniones, actitudes y conocimientos relacionados con la dictadura en Argentina e indagó sobre las semejanzas y diferencias de los jóvenes de aquel entonces con los actuales.

Castro (2007) obtuvo que los jóvenes de los 60's y 70's fueran atraídos por los partidos políticos y compromisos, y en los 90's las políticas neoliberales afectaron la participación social. La autora considera que cada sujeto construye su vida cotidiana constituyendo la subjetividad y la identidad social, y que para elaborar el yo intervienen procesos históricos-sociales como marco a sus significaciones. También dice que la subjetividad se construye en base al contexto histórico (significados del mundo y sociedad), posibilitando la continuidad de la historia y sus narrativas; que los testimonios aportan a la comprensión del pasado y a los proyectos del futuro y que la memoria no elimina errores pero indica cómo superar obstáculos.

Agudelo (2008) determinó las características de docentes y alumnos de la zona de la frontera entre Colombia y Venezuela (San Antonio del Táchira (Venezuela) y San José de Cúcuta (Colombia)) creando un noticiero con ellos, en donde revelaron en sus narraciones los imaginarios sociales sobre su país y el mundo.

Como resultado, Agudelo (2008) demostró que la relación entre educación y comunicación se ha favorecido por las tecnologías de la información y la comunicación. Además mostró que los medios influyen y que la escuela debe actuar para que se comprenda, ya que ellos alimentan la expresión de nuestros imaginarios, forman la ideología, la cultura de las mayorías y las

narrativas en las que se une el imaginario mercantil con la memoria colectiva.

Burneo (2008) en su investigación deconstruye los hechos del bombardeo colombiano al campamento de las FARC en Sucumbíos-Ecuador en el 2008 que mató a veinte y cinco guerrilleros entre ellos a Raúl Reyes, con las imágenes difundidas por medios de comunicación escritos, recuperando elementos implícitos del discurso fotográfico de Roland Barthes, Pierre Bourdieu y Susan Sontag.

Burneo (2008) concluye que con las imágenes, los sistemas de poder que buscan control, consolidan en el imaginario colectivo ciertas “verdades” para fortalecer su discurso. También indica que nuestro imaginario social es “la construcción esquemática realizada por diferentes estructuras de poder” ya que la memoria se forma por el contexto social en el que se desarrolla; las imágenes son, normalizadoras, manipuladoras, producto de un sistema y memoria de un imaginario social que hemos construido y nos han construido.

Castillo (2008) en su análisis semiótico del spot "Patria Tierra Sagrada" prueba que cada toma del spot tiene un alto contenido semiótico en imágenes y letra de la canción; y demuestra que las campañas publicitarias del gobierno canalizan sus propósitos mediante la semiótica y el manejo del discurso tanto en textos como en imágenes.

Según las conclusiones de Castillo (2008) se muestra elementos de congruencia significativa. Según la autora, el equipo del gobierno utilizó esta canción para promover sus ideales, llegando a la parte sentimental de los ecuatorianos.

González (2009) en su ensayo plantea caracterizar al poder mediático, desde el punto de vista reestructurador de las sociedades actuales. El autor no indica la metodología con la que logró su objetivo.

González (2009) dice que los medios de comunicación crean la unión entre el telespectador y el poder (porque participa de forma ficticia del poder sin comprometerse en la realidad factual), de la sociedad consigo misma (construyen el imaginario social, por lo tanto, la representación de la identidad de una sociedad), y entre los telespectadores creando una comunidad “invisible”.

Ordoñez (2010) estudió los elementos político-religiosos subyacentes al liderazgo del Presidente Rafael Correa, analizando sus discursos entre 2008 y 2009 y determinando líneas narrativas, dinámicas y coherencias internas. Luego con las propuestas razonadas de Canovan (1999; 2005), De la Torre (2008), Panizza (2008), Zanatta (2008) y Zúquete(2008). También examinó las nociones de patria, pueblo y soberanía popular en el discurso del Presidente Correa y finalmente estudió los usos de tiempo e historia en el imaginario político del Presidente Rafael Correa.

Como resultado Ordoñez (2010) dice que el Presidente construye su liderazgo y los vínculos con sus gobernados desde una política de redención. El autor demostró que la política ecuatoriana no se puede entender sin apelar a las representaciones e imaginarios religiosos, el discurso populista acude a estas estructuras espirituales y morales para unir emocional y afectivamente al líder y el pueblo.

Urdaneta (2011) en su investigación analizó el tratamiento periodístico que los diarios El País, El Mundo, ABC y La Vanguardia difunden y proyectan sobre la imagen de Venezuela. Para cumplir su objetivo utilizó el análisis de contenido de autores como: McCarteney, Butler y Bennett, (2008); González, (2008); Noya y col., (2007); Igartua y Humanes, (2004); Dhoest, (2004); Martínez y Díaz, (2003); Bodas y Gragoevic, (1994); entre otros.

Urdaneta (2011) concluyó en que los tres principales temas con los que se vinculó a Venezuela fueron: la situación interna del país a causa de su sistema de gobierno (31,2%), la relación con los países latinoamericanos no

miembros del ALBA (21,6%), relación con los países miembros del ALBA (19,7%). La noticia como género periodístico predominó (58,7%), sin embargo el 53,9% de las noticias publicadas tenían juicios de valor del editor y el 56% tenían máximo una fuente, por lo que la autora las señala como informaciones escuetas y sin profundidad periodística. De la información sobre Venezuela el 81,7% tuvo un enfoque negativo y sólo en un 2,8% positivo.

El informe de Arteaga (2011) sigue el tratamiento que hace la prensa de las realidades de las fronteras en tres áreas temáticas (de doce) delincuencia-narcotráfico, relaciones bilaterales y población-economía de frontera. Para esto utilizó una base de datos del CEPROEC (Centro de Prospectiva Estratégica) del IAEN (Instituto de Altos Estudios Nacionales) del Ecuador, que realiza una comparación de la información difundida sobre frontera ecuatoriana-colombiana de los seis periódicos de circulación nacional del país: El Comercio, El Telégrafo, El Universo, La Hora, Extra y Hoy en el mes de mayo para revelar imaginarios sobre la dinámica de la frontera.

Arteaga (2011) dice la prensa forjó en la idea de delincuencia y narcotráfico el caso “Huracán de la Frontera”, sugiriendo una relación de la Fiscalía de Sucumbíos con los Hnos. Ostaiza por la ineficiencia de los juzgamientos y la absolución de personas. En cuanto a las relaciones bilaterales promovieron el restablecimiento de las relaciones colombo-ecuatorianos, obedeciendo a una agenda externa del que se hacen eco los medios inculcando el imaginario de que el resentimiento ecuatoriano por el bombardeo de Angostura no debe impedir la cooperación con Colombia para combatir la inseguridad en la frontera. Con respecto al contrabando, la prensa mantuvo que es producto de la delincuencia no de los problemas estructurales que afectan a las poblaciones fronterizas, y en lo económico del caso Chevron hubo más eco la versión de la transnacional que el de las comunidades afectadas de Sucumbíos.

Chamaidán, Velasteguí, Zumba (2011), observan cómo los periódicos ecuatorianos asumen el Enlace Ciudadano, y si éste incide o no en la agenda de los medios. Para lograr el objetivo se seleccionó una muestra de enlaces ciudadanos y de tres periódicos, comprendida entre el 6 de junio y el 15 de septiembre del 2009. Las autoras concluyen que el enlace ciudadano ha modificado las agendas de la prensa escrita por ser una nueva fuente de propuestas informativas, pero no marcan el ritmo porque no todo lo que el Presidente difunde es replicado a menos que se haya establecido previamente en las redacciones según la coyuntura noticiosa.

Rosero (2012) aborda la problemática del populismo, el uso de las representaciones religiosas en la época contemporánea del Ecuador y Rafael Correa donde se manifiestan estos fenómenos. Para lograrlo compara a tres presidentes populistas ecuatorianos: Abdalá Bucaram, Velasco Ibarra y Rafael Correa. En ellos buscó retóricas similares, representaciones religiosas y simbólicas que utilizaron; así como la relación, el uso y difusión de su discurso a través de estrategias barrocas, carnavalescas y el uso de los medios de comunicación.

El análisis de Rosero (2012) observa las similitudes en los presidentes pero en diferentes tiempos y condiciones políticas. Velasco, Bucaram y Correa aparecen como líderes mesiánicos frente a esa 'partidocracia' corrupta que altera la democracia; ellos proponen la lucha a favor del pueblo. Los populistas aparecen en las crisis donde los ecuatorianos buscan en quien confiar y estos líderes con sus prácticas clientelares son figuras factibles al electorado.

Definir los impactos que generan en la ciudadanía (además de crear conflicto ideológico en la sociedad ecuatoriana) la relación entre el legislativo y los medios de comunicación, es el objetivo de Tejada, Gordón (2012). Los autores muestran que los medios se han convertido en un espacio de poder político que fijan las agendas de gobierno, los direccionan a determinados

modelos de desarrollo, interfieren en su credibilidad mediando la difusión y mantención de ideologías políticas, económicas, sociales, religiosas, con intereses ocultos de poder.

Los enfrentamientos entre medios de comunicación privados y gobiernos se han extendido en Venezuela, Argentina, Bolivia entre otros, pues se han visto afectados como empresas y grupos ideológicos de poder y políticos. Las diferencias se originaron cuando el Presidente Correa argumentó que los medios ecuatorianos son empresas sin ética periodística. Los medios lo cuestionaron y se creó incertidumbre en las audiencias. El gobierno de Correa sigue manteniendo predominio gracias al manejo informativo, publicitario y propagandístico que realiza. La estrategia es calculadora pero no perfecta, sin embargo contribuye con el desarrollo del país.

Mendizábal (2012) determina la percepción y las tendencias que tienen las audiencias y lectores respecto a la credibilidad de periodistas, medios y fuentes durante el 2009 y 2010 en el Ecuador; expone indicadores de credibilidad sobre la información que muestran los medios de comunicación y comprueba cuáles son los temas que más importa a la población como consecuencia de la percepción de la crisis económica. Para realizar la investigación presenta el resultado de una encuesta nacional respecto a la credibilidad de medios a habitantes de 15 ciudades del Ecuador.

Como resultado Mendizábal (2012) obtuvo que la credibilidad de los medios de comunicación decayó por la falta de investigación, pues el sensacionalismo genera desconfianza; además existe manipulación de la información y la imparcialidad se debe a la afectación a intereses políticos, económicos y financieros.

Rivadeneira (2013) muestra que los conflictos entre el poder político y la comunicación siempre han existido y se dan en todo el mundo, rompiendo la idea que los medios actuales venden acerca de que sólo con el Presidente Rafael Correa han existido tantos problemas y ataques a la libertad de

expresión. Para lograr su objetivo, tomó al diario El Comercio en el mes de abril de 2009 la sección de opinión y otras publicaciones como su objeto de estudio, para mostrar la proyección que el diario hace del presidente Rafael Correa.

Como resultados Rivadeneira (2013) obtuvo que El diario El Comercio, siempre ha mantenido una tendencia conservadora anti-liberal. Rafael Correa cuando era candidato tenía el apoyo de la prensa, pero como mandatario los criticó provocando disputas que se mantienen hasta hoy con los grandes emporios de comunicación. La mayoría de editoriales y artículos de opinión del diario acerca del mandatario y su gobierno son negativos. Los calificativos que utilizan han influido en la opinión pública dándole el porcentaje más bajo de popularidad y aceptación al Presidente, del target que maneja el diario.

Rivera, Punín, Calva (2013) identificaron la línea que siguen cuatro medios de comunicación del Ecuador (*El Universo, El Telégrafo, El Comercio y El Mercurio*) y establecieron sus temarios periodísticos. Para esto se analizó los contenidos desde el 16 de abril al 18 de mayo de 2012, usando como instrumento una ficha de investigación que comprende nueve apartados.

Rivera, Punín, Calva (2013) obtuvieron que: las entidades públicas son las principales fuentes de la información; las rutinas de los medios son favorecedoras frente al periodismo de investigación y las noticias breves tienen mayor número de publicaciones en los cuatro periódicos objeto de estudio. La falta de periodismo de investigación se ve reflejada, ya que los periodistas prefieren hacer rutinas con entidades públicas en donde permanentemente encuentran hechos noticiosos.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 IMAGINARIOS

Es muy importante comprender el significado del imaginario ya que todo gira alrededor de la construcción del mismo sobre los medios de comunicación en el Ecuador. En una entrevista realizada a Néstor García Canclini explicaba que aquello que no conocemos o que podría existir lo imaginamos mediante imágenes, ya que corresponden a símbolos de lo que ya observamos o conocemos.

“Imaginamos lo que no conocemos, o lo que no es, o lo que aún no es. Lo imaginario remite a un campo de imágenes diferenciadas de lo empíricamente observable. Los imaginarios corresponden a elaboraciones simbólicas de lo que observamos o de lo que nos atemoriza o deseáramos que existiera”. Lindón (2007:90)

En la misma citación García Canclini también dice que si no es posible conocer todo lo que implica lo real, el imaginario es el complemento de lo que si podríamos conocer. Además que cuando analizamos, todos distorsionamos y enfoca como algo lógico de la ciencia el hecho de controlar esa parcialidad para encontrar un “saber” que se acerque a lo universal.

“No podemos afirmar rotundamente que disponemos de un saber, pero tampoco podemos decir que hacemos ciencia, ni siquiera ciencia social, si no problematizamos el punto de vista y las condiciones contextuales, parciales, desde la cuales producimos el conocimiento”. Lindón (2007:90)

“Conviene distinguir entre los imaginarios producidos por actores comunes, sin pretensiones científicas, de lo que se espera de un científico social, de un investigador” Lindón (2007:90).

El imaginario tiene varias dimensiones, desde lo mítico crítico a lo simbólico, de estados de conciencia a inconsciencia, y se asocia a la cultura, sociedad imaginación e imagen

“Castoriadis vincula el término a lo socio histórico, a las formas de determinación social, a los procesos de creación por medio de los cuales los sujetos se inventan sus propios mundos” Agudelo (2011:2)

“El imaginario social son variedades colectivas, puesto que lo imaginario no se da sino en imaginarios locales, históricos y concretos” Agudelo (2011:3).

El imaginario social es tratado en varias disciplinas como: la psicología social, la teoría política, la historia, la filosofía, el psicoanálisis y la sociología. Para desarrollar nuestro tema, la disciplina que nos interesa es la sociología, representaciones colectivas e imaginarios sociales.

“Desde la perspectiva sociológica la representación que los diferentes grupos de la sociedad se hacen de ella es fundamental (...) Así, las condiciones de dominación de una clase social dependen de lo imaginario. Agudelo (2011:5).

Es decir son ideas que sustentan los mitos políticos creado por las instituciones de poder. Según el uso que se le ha dado a lo imaginario Agudelo (2011) lo clasifica en: imaginario social, individual, conjunto, imágenes mentales y arquetipas. A continuación mostramos un resumen de lo que para Agudelo (2011) significa cada tipo de imaginario:

1. Imaginario social: Temporal. Es objeto de conocimiento en la historia. Es colectivo porque cada individuo refleja las significaciones incorporadas de la sociedad para establecer su mundo propio y representación.

Este tipo de imaginario es el adecuado para desarrollar la investigación ya que nuestro interés es mostrar las significaciones de la sociedad con respecto a los medios de comunicación y la influencia del Presidente Rafael Correa en este imaginario, estableciendo ese mundo propio creado por los universitarios guayaquileños.

2. Imaginario individual. Imaginarios propios de una persona. Se insertan en el contexto de su tiempo ya que el imaginario es siempre una historia posible

que implica la relación entre sujetos con su tiempo, historia y contexto. Se vincula a lo social.

3. Imaginario conjunto. Es el resultado de la relación de varios elementos formando una estructura. Si dos personas de diferentes regiones comparten experiencias crea un imaginario de conjunto con nuevas significaciones.

4. Imágenes mentales. Son su mismo contenido porque son psíquicas. Tiene que ver con aspectos perceptivos, procesos de recepción, almacenamiento y procesamiento a nivel cognitivo. Las imágenes se relacionan con su aspecto icónico en los niveles psíquico, visual, manifiesto y reproducido.

5. Imágenes arquetípicas. Son imágenes históricas, construidas por los hombres en la sociedad. No son ni naturales, ni innatas ni biológicas, provienen del pasado o se producen de nuevas condiciones del presente histórico.

Finalmente concluye Agudelo (2011) en que el ser humano es social e histórico, construye imágenes en el tiempo según sus formas de vivir y convivir, así los discursos son manifestaciones de lo imaginario.

CONCEPTO DE IMAGINARIOS

Los imaginarios tienen varios conceptos, todo depende de la perspectiva desde el que se lo trate; sin embargo, según las conclusiones de Cegarra (2012), el imaginario está estructurado por varias significaciones que conforman un marco de referencia para interpretar y comprender la realidad social

“Los imaginarios constituyen un repertorio de sentidos que se han legitimado en un marco social y cultural para interpretar comportamientos sociales y legitimar determinadas valoraciones ideológicas y culturales”. Cegarra (2012: 13)

Agudelo (2011) otorga cualidades que caracterizan lo imaginario: dimensión, realidad, complejidad, veracidad, durabilidad, transmisibilidad y utilidad que se las puede interpretar de la siguiente manera:

- 1. Dimensión.** Se refiere al carácter que define como fenómeno, es decir, a su carácter particular o colectivo, individual o social.
- 2. Realidad.** Un imaginario es siempre real, existe aunque no sea material. Además interviene sobre los comportamientos, sensibilidades de los sujetos sociales y se exterioriza en prácticas y discursos. Por ejemplo los medios de comunicación determinan el comportamiento de su audiencia.
- 3. Complejidad:** Es complejo de significaciones ya que pueden no ser perceptibles inmediatamente. Su construcción no siempre es lógica, ni tampoco se lo puede analizar por partes racionalmente estructuradas. Esto no significa que no puedan ser transformados y manipulados.
- 4. Veracidad.** Los imaginarios no se discuten ni dependen de una aprobación sino a una convicción o fe. Son válidos en sí mismos y eso le da el estatus de verdad.
- 5. Durabilidad:** Funcionan durante un cierto tiempo, pueden renacer en un lugar o en otro porque no tienen una lógica absoluta y se transforman a su propio ritmo.
- 6. Transmisibilidad:** Los imaginarios se valen de mitos y leyendas, de lugares, de memorias, de gestos para sobrevivir y ser transmitidos.
- 7. Utilidad.** Lograr la comprensión de los imaginarios de un grupo social determinado permitirá entender muchos aspectos de dicho grupo.

FORMACIÓN DEL IMAGINARIO SOCIAL

El imaginario, según Moraes (2007) está formado por relaciones imaginarias que se convierten en la memoria de una cultura. Se la llama producción

colectiva porque se encarga de guardar la memoria de los grupos sociales que toman de las personas que forman parte de su cotidiano vivir. Aquí aparecen las diferentes percepciones de cada individuo y de cómo se visualizan como parte de la colectividad.

Para Moraes (2007) por medio de la imaginación se percibe la vida y promueve la búsqueda de satisfacciones que aún no tenemos pero que pueden ser realizadas. La imaginación motiva a buscar posibilidades que existen y potencia los sentidos a imágenes expresivas.

“El imaginario no es sólo copia de lo real; su potencial simbólico agencia sentidos, en imágenes expresivas. La imaginación nos libera de la evidencia del presente inmediato, motivándonos a explorar posibilidades que virtualmente existen y que deben ser realizadas. Lo real no es sólo un conjunto de hechos que oprime; él puede ser reciclado en nuevos niveles”. Moraes (2007:2)

Por medio del imaginario se dibuja la identidad de una sociedad, se organiza su pasado, presente y futuro y por su intermedio se puede tener aspiraciones, miedos y esperanzas.

2.2.2 DISCURSO POLÍTICO

Van Dijk (2005) dice que el habla nos direcciona al discurso ya que es una forma del uso del lenguaje y de la interacción social. El discurso comunica, no es solamente un conjunto de oraciones sino de representaciones cognitivas durante la producción y comprensión del discurso. También explica que las ideologías están muy relacionadas con los discursos políticos, ya que mediante ellos se puede expresar una ideología, por lo tanto, están implicadas en la producción y comprensión de discursos políticos. En otras prácticas las ideologías son implícitas, pero mediante el discurso se puede aclarar, explicar, formular, propagar una ideología política.

“En cierto modo, los discursos hacen “observables” las ideologías en el sentido que es sólo en el discurso que ellas pueden ser explícitamente “expresadas” y “formuladas””. Van Dijk(2005:25,26)

Las ideologías son polarizadas dependiendo del grupo al que pertenezcan, por lo tanto aparecen actitudes políticas específicas, modelos mentales prejuiciados que controlan el contenido del discurso. De esta forma, como lo explica Van Dijk (2005) se enfocan los temas preferidos y positivos del partido o grupo y se resalta todo lo negativo del contrincante.

Para Van Dijk (2005) las ideologías es lo básico de la actitud de grupos que influyen en construcciones individuales y discursos. En la política las ideologías son manifestadas mediante el discurso para poder expresarlas mostrando lo bueno y lo malo.

“nosotros podemos resaltar los significados de muchas maneras, por la entonación o podemos enfatizar, por medios visuales o gráficos, por el orden de las palabras, el titular, la tematización, la repetición, y así sucesivamente. Lo contrario ocurrirá cuando nosotros queremos empequeñecer nuestras cosas malas. Las cosas muy malas de nuestros archienemigos —como un ataque terrorista— aparecerán así primera página, en un artículo extenso con grandes titulares negativos, o será llevado aún debate de emergencia en el Parlamento, y así sucesivamente” Van Dijk (2005:31).

2.2.3 CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

La credibilidad es la confianza que alguien deposita en otro y la fe es importante para creer algo de lo que en su mayoría no fuimos testigos. Con respecto al campo de la comunicación lograr la credibilidad es de un mérito que debe mantenerse, porque eso es lo que le dará fuerza al medio de comunicación.

“Este planteamiento queda circunscrito dentro del proceso de producción de las noticias y destaca que este marco permite que tales noticias sean más creíbles. Bienvenido León afirma que la credibilidad ha de ser considerada como el más preciado tesoro de la televisión y de los medios en general; en definitiva, retoma el sentimiento del presidente de la Newspaper Association of America, Richard Gottlieb, quien dijo: “La credibilidad es todo lo que tenemos. Debemos

trabajar continuamente en ella, y debemos mantenernos vigilantes ante cualquier amenaza". Salgado (2007: 5,6)

La credibilidad tiene parámetros que la definen: rigor periodístico y eficacia comunicativa, con las cuales Balsebre articula cuatro hipótesis:

Habrán una mayor credibilidad si:

- La diferencia entre información y opinión está clara,
- El rigor periodístico es estricto en las fuentes informativas
- La información es la más actual e inmediata
- Los errores sonoros y vocales son mínimos y la información es clara.

Según Mendizábal (2012) en el Ecuador es importante la credibilidad en los periodistas ya que influye mucho en las coyunturas entre la prensa y el gobierno, más aún cuando el actual mandatario Rafael Correa ha puesto en entredicho la calidad periodística, lo que ha conllevado a poner en duda la libertad de expresión. Cuando los medios o sus representantes critican el accionar del gobierno puede verse ante la sociedad como el cumplimiento de su rol o que están olvidado su papel orientador. En su investigación los encuestados mostraron desaprobación a los medios nacionales.

Mendizábal (2012) indica que los medios de comunicación en el Ecuador tienen un índice de descrédito del 60% entre el 2009 y 2010 y atribuye como razón probable de sus resultados al gobierno de Rafael Correa. La iniciativa de la investigación sobre imaginarios comparte la probabilidad que indica Mendizábal, razón por la que se pretende mostrar que es el Presidente Rafael Correa quien influye en la percepción de la gente con respecto a los medios de comunicación ecuatorianos.

Entre los factores que afectan a la credibilidad Mendizábal (2012) señala a la falta de honestidad y transparencia. Este escenario ocurre consecuente con los conflictos que mantiene la prensa con el gobierno, ya que como dice

Mendizábal (2012), más se han ocupado de discutir sobre esos problemas que por situaciones económicas que afectan al país. Mendizábal (2012) también señala que otros de los factores es que los periodistas buscan su beneficio propio, es decir, el reconocimiento; los intereses económicos a quien obedece la información, la parcialidad, la falta de objetividad y de una mayor investigación, el sensacionalismo ya que la noticia se convierten en mercadería y deja de ser una fuente informativa.

En otro estudio realizado por Vásconez (2010) que consistió en determinar niveles de credibilidad de los medios de comunicación en la opinión pública ecuatoriana obtuvo los siguientes hallazgos:

“Según los encuestados, la información que se recibe del periodismo es, en su mayoría, clara (30,9%). El 16,0% piensa que es imparcial. A éste le sigue la confiabilidad con 17,4%, mientras que el 21,0% de los encuestados piensan que la información es siempre veraz.” Vásconez (2010: 174)

Vásconez (2010) también indagó en los incidentes que afectan la opinión pública sobre los medios, y los que más inciden a la opinión pública es la honestidad de los periodistas y la veracidad de la información que transmiten, los factores políticos que afectan a la credibilidad de los medios de comunicación y la imparcialidad para elaborar las notas periodísticas.

El estudio de Vásconez (2010) coincide con los resultados de Mendizábal (2012) en que la alta credibilidad de Carlos Vera y Jorge Ortiz se debe al enfrentamiento frecuente con el gobierno, y mientras están en televisión son los porcentajes más altos dentro del gran porcentaje moderado de credibilidad que mantienen los medios en ese año.

“Utilizando estudios de distintos autores, como Ortiz, Ruiz, Fernández, Velásquez, entre otros, así como de la encuestadora Market, se concluyó que la credibilidad de los medios de comunicación en Ecuador en los últimos tres años ha decaído”. Vásconez (2010: 182).

2.2.4 PERIODISMO Y DEMOCRACIA

Waisbord (2001) mantiene que el hacer rendir cuentas al poder, es lo mejor que el periodismo aporta a la democracia; sin embargo, la concentración de medios en pocas manos y el sensacionalismo en las noticias, las presiones de los intereses privados que tienen los grupos de poder que generalmente manejan los medios de comunicación ha disminuido el vigor que requiere el periodismo. Sin embargo, el periodismo en la vida democrática de un país aporta mucho si se lo lleva como su misión señala.

“El periodismo de investigación es importante debido a su contribución múltiple al ejercicio del gobierno democrático. Su función puede comprenderse en consonancia con el modelo del Cuarto Poder de la prensa”. Waisbord (2001)

Cuando una noticia produce conmoción pública por acciones negativas de figuras políticas es muy probable que provoque la investigación de ese hecho por parte de congreso y los tribunales. Si una investigación está plagada de sospechas y problemas, el periodismo contribuye a rendición de cuentas al vigilar el funcionamiento de las instituciones, examinando informes que revelan mal funcionamiento de gobiernos.

Otra contribución importante que hace el periodismo a la democracia es mantener informada a la ciudadanía de lo que ocurre en su entorno para que pueda tomar sus decisiones en base al contexto que moldea los nuevos acontecimientos de la sociedad de un país.

“La información es un recurso vital para habilitar a un público vigilante que, en última instancia, haga responsable al gobierno mediante su voto y participación. En las democracias contemporáneas, donde la política gira alrededor de los medios de información, éstos han eclipsado otras instituciones sociales como fuente principal de información sobre asuntos y procesos que afectan la vida de los ciudadanos” Waisbord (2001).

EL TRABAJO PERIODÍSTICO SEGÚN RYSZARD KAPUSCINSKI

El trabajo de un periodista, dice Kapuscinski (2002), es muy importante para los ciudadanos por la orientación de la opinión pública que esto implica; sin embargo, en la evolución de la sociedad la misión del periodismo se ha visto

modificado por el descubrimiento del valor que implica estar informado. Ahora, se vende más espectáculo por el valor monetario que retribuye.

“La situación empezó a cambiar en el momento en que el mundo comprendió, no hace mucho tiempo, que la información es un gran negocio”. Kapuscinski & Nadotti (2002:2)

En principios de siglo, dice Kapuscinski & Nadotti (2002) la información se centraba en buscar la verdad de lo que realmente sucedía para informar a los ciudadanos, de tal manera que sirva para orientar a la formación de la opinión pública. Pero también se concebía a la información como un medio para la lucha política.

“Los periódicos, las radios, la televisión en sus inicios, eran instrumentos de diversos partidos y fuerzas políticas en lucha por sus propios intereses. (...) La información, para esa prensa, no era la búsqueda de la verdad, sino ganar espacio y vencer al enemigo particular”. Kapuscinski & Nadotti (2002:2)

En los últimos años del siglo XX, después de la guerra fría, la revolución de la comunicación y electrónica, se descubre que la verdad no era tan importante como el espectáculo.

“Y, una vez que hemos creado la información – espectáculo, podemos vender esta información en cualquier parte. Cuanto más espectacular es la información, más dinero podemos ganar con ella” Kapuscinski & Nadotti (2002:2)

“El problema de las televisiones y, en general, de todos los medios de comunicación, es que son tan grandes, influyentes e importantes que han empezado a construir un mundo propio. Un mundo que tiene poco que ver con la realidad. Pero, por otro lado, estos medios no están interesados en reflejar la realidad del mundo, sino en competir entre ellos. Una cadena televisiva, o un periódico, no puede permitirse carecer de la noticia que posee su rival directo. Así, todos ellos acaban observando no la vida real, sino a la competencia. ”. Kapuscinski, R., & Nadotti, M. (2002: 11).

Si observamos nuestro alrededor, sobre todo con el paso radical que dio gran parte de América Latina con la aparición de Hugo Chávez y consecuentemente Rafael Correa, Evo Morales; la prensa se vio descubierta a grandes voces de su interés en influenciar según intereses manipulando las noticias. La manipulación, según Kapuscinski (2002), se da cuando se escoge los titulares de la primera plana o el espacio que se le da a una noticia (porque eso significa la importancia que tiene) según conveniencias. También se manipular con lo que no se dice o se omite.

“En la prensa hay cientos de maneras de manipular las noticias. Y otros cientos existen en la radio y en la televisión. Y sin decir mentiras. El problema de la radio y de la televisión es que no es necesario mentir: podemos limitarnos a no decir la verdad. El sistema es muy sencillo: omitir el tema”. Kapuscinski, R., & Nadotti, M. (2002: 11)

Según Kapuscinski (2002) por lo imposible que implica que cada persona investigue lo que ocurre en el mundo y que se realice estudios de cada acontecimiento, tenemos dependencia de lo que los medios para que nos muestren lo que pasa en el entorno, por lo tanto ellos nos dicen qué pensar y cómo hacerlo.

“El ciudadano medio, que trabaja, vuelve a casa cansado y quiere tan sólo estar un rato con su familia, recibe únicamente lo que le llega en esos cinco minutos de telediario. Los temas principales que dan vida a las «noticias del día» deciden qué pensamos del mundo y cómo lo pensamos. Se trata de un arma fundamental en la construcción de la opinión pública. Si no hablamos de un acontecimiento, éste, simplemente, no existe. Para muchos, de hecho, las «noticias del día» son la única vía para conocer algo del mundo.” Kapuscinski & Nadotti (2002: 11)

El periodismo tiene intencionalidad y busca provocar un cambio, pero como dice Kapuscinski (2002), “el buen periodismo”.

“El verdadero periodismo es intencional, a saber: aquel que se fija un objetivo y que intenta provocar algún tipo de cambio. No hay otro periodismo posible. Hablo, obviamente, del buen periodismo. Si leéis los escritos de los mejores periodistas -las obras de Mark Twain, de Ernest Hemingway, de Gabriel García Márquez—, comprobaréis que se trata

*siempre de periodismo intencional. Están luchando por algo.”
Kapuscinski, R., & Nadotti, M. (2002: 3,4)*

Cuando en el Ecuador se debatía el tema de la ley de comunicación, la “censura previa” fue un aspecto del que mucho se habló, los medios acusando al gobierno y el gobierno acusando a los medios de que son cada uno culpables de la censura, sin embargo según Kapuscinski (2002) señala que la censura existe de todos modos por lo que la libertad de expresión vuelve a quedar en duda.

*“Hay países en los que existe la censura, y entonces es necesario luchar para evitarla y para escribir, en lo posible, todo lo que uno pretende escribir, a pesar de todo. Hay países en los que existe libertad de expresión, en los que no se da una censura oficial, pero la libertad del periodista está limitada por los intereses de la cabecera para la que trabaja”
Kapuscinski & Nadotti (2002: 10)*

2.2.5 CONFLICTOS ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL PRESIDENTE RAFAEL CORREA

El cambio de ideología del Ecuador reflejado en Rafael Correa, tuvo “consecuencias” si así se puede llamar a la relación áspera que se produjo entre gobierno y medios de comunicación. Este conflicto comenzó al segundo mes de mandato del Presidente, cada vez se vuelve más tensa volviéndose evidente el enfrentamiento con los propietarios de los medios de comunicación.

“ En este escenario, el nivel del enfrentamiento está afectando directamente al tratamiento periodístico, de tal manera que podría afirmarse que la pasión obnubila la razón (...)” Ayala (2009:9)

El Presidente Rafael Correa desde sus inicios como mandatario aparece en el Enlace Ciudadano para ofrecer su versión de los acontecimientos políticos, en su mayoría, de la República Ecuatoriana que preside, pues sobre protagonistas y acontecimientos a nivel internacional que requiera de su crítica, lo manifiesta según su punto de vista. En el 2009 aparece el

segmento La libertad de expresión ya es de todos, dividiéndose la cadena en la información de actividades del Presidente durante la semana y la aclaración de las inquietudes que promueve la prensa.

“Una de las conclusiones más importantes es que la agenda en los medios se maneja de acuerdo con la ideología, cultura e intereses de dueños y accionistas; intereses políticos, influencias externas. Las cuestiones aparecen, permanecen y desaparecen por sus decisiones, la opinión pública sólo recibe y no participa en la colocación de sus preocupaciones en las agendas de los medios.” Baird (2012: 44)

Durante el transcurso de estos siete años de gobierno del Presidente Rafael Correa se ha enfrentado a varios medios de comunicación a nivel nacional e internacional. El mandatario fue duramente criticado cuando el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) cerró medios de comunicación y se introdujo, por parte de los medios privados, la idea de que lo que se pretende es coartar la libertad de expresión.

“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”. Tejada, Gordón (2012:65)

A continuación se presenta un extracto de una noticia con respecto a la represión de la libertad de expresión en Ecuador en el momento en que el caricaturista de Diario El Universo, Xavier Bonilla (conocido como Bonil), es demandado por la caricatura que hizo con respecto al allanamiento en la casa de Fernando Villavicencio en el mes de diciembre. Esta es una muestra del conflicto mediático con el gobierno de Rafael Correa, al que se lo acusa de terminar con la libertad de expresión del país.

“El presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información de la SIP, Claudio Paolillo, aseguró que se trata de “una demostración de que se acabó la libertad de expresión en Ecuador”. “Si alguien quiere ser más exacto,

todavía existe un tipo de libertad de expresión bajo el régimen del presidente Rafael Correa: únicamente la libertad que él autorice. Lo cual, lógicamente, no es libertad sino el imperio de un sistema tiránico”. Los Tiempos, “Se acabó la libertad de expresión en Ecuador” 4 Febrero 2014.

El siguiente extracto de noticia es la muestra de la otra versión del conflicto.

“Ricaurte retomó parte de su exposición en el seno de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), en Washington, para asegurar que el Gobierno de Ecuador restringe el derecho la libertad de expresión, pero no dijo nada del desmentido con pruebas que en la misma reunión hizo el subsecretario de Comunicación, Patricio Barriga. (...)”. El Ciudadano, “Gobierno demuestra con pruebas que en Ecuador hay libertad de expresión” 19 Marzo 2013.

Asociaciones e instituciones que protegen los derechos humanos y la libertad de expresión (Fundamedios, Reporteros Sin Fronteras RSF, Comité para la Protección de Periodistas CPJ, el Grupo Andino de Libertades Informativas GALI, Comisión Interamericana de Derechos Humanos CIDH, etc) se han pronunciado y lo siguen haciendo a favor de los medios, periodistas y de la libertad de expresión.

“El Comité para la Protección de Periodistas (CPJ), el Grupo Andino de Libertades Informativas (GALI) y la organización Fundamedios presentaron el jueves 1 de septiembre un análisis sobre la libertad de expresión en Ecuador titulado Confrontación y represión en el Ecuador de Correa. El informe acusa al presidente Rafael Correa de convertir a Ecuador en uno de los países más restrictivos para la prensa en todo el hemisferio en un periodo menor a cinco años.” Journalism in the America, “Ecuador es de los países más restrictivos para la prensa en América Latina, dice CPJ”, Tania Lara, 2 Septiembre 2011.

El gobierno expone sus argumentos y da calificativos duros al accionar no solo de medios sino de instituciones que los defienden. Tejada, Gordón (2012) dice que los medios impresos destacan declaraciones del Presidente que les afecta directamente, de tal forma que se particularizan los temas que apuntan los comentarios del mandatario, haciendo más conflictiva la relación

del gobierno con los medios sobre todo desde que inició el segmento “La libertad de expresión ya es de todos” y el Presidente señaló que no solo los medios tienen derecho a la libertad de expresión..

La tensa relación entre gobierno y medios de comunicación inicia cuando el presidente Rafael Correa, mediante el decreto No. 1793 modifica la Ley de Contratación Pública:

“Art. 1.- Las entidades contratantes deberán requerir obligatoriamente en los pliegos de cada proceso de contratación, la determinación clara de la identidad de los accionistas, partícipes o socios mayoritarios de cada uno de los oferentes que sean personas jurídicas. A su vez, cuando el respectivo accionista, partícipe o socio mayoritario de aquellas sea una persona jurídica, se deberá determinar la identidad de sus accionistas, partícipes o socios, y así sucesivamente hasta transparentar la estructura de propiedad a nivel de personas naturales. (...)

Si en la determinación de los accionistas, partícipes o socios mayoritarios de una persona jurídica que participe como oferente dentro de un proceso de contratación, se determina la existencia de un accionista, partícipe o socio que sea una persona jurídica domiciliada en un paraíso fiscal, la entidad contratante descalificará al oferente, de conformidad con el Acápite I del artículo 1 del Decreto Ejecutivo No. 1793. Para efectos de esta disposición, se estará a la definición de paraísos fiscales que ha establecido el Servicio de Rentas Internas a través de la Resolución NAC-DGER2008-0182 – reformada por la Resolución NAC-DGER2008-1343-, o a la que la mencionada institución establezca a través de norma de carácter general.” RESOLUCIÓN INCOPNo. 037-09.

Con este artículo varios medios de comunicación fueron afectados porque tenían sus acciones en paraísos fiscales.

“Según la Secretaría de Comunicación del régimen los medios vinculados con los famosos paraísos fiscales son: El Comercio 49% de participación en las Islas Vírgenes – Estados Unidos y Panamá, El Universo en las Islas Gran Caimán, La revista Vanguardia 55% vinculado a empresas de Colombia y de las Islas Vírgenes, Diario La Hora en Bahamas y Gran Bretaña” Punín (2011:3).

Luego varios medios de comunicación privados, en su mayoría del grupo Vivanco, reciben poca o nada de cuota publicitaria por parte del estado.

“La medida adoptada por el Gobierno provocó que varios medios de comunicación legalicen sus acciones y que las inversiones en el extranjero regresen al país” Punín (2011:3,4).

Posteriormente, como una de las 16 medidas económicas que el gobierno propuso para enfrentar la crisis mundial, añadió el 12% del impuesto del I.V.A (impuesto al valor agregado) en las importaciones de papel periódico, y aunque se explicó cómo los productores y editores de los medios impresos debían manejar el impuesto, hubo una gran discusión mediática en la que se dijo que es otra forma de eliminar la prensa libre.

“La prensa de Ecuador consideró un ataque del gobierno el proyecto de eliminar la exoneración del 12% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a la importación de papel periódico, medida que deberá ser aprobada por la Asamblea Legislativa controlada por el oficialismo. "Se circunscribe dentro de la línea de ataque a la prensa independiente y plural que tiene el país", declaró el presidente de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (Aedep), Jaime Mantilla. Agregó que "son señales claras que el gobierno tiene una obsesión para eliminar a la prensa libre". (...). La Hora, "Prensa ecuatoriana considera un ataque el impuesto a importación de papel, 27 de Agosto de 2009.

“Carlos Marx Carrasco, señaló que si se aumenta el valor del periódico o de la revista bajo el pretexto de pagar el IVA, este será cancelado por el lector o consumidor final. “No se puede pretender que el pago del IVA se recargue al distribuidor o al voceador”, aclaró. De allí que enfatizó en que quedan dos opciones para aplicar la medida tributaria: que el medio de comunicación asuma el costo del IVA y lo incluya en el precio final o que lo recargue agregándole a dicho valor. En todo caso, Marx Carrasco señaló que el editor o productor del periódico tiene una ventaja: el pago del IVA en adquisiciones locales y en sus importaciones puede ser empleado como crédito tributario.” El Diario, “SRI aclara pago de IVA al papel, 22 Abril 2010

El escándalo de los contratos que hizo con el estado Fabricio Correa, hermano del presidente Rafael Correa, y del libro El Gran Hermano de autoría de Christian Zurita y Juan Carlos Calderón en el que se acusa al mandatario de saber sobre esos contratos trajo consecuencias a varios diarios privados.

“Como represaría por parte del gobierno los periódicos: El Comercio, La Hora, El Universo, dejaron de recibir publicidad como una acción ante la publicaciones relacionadas con los contratos, negociaciones y acciones del hermano de Presidente”. Punín (2011:4).

El conflicto continúa cuando se intenta efectivizar el mandato de la constitución del 2008 en donde se dispone la creación de una Ley de comunicación.

“El órgano legislativo, en el plazo máximo de ciento veinte días contados desde la entrada en vigencia de esta Constitución aprobará la ley que desarrolle el régimen de soberanía alimentaria, la ley electoral, la ley reguladora de la Función Judicial, del Consejo de la Judicatura y la que regula el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. En el plazo máximo de trescientos sesenta días, se aprobarán las siguientes leyes:(...) ley de comunicación” Constitución del Ecuador 2008 - Título IX – Disposiciones transitorias - Primera

Debates controversiales se crean en torno a las leyes de comunicación planteadas (César Montúfar, Rolando Panchana, Lourdes Tibán), los argumentos de defensa y ataque son diversos. Como era de esperarse la defensa de medios privados mostraban los aspectos negativos según su apreciación. El gobierno, con voz en los medios públicos sobre todo, defendía la ley de comunicación. En el 2013, después de la reelección del Presidente Rafael Correa para un segundo periodo y con una mayoría absoluta en la Asamblea (108 de 137 asambleístas), el 14 de junio se aprobó la ley de comunicación.

“La votación se hizo título por título. Mientras desde la oposición se calificó la jornada como "un día fúnebre", desde el oficialismo se habló de día "histórico".” El Comercio,

*“Oficialismo aprobó este viernes la ley de comunicación 14
Junio 2013*

A continuación presentamos algunos de los medios calificados como opositores al régimen de Rafael Correa:

- Teleamazonas, acusados de difundir información falsa.
- El Comercio, el conflicto comenzó cuando el Presidente solicitó la rectificación de una noticia
- El Universo: Por demanda y sentencia a favor del presidente Rafael Correa (3 años de cárcel y 40 millones de indemnización) en contra de Carlos, César y Nicolás Pérez autoridades del periódico y el ex editor de opinión Emilio Palacio debido a la columna “No a las mentiras”.

“El Dictador debería recordar, por último, y esto es muy importante, que con el indulto, en el futuro, un nuevo presidente, quizás enemigo suyo, podría llevarlo ante una corte penal por haber ordenado fuego a discreción y sin previo aviso contra un hospital lleno de civiles y gente inocente. Los crímenes de lesa humanidad, que no lo olvide, no prescriben.” El Universo, “No a las mentiras”, Emilio Palacio, 6 Junio 2011

- La Hora: Pertenece al grupo Vivanco.
- Vanguardia: Cerró sus puertas por falta de liquidez pero el propietario, Francisco Vivanco, indicó que se debe a la Ley de Comunicación. Fue el único medio del grupo que cerró.
- Ecuavisa: Aunque se declaran independientes su editorial es contradictor al régimen de Rafael Correa. Inicialmente apoyaron al presidente. Su agenda dan una gran apertura a los opositores.
- Revista Vistazo pertenece al Grupo Alvarado.
- Etc.

En el Ecuador los medios de comunicación a nivel nacional están distribuidos de la siguiente manera según una investigación de diario El Telégrafo:

Grupo Vivanco	Diario La Hora con 14 ediciones regionales Radio Planeta, Revista Judicial, Satnet (Servicios Agregados y Telecomunicaciones), Editorial Gran Tauro (edita revista Vanguardia en sociedad con el Grupo Martínez, propietario de los diarios Extra y Expreso). Vínculos con el estudio jurídico Vivanco & Vivanco, Casa Vivanco, TVCable.
Familia Eljuri	Telerama y sus 12 frecuencias, Negocios automotrices Perfumería.
Grupo Pérez	El Universo, Periódico Súper, Radio City, Socio del Grupo Alvarado Roca en televisión pagada Univisa. Compañía Naviera de Turismo Galápagos, Canodros, Unipartes, Acciones en el Banco de Guayaquil, Uniprensa, Unidiario, Agrícola Guayaquil, Uniediciones, Industrializadora de Alimentos Santa Inés
Grupo Alvarado Roca	Ecuavisa, Vistazo, Generación 21, Hogar, Estadio, Canal en UHF con señal abierta en EEUU y España.

	Artesgráficas, Participación accionaria en las inmobiliaria Alcor y Roalpa, Cendetel Agroespíritu
Grupo Mantilla	El Comercio, Últimas Noticias, Radio Quito, Radio Platinum, Ecuadoradio, Empresa de Teatros y Cines de Quito, asociación con el Grupo Mantilla- Anderson Acciones en Megadatos, Access proveedora de Internet, Cofiec socio con el grupo Egas Grijalva en Metropolitana de Seguros y Consorcios del Pichincha, Nexos con empresas automotrices.
Grupo Egas	Tuvo a cargo Teleamazonas, Revista Mundo Diners, Agencia Delta Publicidad, revista Gestión, Soho, Fucsia, Cosas. Banco Pichincha, Banco de Loja, Banco Rumiñahui, Diners Club; Multicines, productora Publi Promueve, socio del Grupo Mantilla-Anderson de diario Hoy acciones en Autodelta, Centro Comercial El Condado Megamaxi
Grupo Martínez	diarios Extra, Expreso
Grupo Mantilla-Anderson:	Diario Hoy, Radio Hoy, TVHoy, varias revistas, Empresa de Teatros y Cines de Quito

2.2.6 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

Hasta el 2007 el Ecuador contaba con escasos medios de comunicación público como La Radio Nacional del Ecuador en frecuencia AM, El Telégrafo. A partir del año 2011 se dio apertura a más medios públicos como Ecuador TV, Radio Pública, Radio de la Asamblea y se le dio grandes mejoras al diario El Telégrafo.

Con la creación de estos medios y el manejo estatal de medios incautados a los Hnos. Isaías, el Presidente Rafael Correa ha pretendido inculcar el periodismo correcto que debe consumir la ciudadanía; sin embargo, estos medios no han logrado igualar y menos sobrepasar el nivel de audiencia que ostentan los medios privados del país.

“Con los medios públicos, Correa quiere combatir a la prensa comercial al cual denomina “corrupta” y a sus empleados como “bestias salvajes” sin éxito alguno, debido a que estos no presentan un alto índice de audiencia y pasan desapercibidos al no fortalecer las estrategias y objetivos publicitarios del gobierno. Es así como se despliega la relación entre una prensa, más opositora que crítica, y un gobierno que utiliza un lenguaje confrontacional para combatirlo, dando origen a una guerra sin cuartel, abandonando las raíces de estos dos actores involucrados : brindar un servicio social al que fueron creados.” Ayala (2011:7)

Los medios de comunicación incautados en el Ecuador son: TC Televisión, GamaTv, CN Plus canal 3 de Tv Cable, Cable Deportes, Cablevisión, Editorial Uminasa (Revista La Otra, Revista La Onda, Revista La Onda Infantil, Samborondón, Valles, El agro, Más), Radioemisora TC Radio, Radio Super K, América Visión, Radio Bolívar, Multicom, Organización Radial, Buscapersonas S.A

Los medios públicos son: Ecuador Tv, Radio Pública, Radio de la Asamblea Nacional, El Telégrafo, El Ciudadano (versión impresa y digital), el periódico

popular PP El Verdadero, Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica ANDES

A continuación presentamos un editorial de diario El telégrafo en donde el Director, Orlando Pérez, señala que los lineamientos que muestran a su audiencia.

“Este diario no hace política ni se debe a la política partidista. Pero sí tenemos una política muy clara y transparente: nos debemos a los lectores; millones de ellos apuestan por cambios de fondo, por transformaciones democráticas para reducir la pobreza y la inequidad. Y si eso ocurre en nuestro país lo vamos a registrar, no vamos a engañar a nadie con falsos escenarios ni con apocalípticos pronósticos que no caben.

Diremos la verdad, ante todo. Lo haremos con los géneros puros del periodismo: entrevista, perfil, crónica y reportaje. Y una campaña electoral, además, pone en vitrina al periodismo: lo hace visible, resalta sus valores y virtudes más nobles, devela potencialidades y garantiza un aprendizaje para generar pedagogías colectivas. Somos, por tanto, cómplices y encubridores de las decisiones democráticas del pueblo, gusten o no a las corporaciones económicas, mediáticas y religiosas de cualquier índole”. El Telégrafo, “Un “desplante” a los medios públicos que nos dignifica”, Orlando Pérez 14 Febrero 2013.

2.2.7 PRESIDENTE RAFAEL CORREA DELGADO

Después del derrocamiento del ex presidente Lucio Gutiérrez, las nuevas decisiones electorales apuntaron a un candidato de izquierda, el Economista Rafael Correa. El gobernante ha hecho historia en el Ecuador, pues ha sido reelecto en una sola vuelta y tiene altos índices de credibilidad y aceptación en la población ecuatoriana. Su gobierno, entre otros aspectos, se ha destacado por lucha contra la derecha y todo lo que ésta maneja, por ejemplo, los medios de comunicación. Su éxito se debe, en parte, a la estrategia de comunicación y el uso de marketing político.

“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”. Tejada, Gordón (2012:64,65).

“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”. Tejada, Gordón (2012:65)

CREDIBILIDAD DEL PRESIDENTE RAFAEL CORREA

1. Elecciones presidenciales – 56.67% en segunda vuelta contra Alvaro Noboa 2006.
2. Consulta popular para aprobar la nueva constitución – 63% votos a favor - 2008
3. Elecciones presidenciales – 57.2% una sola vuelta – 2009
4. Elecciones seccionales – mayoría oficialista - 2009
5. Consulta popular para aprobar 5 preguntas sobre enmienda constitucional y 5 preguntas de temas generales – ganó el SI en todas las preguntas - 2011
6. Elecciones presidenciales – 61.5% una sola vuelta - 2013
7. Elecciones seccionales – 70% alcaldías y 7 de 10 prefecturas - 2014

Según la encuestadora CEDATOS, en el 2014 el Presidente mantiene un alto nivel de aprobación,

73% de aprobación	Primer mes de gobierno
41%	menor índice mensual se observó en enero y febrero de 2010 cuando se resaltó los contratos de su hermano Fabricio Correa con entidades

	públicas
promedio 51% en el año	2010, recuperación fue progresiva
55%	2011
58%	2012
61%.	Febrero de 2013, segunda reelección presidencial
62%	Septiembre de 2013
63%.	Octubre, noviembre 2013
65%	Diciembre 2013

“Este es un resultado inédito en toda la historia republicana del país” CEDATOS, 14 enero 2014.

La credibilidad del Presidente Rafael Correa fuera del país tiene un gran alcance también a pesar de las críticas mediáticas internacionales por el asilo a Julian Assange, la Ley de comunicación (calificada como ley mordaza por lo medios privados) y del cual organismos internacionales han tratado de imponerse, situación que el presidente no lo ha permitido; otra caso fue la demanda a Emilio Palacio y diario El Universo y otros situaciones que ha ocurrido en estos años de mandato de Correa.

Sin embargo, su gestión ha sido reconocida en varios países del mundo otorgándole Doctorados Honoris Causa en: Chile: Universidad de Chile, 11 marzo 2008; Paraguay: Universidad Nacional de Asunción 24 marzo 2009; Rusia: Universidad Estatal de Relaciones Internacionales 29 de octubre de 2009;; Argentina: Universidad de Buenos Aires 3 de diciembre de 2010; Perú: Universidad Particular de Chiclayo 29 de febrero del 2012; Turquía: Universidad de Bahesehir 16 marzo 2012; República Dominicana: Universidad Autónoma de Santo Domingo 23 mayo 2013; Rusia: Universidad Estatal de Economía de los Urales 30 octubre 2013; Rusia: Universidad de la Amistad de los Pueblos de Moscú 30 octubre 2013; España: Universidad de Barcelona 23 abril del 2014; Chile: Universidad Santiago de Chile 14 mayo 2014.

También recibió de la Universidad de Illinois en Estados Unidos el Logro Excepcional Académico 2009. Este premio anual es para reconocer a un alumno internacional que ha ayudado a su país o al mundo a través de sus contribuciones a la humanidad, a la ciencia, al arte o al bienestar social 2009.

2.2.8 “LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN YA ES DE TODOS” SEGMENTO DEL ENLACE CIUDADANO

Este segmento que forma parte del Enlace Ciudadano que se transmite todos los sábados de 10h00 a 13h30, tiene por objetivo esclarecer o desmentir notas periodísticas que faltan a la verdad, están tergiversadas o distorsionadas.

En el Enlace Ciudadano el Presidente Rafael Correa da su versión de los hechos, enmarca el contexto de sus palabras, en pocas palabras es un desafío para el periodismo y sus medios de comunicación opositores, ya que esto que es nuevo en nuestro país, muestra la otra cara de la información que dan algunos medios privados.

Las opiniones a favor y en contra del segmento LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN YA ES DE TODOS son muchas, unos lo tildan como persecutor de medios y periodistas, otros opinan que es decir la verdad de los hechos.

El segmento comienza con una frase del arzobispo Óscar Arnulfo Romero, masacrado en 1980 cuando la CIA y la oligarquía salvadoreña dio apertura a los “escuadrones de la muerte” para que se encarguen de aniquilar a las rebeliones populares y que se pueda mantener sus privilegios.

El arzobispo, inconforme ante los abusos y crímenes de poder de la década de los 70s, el 23 de marzo de 1980 se dirigió a los agentes del Estado pidiendo que cese la represión. Al día siguiente le dispararon al corazón

mientras celebraba una misa. Es la voz de este arzobispo la que da la introducción al segmento “La libertad de expresión ya es de todos” y textualmente dice:

“Es lástima tener unos medios de comunicación tan vendidos a las condiciones. Es lástima no poder confiar en la noticia del periódico, o de la televisión o de la radio, porque todo está comprado, está amañado y no se dice la verdad”. Esto expresó el Arzobispo Mártir, en la homilía del 2 de abril de 1978. El Telégrafo, “Oscar Arnulfo Romero, arzobispo y mártir”, Ilitch Verduga Vélez, 25 Octubre 2013.

En octubre del 2010 el Presidente Rafael Correa anunció que ya no se emitirá el segmento de la libertad de expresión porque a su criterio, la población ya había sido educada con respecto a la lectura de medios; sin embargo, meses después se retomó el segmento que continúa hasta la actualidad.

"Hemos decidido compatriotas ya no continuar con el segmento 'libertad de expresión' porque creo que ha sido una lucha dura de varios años, que la gente ya nos cree a nosotros, no le cree a esa prensa corrupta", señaló Correa". Diario Hoy, “Se elimina un segmento sobre libertad de expresión en informe semanal” 16 Octubre 2010.

“Tristísimo estoy. Y es que la decisión del excelentísimo señor Presidente de la República de suprimir de su programa sabatino el segmento La libertad de expresión ya es de todos, me ha dejado acongojado. ¿Quién le aconsejaría? (...) Le han de haber dicho cuidado, señor Presidente, que los periodistas están cabriados por tanto que usted les insulta y planean hacer una asonada, secuestrarle y meterle en un cuarto con televisión para que usted vea, una tras otra, las cadenas del Gobierno, desde la primera hasta la última. (...) Y el Presidente, asustadísimo, paró y suspendió el segmento. (...)” El Universo, “Réquiem por el segmento” 24 de octubre, 2010

“El Presidente Rafael Correa retomó en su enlace sabatino 201 el segmento denominado ‘Libertad de Expresión’. (...) Correa dijo que habían tratado de dejar este segmento, pero “que algunas veces” era necesario hablar de las “mentiras de la prensa”. La Hora, “Rafael Correa retoma el segmento contra la prensa”, 19 de Diciembre de 2010.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para saber si los imaginarios sociales con respecto a los medios de comunicación ecuatorianos han sido influenciados por el Presidente Rafael Correa, se propone una investigación de campo, ya que se trata de un contacto directo con los actores del acontecimiento que son el objeto de estudio, por lo tanto la fuente de información. La investigación será descriptiva ya que se intenta determinar el imaginario en el contexto actual.

3.2 ENFOQUE METODOLÓGICO

Este trabajo tiene la característica ser cuantitativo porque está basado en la realización de encuestas del cual se desprende la respuesta a la hipótesis trazada y el planteamiento de la realidad de los imaginarios sobre los medios de comunicación.

3.3 POBLACIÓN

La población que se consideró para la investigación fue a estudiantes universitarios de tres establecimientos guayaquileños que presuntamente podrían recoger tres tipos de estratos sociales: la baja, la media y la media alta.

Universidad de Guayaquil: Es una universidad estatal, del cual tomamos como universo a la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social FACSO. Según informaron sus autoridades, en la carrera se inscribieron 1606 alumnos en el segundo semestre del año 2013.

Universidad Laica Vicente Rocafuerte: Es una universidad particular, de la cual tomamos como universo a la carrera de periodismo. Según informaron sus autoridades, en la carrera se inscribieron 300 alumnos en el segundo semestre del año 2013.

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: Es una universidad particular católica, de la cual tomamos como universo a la carrera de Comunicación Social en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Según informaron sus autoridades, en la carrera se inscribieron 322 alumnos en el semestre B-2013.

3.4 MUESTRA

En base a los datos proporcionados en cada universidad sobre la cantidad de alumnos en las carreras mencionadas, se calcula la muestra utilizando la fórmula para poblaciones finitas.

El margen de error es del 5%, el nivel de confianza 95, el nivel de heterogeneidad 50. Con estos parámetros la muestra se define así:

UNIVERSIDAD	NO. DE ENCUESTAS
Universidad de Guayaquil	311
Universidad Laica Vicente Rocafuerte	169
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	176
TOTAL	656

3.5 CRITERIOS DE RECOLECCIÓN DE LA MUESTRA

La encuesta se estructura con veinte y tres preguntas, de las cuales, tres corresponden a sustentar otras del cuestionario.

Para la tabulación de los datos se dividió las encuestas por universidades, ya que cada una tiene un contexto social y político diferente. A la vez se las clasificaron las encuestas de cada universidad en dos grupos según la edad,

los menores de 30 años (entre 17 y 29 años) y los mayores de 30 años (30 años o más).

La finalidad de la segunda división es porque los menores de treinta años solo son testigos de los acontecimientos actuales, es decir, del gobierno de Rafael Correa; por lo tanto es posible que no recuerden del todo sobre lo sucedido en años de crisis ecuatoriana. Los mayores de 30 años son estudiantes que vivieron, al menos en su adolescencia, acontecimientos históricos más relevantes desde la presidencia de Bucaram. Escasos profesores forman parte de las encuestas y están dentro de este grupo.

Se decidió encuestar no solo a estudiantes de periodismo, sino incluir a otras carreras Como Arquitectura, Ingeniería, Medicina, Ciencias De Las matemáticas, Sociología, y otras más hasta cumplir el número de encuestas que se determinó como muestra. El fin es establecer el imaginario desde una muestra general de las universidades sin distinción de carrera.

Después de la tabulación se realizan gráficos estadísticos para establecer la tendencia de las respuestas y encontrar una lógica según el rango de edad. Con estos resultados se realiza el análisis y las conclusiones.

**CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS
ENCUESTAS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
ECUATORIANOS**

A través de las encuestas realizadas en los tres establecimientos guayaquileños: Universidad de Guayaquil, Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG) y la Universidad Laica Vicente Rocafuerte (ULVR) se obtuvo los siguientes resultados:

Pregunta 2. Sobre las decisiones que toma el gobierno ecuatoriano, ¿escucha usted la versión del mandatario?

Hay que tener presente que la versión de mandatario sobre decisiones y acontecimientos está ampliada, sobre todo, en el Enlace Ciudadano; sin embargo las entrevistas y discursos del Presidente a nivel nacional e internacional son parte de la versión y no todos los medios de comunicación nacional las transmiten. La pregunta no especifica si el hecho de escuchar al gobernante es por gusto o trabajo o por que implique aceptación o rechazo.



Ilustración 1 PREGUNTA 2: ¿Escucha la versión del mandatario?

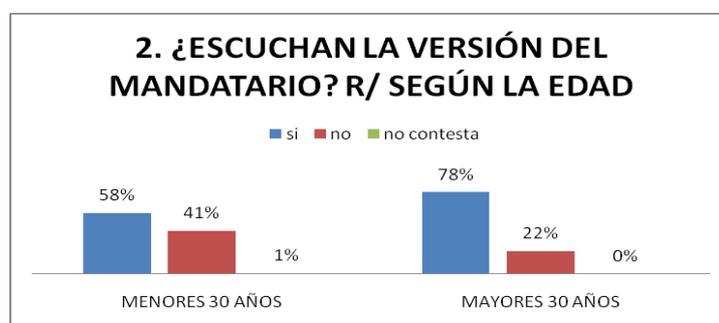


Ilustración 2 PREGUNTA 2: ¿Escucha la versión del mandatario?

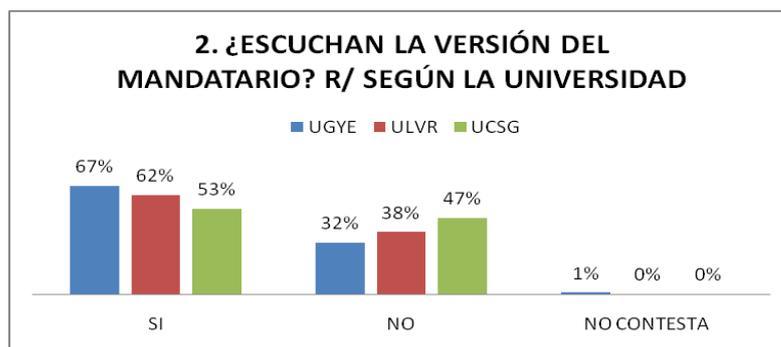


Ilustración 3 PREGUNTA 2: ¿Escucha la versión del mandatario?

La tendencia es Sí escuchar la versión del Presidente. Cuando se clasifica a los encuestados por edad, son los mayores de 30 años quienes más optan por oír al mandatario. Es muy probable que los menores tengan otras inquietudes e intereses aún, a diferencia del otro grupo que por sus ocupaciones, responsabilidades e independencia se involucran más en lo que ocurre en su entorno y no les sean indiferentes los asuntos políticos. Esta razón también es aplicable en los resultados por universidades, la mayoría de estudiantes mayores de 30 años se encuentran en la U. de Guayaquil.

3. Antes del inicio del gobierno del Presidente Rafael Correa, ¿creía usted en la veracidad de la información que los medios comunicaban?

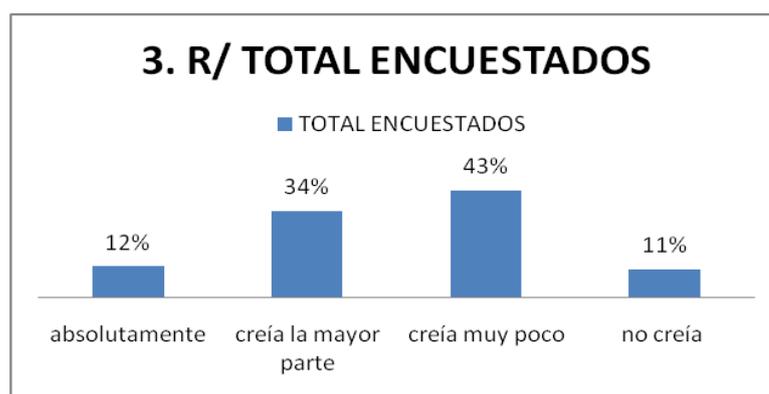


Ilustración 4 PREGUNTA 3: Antes de RC ¿creía en la información difundida por medios de comunicación?

Hay que tomar en cuenta que los actuales medio incautados eran privados, los públicos eran imperceptibles, y El Telégrafo tenía otra realidad. Por lo tanto esta respuesta corresponde a la credibilidad a los medios privados.

La mayoría de estudiantes, sin distinción de edad y universidad, contestó que creía muy poco en la información de los medios de comunicación, es decir, predominaba una baja credibilidad hacia los medios.

No creer o creer absolutamente en los medios de comunicación son extremos que existieron en los universitarios, aunque son poco significativos a comparación de la credibilidad media que predomina.

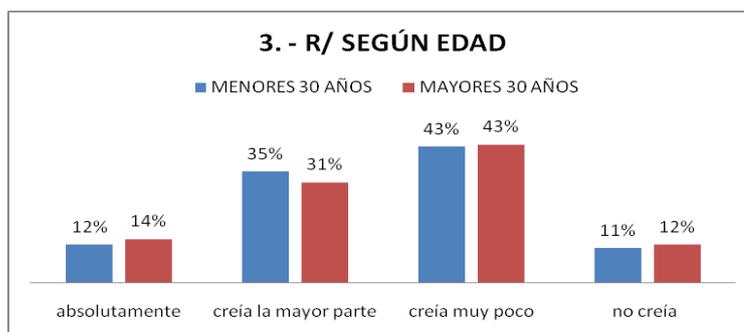


Ilustración 5 PREGUNTA 3: Antes de RC ¿creía en la información difundida por medios de comunicación?

Los resultados según la edad, en el caso de los menores de 30 años, es probable que no se refieran a los noticieros simplemente, pues en el inicio de la presidencia de Rafael Correa estos alumnos debieron tener entre 9 y 21 años. En los mayores de 30 años el contexto de la sociedad ecuatoriana es lo que marca la diferencia entre creer o no creer en los medios de comunicación.

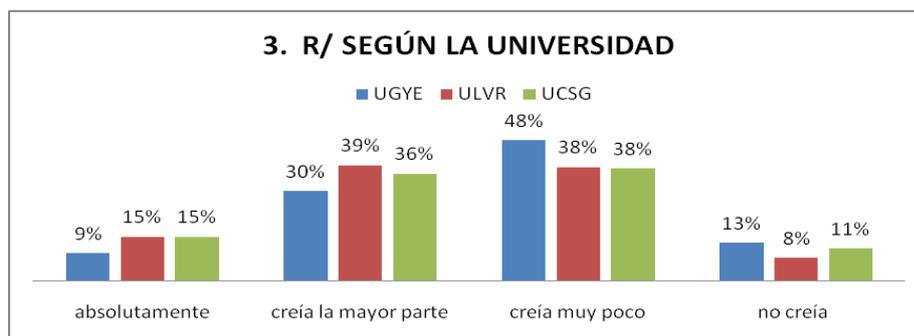


Ilustración 6 PREGUNTA 3: Antes de RC ¿creía en la información difundida por medios de comunicación?

En este gráfico los resultados por universidades indican que los alumnos de la U. de Guayaquil era los que menos credibilidad tenían hacia la información de los medios de comunicación, mientras que la ULVR y la UCSG tienen equidad entre creer poco o creer mucho en los medios.

Pregunta 4. Actualmente, ¿cree usted en la información que los medios comunican?

Aunque son diversos los tipos de medios de comunicación en el Ecuador la gente generalmente solo los califica como oficialista y opositores. Cuando hablan de oficialistas se refieren a los públicos e incautados. No están considerados en nuestra investigación los privados neutrales o los privados con tendencia oficialista como califica la gente.

Los resultados de esta pregunta es en base a la anterior, ya que para la investigación interesa saber cómo reaccionó la población estudiada ante la influencia del discurso del Presidente Rafael Correa.

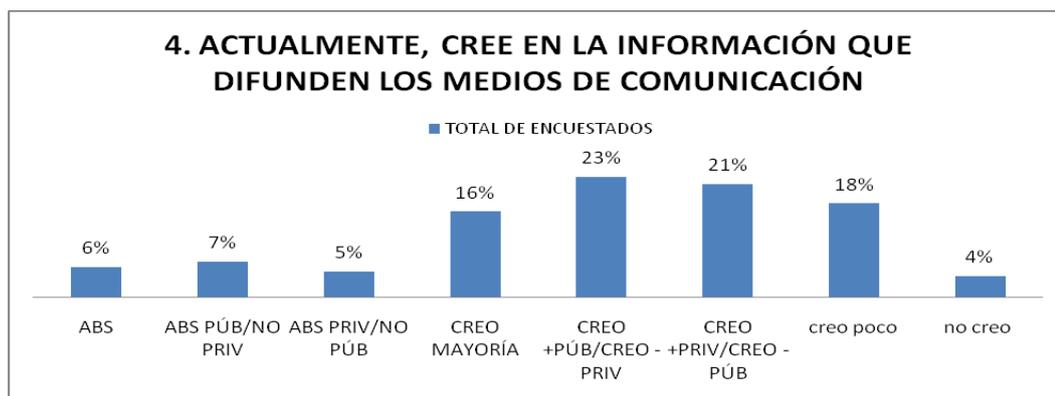


Ilustración 7 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

La respuesta en general de todos los encuestados es que ahora CREE LA MAYOR PARTE de la información que difunden los medios de comunicación (creo la mayoría 16%, creo más públicos 23%, creo más privados 21%; en total 60%). Sin embargo, el resultado resalta con una pequeña diferencia la mayor credibilidad a los públicos, a lo que corresponde CREER POCO en la información de los medios privados.

Esta gráfica confirma que Sí ha influido el discurso del Presidente en el imaginario sobre los medios de comunicación. Aunque la diferencia es corta entre quienes creen en los públicos y privados (apenas 2 puntos), el hecho que haya gente que crea que es cierto (en la mayor parte) lo que ve en los canales públicos/incautados habiendo contestado anteriormente que creía poco en los privados, muestra la influencia del mandatario sobre el poder mediático.

Otro punto de vista que ofrece la gráfica, es que la tendencia de CREER POCO en los medios de comunicación antes del gobierno de Rafael Correa, según la pregunta 3, ahora cambia a CREER LA MAYORÍA en forma general. Al parecer este conflicto de medios vs. gobierno llama mucho la atención de los estudiantes encuestados. En un segundo plano se queda el hecho de tomar partido por uno de los poderes.

A continuación, en base a los resultados de la pregunta 3, se clasificó las respuestas de los que creían absolutamente, la mayor parte, poco y nada para observar como cambió sus tendencias anteriores por las actuales.

Del 12% del total de encuestados que CREÍA ABSOLUTAMENTE se obtuvo:

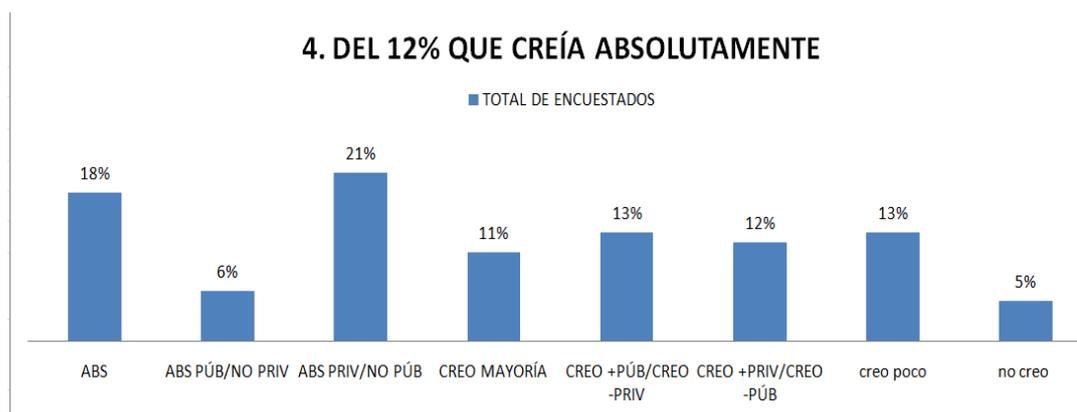


Ilustración 8 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

La mayor parte de los de los encuestados que creían absolutamente en los medios de comunicación, actualmente aún cree absolutamente en ellos (absolutamente 18%, absolutamente en públicos 6%, absolutamente privados 21%, en total 45%), sobresaliendo creer absolutamente en los medios privados. Con un porcentaje cercano encontramos a los que creen absolutamene en los medios en forma general y con la menor tendencia hallamos a encuestados que cambiaron radicalmente su percepción, de creer absolutamente todo en los medios a no creer nada. Esto refleja una consecuencia del conflicto mediatico-gubernamental, los discursos hacen tomar partidos a quién creer, por lo tanto, la construcción del imaginario sobre los medios de comunicación ecuatorianos son influenciados también por el discurso de los mismos medios.

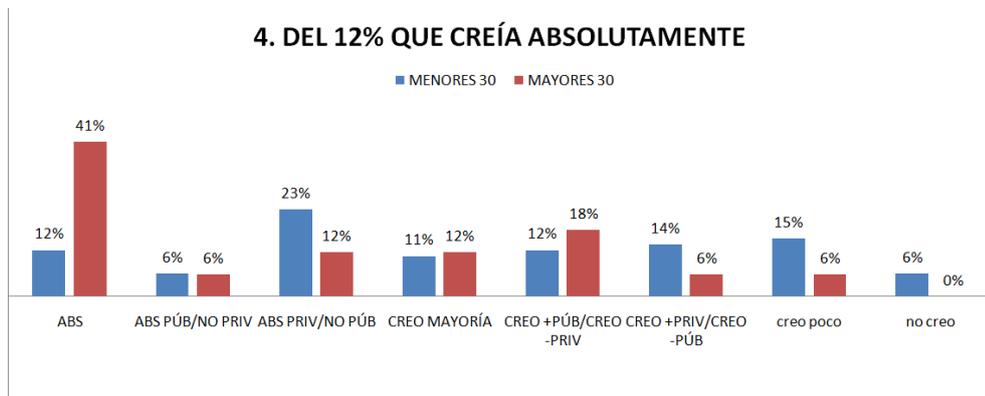


Ilustración 9 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Los estudiantes mayores de 30 años son los que mantienen la percepción de creer absolutamente en lo que leen y oyen en los medios, sin importar que sean públicos o privados. Mientras que son los menores de 30 años, en su mayoría, los que optan por creer en la información de los medios privados.

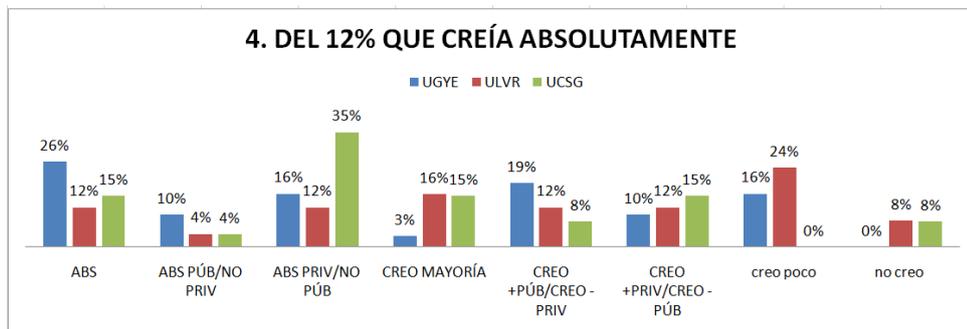


Ilustración 10 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Segmentando la pregunta 4 por universidades, se halló que los estudiantes de la UCSG son quienes optan por creer absolutamente en los privados. En los de la U. de Guayaquil la mayoría creen absolutamente en los medios en general. En el caso de la ULVR la mayoría cambió radicalmente a creer poco en los medios de forma general.

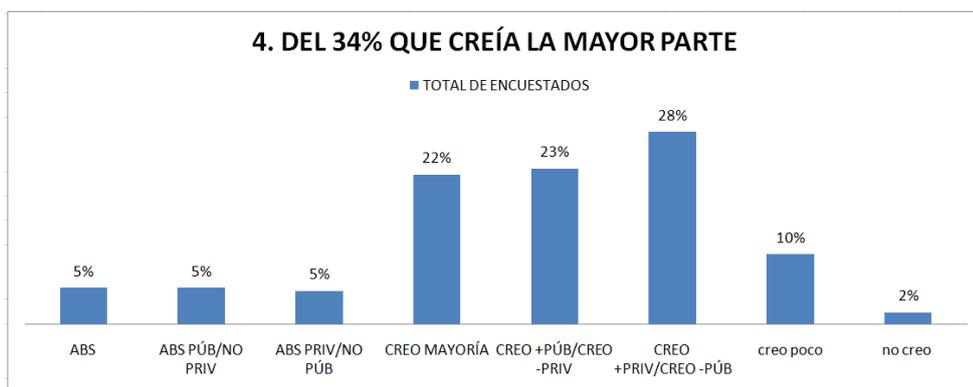


Ilustración 11 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Del grupo de encuestados que creían la mayor parte de la información de medios, según los resultados, se mantienen en lo mismo (creo la mayoría 22%, creo mayoría públicos 23%, creo la mayoría privados 28%, en total 73%), pero marca la tendencia a creer la mayor parte en los medios privados. Lo que demuestra este resultado es que en este grupo la influencia del discurso del Presidente hizo elegir un tipo de medio.

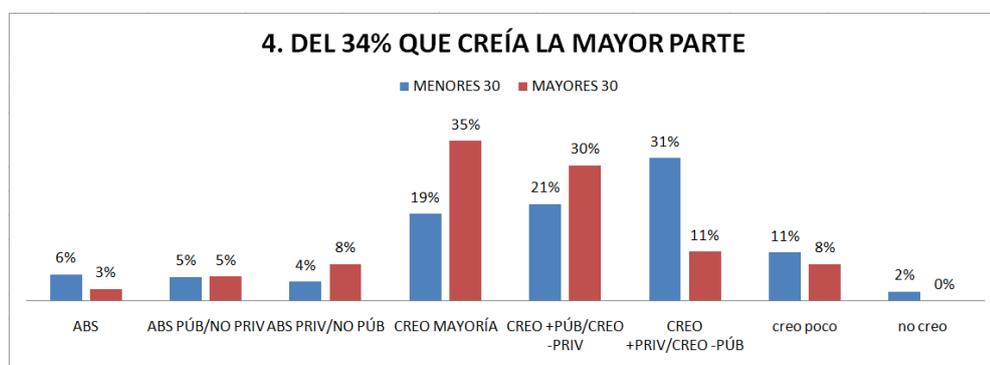


Ilustración 12 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Analizando las respuestas por edad son los mayores de 30 años quienes se mantienen en creer la información de los medios en forma general. Este resultado debe ser por la tradición de años de escuchar un mismo noticiero o comprar un mismo periódico para saber lo que sucede en su entorno.

También se puede apreciar que es muy alto el porcentaje de encuestados del grupo de los mayores de 30 años que optan por creer en lo medios

públicos/incautados. Es probable que por la vivencia de los acontecimientos anteriores al gobierno de Rafael Correa, en una gran mayoría hayan tomado esta opción.

Los menores de 30 años tienen otro comportamiento, la tendencia es creer la mayor parte en los medios privados. La opción de creer en públicos es menor y similar a creer en los medios en general.

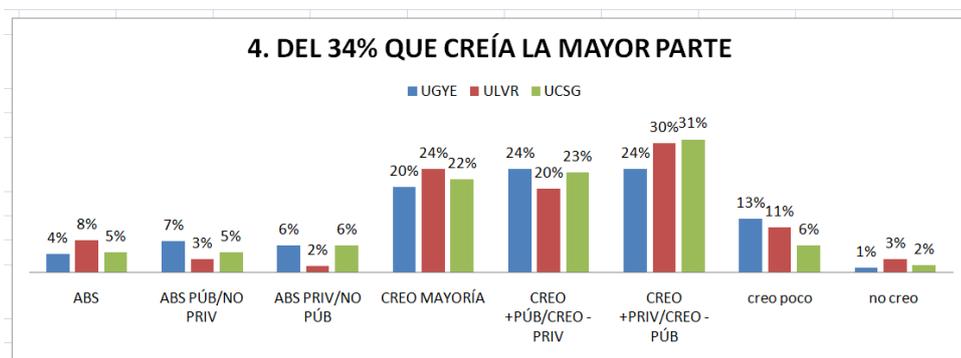


Ilustración 13 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

En los resultados por universidades se encuentra que son los estudiantes de la UCSG quienes tienden a creer la mayor parte en los medios privados.

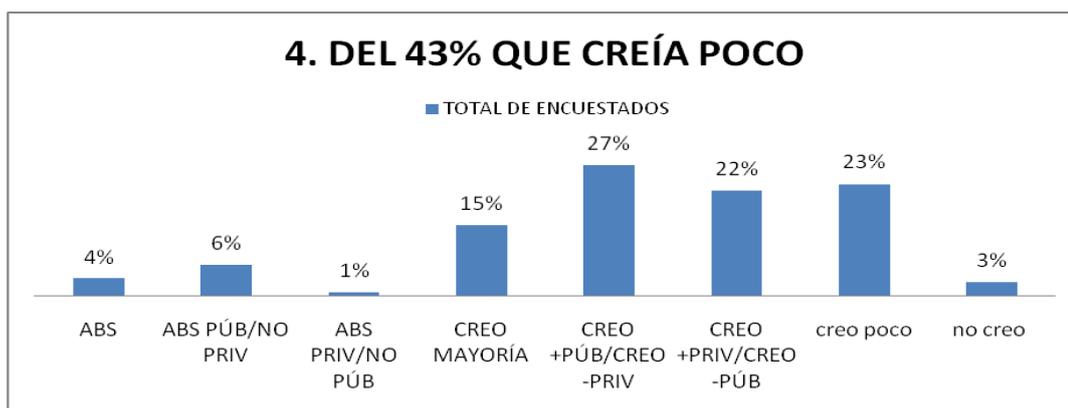


Ilustración 14 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Este grupo es el más significativo por su tamaño y corresponde a los encuestados que respondieron haber creído poco en la información de los medios (pregunta 3).

El grupo cambia su tendencia de creer poco a creer la mayor parte en los medios (creo la mayor parte 15%, creo más en públicos 27%, creo más en privados 22%, en total 64%). Más de la mitad de encuestados cambiaron de opinión, incluso en los porcentajes de lo absoluto. El absolutamente público sobresale en su grupo.

En este caso la tendencia es marcada para la credibilidad a los medios públicos/incautados. Aquí se ve evidente la influencia del presidente Rafael Correa y su discurso, porque si antes no creían en los medios, generalmente privados, ahora existe una opción que les suena creíble. Más adelante comprobaremos si lo que imaginan es lo que practican.

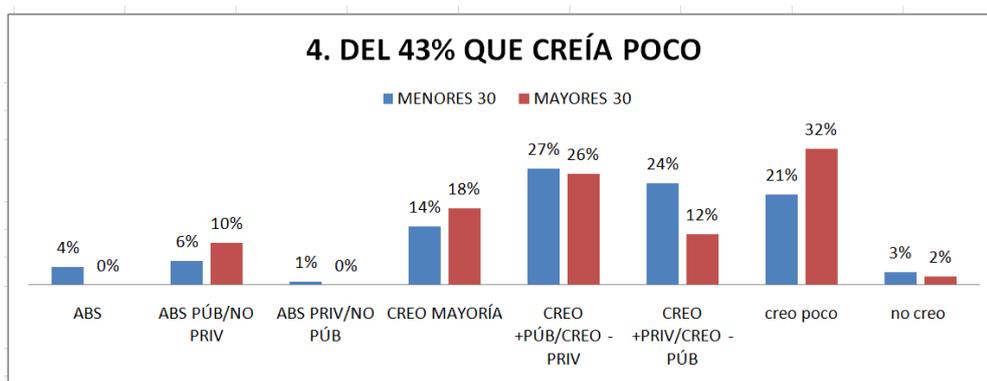


Ilustración 15 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Inclusive por edades se obtiene igual tendencia de optar por los públicos. Lo llamativo es lo radical de un pequeño grupo de encuestados mayores de 30 años que cambian su percepción de no creer poco a creer absolutamente en públicos.

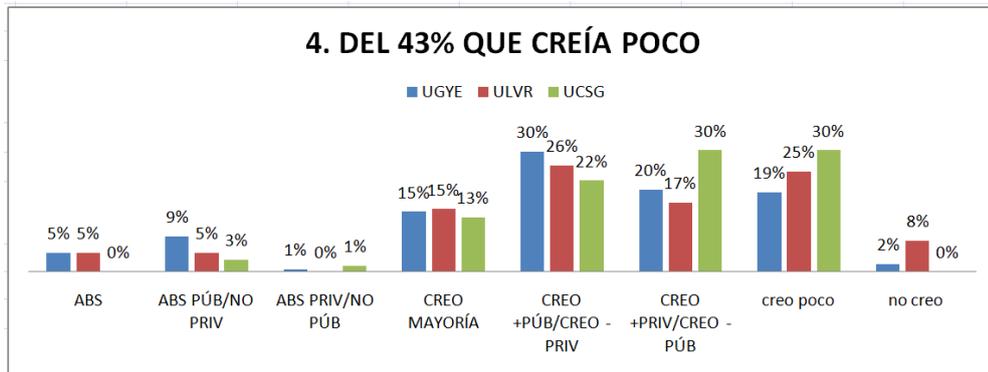


Ilustración 16 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Los de la UCSG marcan su tendencia en creer la mayor parte en privados, mientras que los estudiantes de la U. Guayaquil y ULVR en su mayoría creen la mayor parte en públicos/incautados.

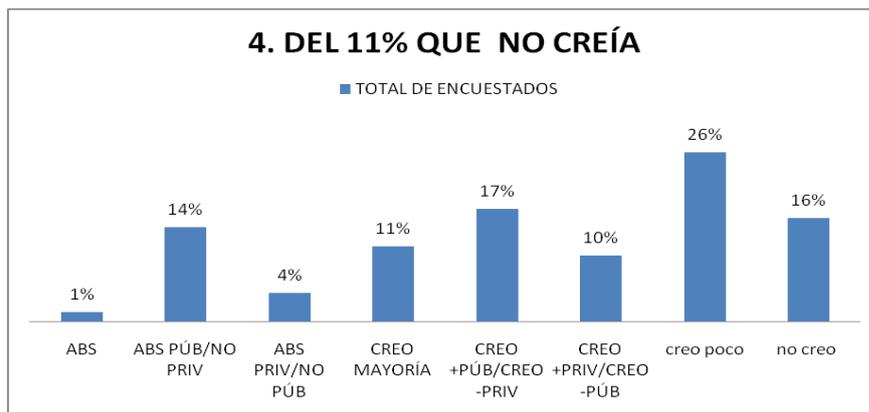


Ilustración 17 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

De la minoría que no creía en la información de los medios de comunicación se mantiene la tendencia de incredulidad (creo poco 26%, no creo 16%, en total 42%). Sin embargo, de este grupo si hubo quien tomó partido por públicos/incautados y es destacable el cambio radical de no creer a creer en públicos/incautados. Es probable que en esta población el discurso del mandatario fue más influyente para dar ese giro en la percepción de medios.

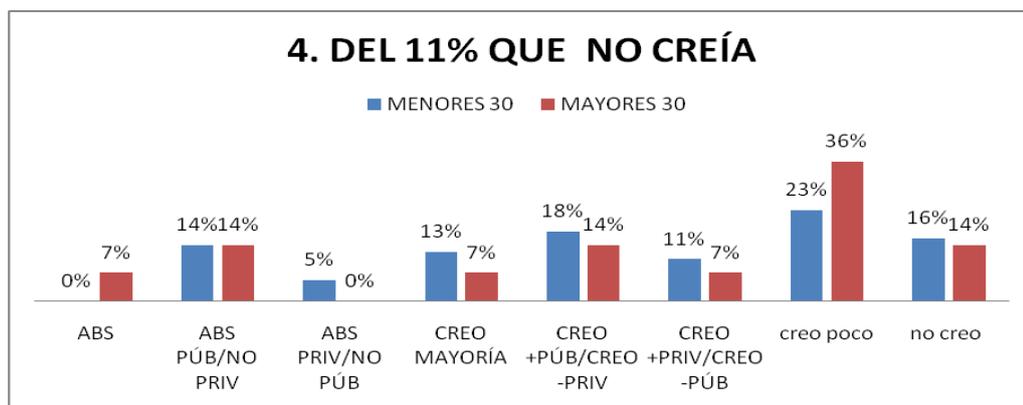


Ilustración 18 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

La mitad de los estudiantes mayores de 30 años creen de alguna manera en algún tipo de medio, en los públicos/incautados sobre todo (14% cree más públicos, 14% cree absolutamente públicos/incautados, 28% en total; mientras que 7% cree más privados, 0% cree absolutamente en privados, es decir, 7% en total). La otra mitad muestra incredulidad en los medios en general.

Del grupo de menores a 30 años, sus respuestas muestran que la mayoría tienden a creer en algún tipo de medio, en los públicos/incautados sobre todo (18% cree más públicos, 14% cree absolutamente públicos/incautados, 32% en total; mientras que 11% cree más privados, 5% cree absolutamente en privados, es decir, 15% en total).

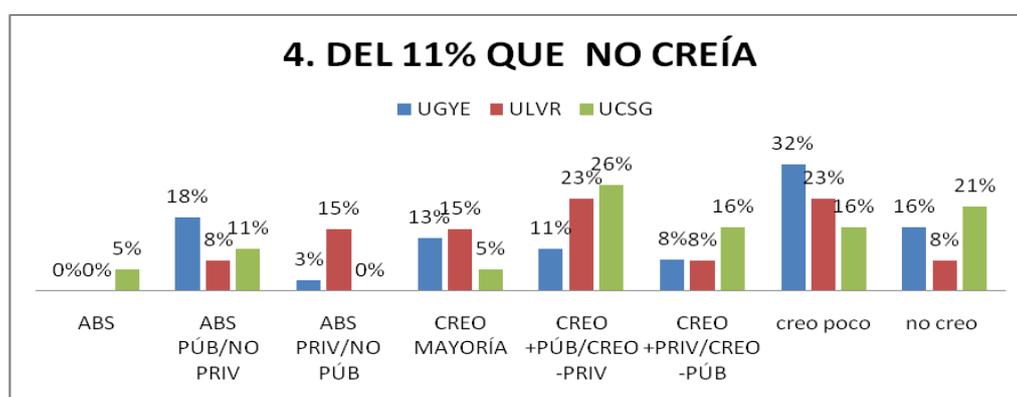


Ilustración 19 PREGUNTA 4: Ahora ¿cree en la información difundida por los medios de comunicación?

Los resultados por universidades muestran que la U. de Guayaquil opta por la incredulidad en los medios en general. La ULVR y la UCSG tienden a creer la mayor parte, sobre todo en públicos/incautados.

Pregunta 5. ¿ Ha comparado alguna vez la información que entregan los medios públicos/incautados y privados.

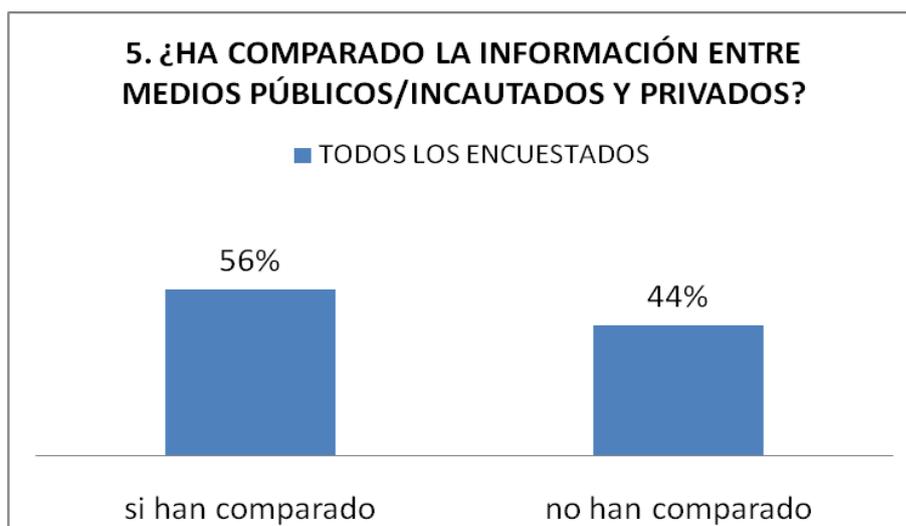


Ilustración 20 PREGUNTA 5: ¿Ha comparado la información entre medios?

La mayoría tiende a responder que ha comparado la información entre los dos tipos de medios. En algo sustenta esta respuesta a la pregunta 4, en donde se concluyó que la mayoría creen en gran parte a los medios públicos, tomando en cuenta que antes de la presidencia actual no había esta marcada línea que diferenciaba medios.

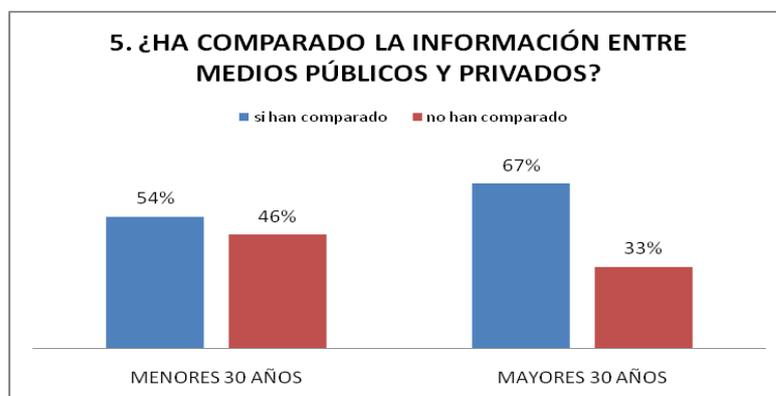


Ilustración 21 PREGUNTA 5: ¿Ha comparado la información entre medios?

Quienes admiten haber comparado más la información de medios son los mayores de 30 años, y como se dijo anteriormente, corresponde a que antes predominaba los privados, los públicos no tenía fuerza y no existía la figura de incautados.

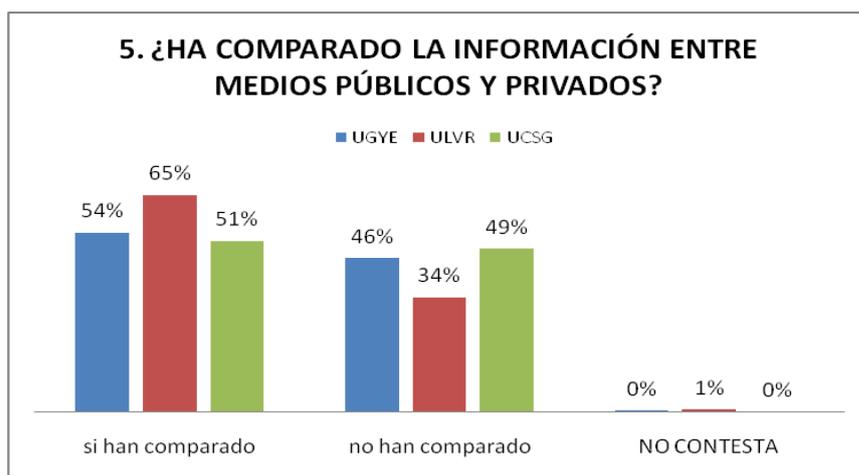


Ilustración 22 PREGUNTA 5: ¿Ha comparado la información entre medios?

A nivel de universidad son los estudiantes de la ULVR los que mayormente compararon la información.

Pregunta 6. Antes del inicio del gobierno del Presidente Rafael Correa, ¿cuál era el noticiero (televisivo, radial) o periódico de su preferencia?

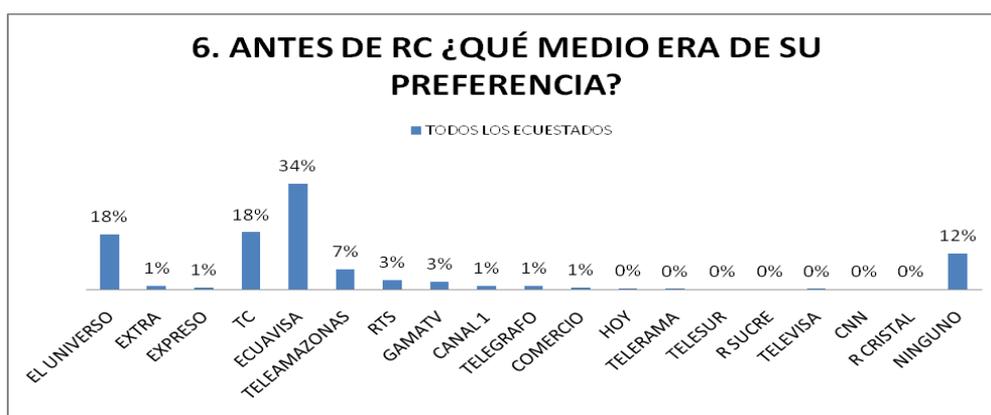


Ilustración 23 PREGUNTA 6: Antes de RC ¿qué medio era de su preferencia?

Los encuestados señalaron varios medios nacionales como preferidos, con escasez nombran a medios internacionales como CNN, Telesur, Televisa.

Los medios que prefería la gente son: El Universo, Ecuavisa, TC e incluso un alto porcentaje indicó que ninguno.

Pregunta 7. Actualmente, ¿cuál es el noticiero o periódico de su preferencia?

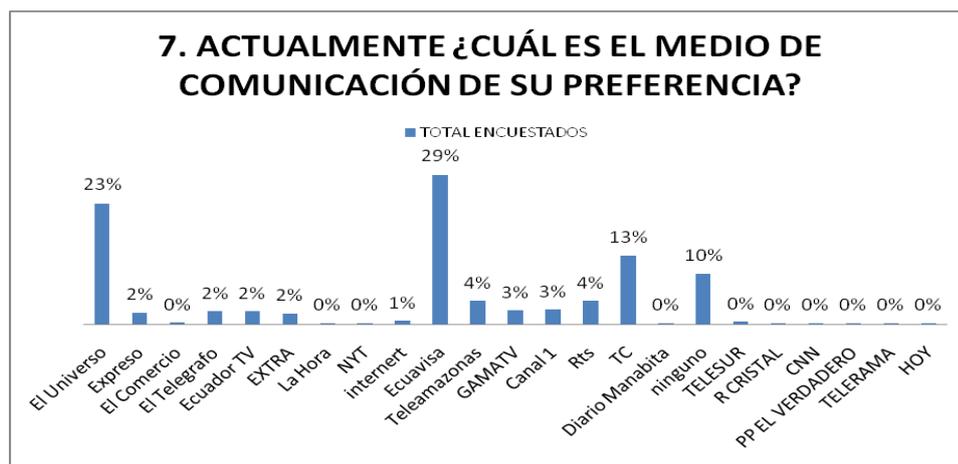


Ilustración 24 PREGUNTA 7: Actualmente, ¿qué medio es de su preferencia?

Actualmente, El Universo, Ecuavisa, TC y Ninguno siguen teniendo un alto porcentaje de aceptación. Comparando con el resultado anterior se distingue que Ecuavisa, Tc y Ninguno bajaron su porcentaje de aprobación, mientras que el Universo aumentó sus lectores.

En este nuevo panorama aparecen los medios públicos e incautados, y aunque su porcentaje de aceptación es bajo (excepto TC que es más acogido para la costa y GamaTV para la Sierra) subieron sus niveles de audiencia.

En la siguiente gráfica en forma general vamos a analizar cual fue la tendencia de cambio de medios.

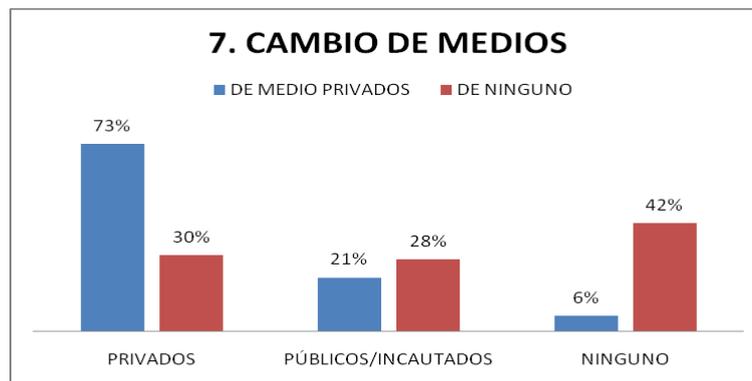


Ilustración 25 Cambio de medios

Tomando en cuenta que la tendencia a medios privados era lo que predominaba antes de la presidencia de Rafael Correa, actualmente la gente optó por cambiarse a otro medio privado o mantenerse en el mismo.

De los encuestados que dijeron no tener medio preferido (respuesta Ninguno) predomina el cambio de pensamiento y optan por los medios privados; aunque con poca diferencia de los medios públicos/incautados.

Lo que si es resaltante es el alto porcentaje que se mantiene en ninguno. Esto puede obedecer al grupo de estudiantes quienes no creen ni en el sistema político ni en el mediático, por lo que los discursos pueden ser indiferentes para ellos. Sin embargo entre no tener de preferencia ningún medio a preferir alguno, es poca la población que no se deja influenciar por ninguno de los dos poderes.

Pregunta 8. ¿ Por qué es de preferencia el medio que indicó en la pregunta 7?

Para formar las estadísticas de esta gráfica, se tomó un medio escrito y uno televisivo de los más opcionados entre los privados y los públicos/incautados de la pregunta 7, así destacar qué es lo que piensa su audiencia (grupo de estudiantes muestra) de ellos cuando los consume.

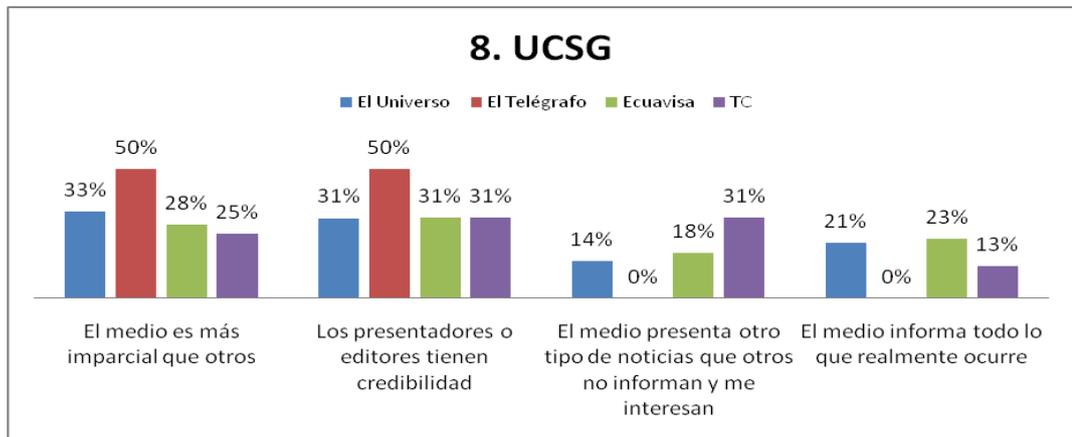


Ilustración 26 Pregunta 8: ¿En qué característica se destaca su medio de preferencia?

El Universo en la UCSG obtuvo la percepción mayoritaria como medio más imparcial que otros. La misma característica se dijo de El Telégrafo además de señalar que los editores tienen credibilidad. Estas dos características tuvieron el mismo porcentaje.

En el caso de Ecuavisa, la opinión que resaltó fue la de tener presentadores con credibilidad y en TC predominó equitativamente tener presentadores con credibilidad y presentar otro tipo de noticias que en ocasiones otros no informan.

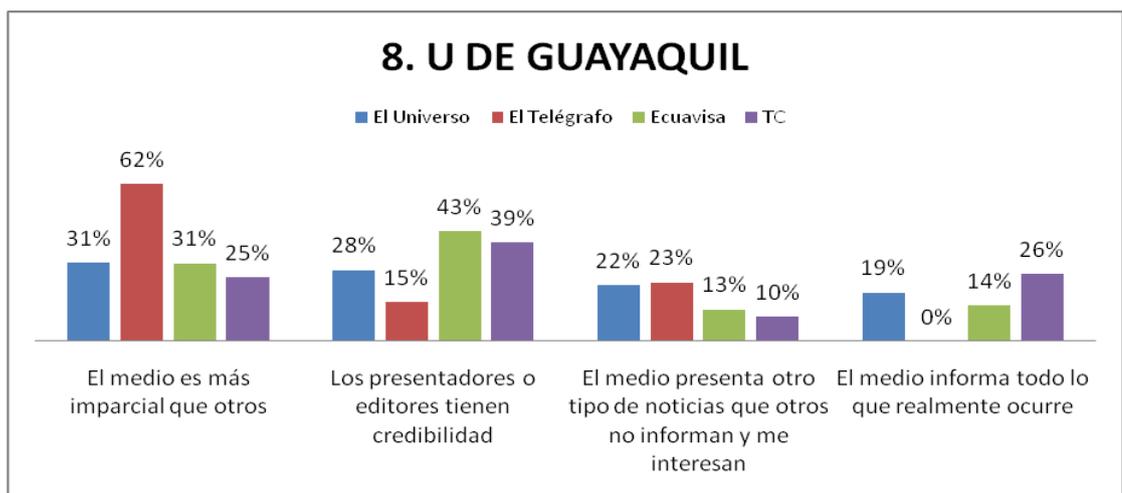


Ilustración 27 Pregunta 8: ¿En qué característica se destaca su medio de preferencia?

En la Universidad de Guayaquil a El Universo y El Telégrafo sus audiencias los marcan con la misma característica: son más imparciales que otros. Así

mismo, las audiencias estudiantiles de Ecuavisa y TC indicaron que sus televisoras tienen presentadores con credibilidad.

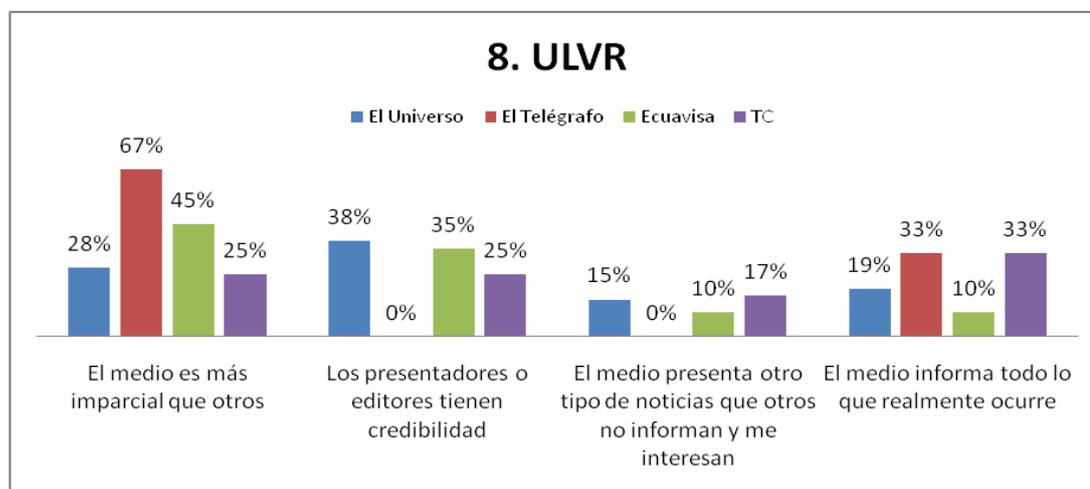


Ilustración 28 Pregunta 8: ¿En qué característica se destaca su medio de preferencia?

En la ULVR, El Universo obtuvo que sus editores tienen credibilidad para su audiencia, mientras que los de el Telégrafo y Ecuavisa indicaron que son medios más imparciales que otros. Sobre TC predominó la característica de informar todo lo que realmente ocurre.

Pregunta 9. ¿Cree usted que existen hechos noticiosos que NO informan los medios?

Antes de analizar esta pregunta, hay que recordar que no todo los sucesos y acontecimientos son noticiosos, pues debido a la cantidad de información que existe, periodistas y editores eligen que debe ser difundido y que no.

Mucho se ha dicho que hubo información y acontecimientos que debieron salir a la luz pública, pero debido a los intereses de los medios de comunicación (en general) se dice que han ocultado información como si no existieran o no hubiese ocurrido.

Con este antecedente, se formula la siguiente pregunta:

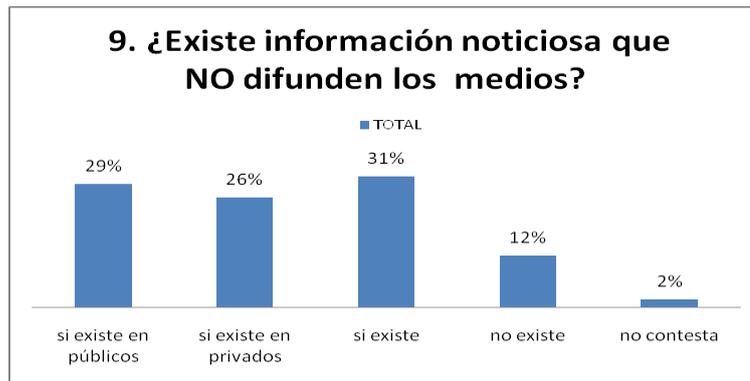


Ilustración 29 PREGUNTA 9: ¿Existen hechos noticiosos que NO informan los medios?

En esta pregunta los universitarios respondieron en forma general que Sí existe esa información noticiosa que ocultan los medios de comunicación. Entonces, se cree que si existe censura dentro de los medios sin importar si son privados, públicos e incautados porque todos buscarán minimizar realidades negativas que los auto perjudiquen.

Pregunta 10. Antes del inicio del gobierno del Presidente Rafael Correa, ¿a usted se le hubiese ocurrido pensar en "prensa corrupta"?

Para comprender esta pregunta y la siguiente (11), es necesario recordar que del Presidente Rafael Correa nació la frase “prensa corrupta”. Aquí no vamos a analizar si es o no correcto el calificativo, lo que si nos interesa saber es que esta frase tan repetida, en realidad ha repercutido en el pensamiento de los estudiantes en este caso.

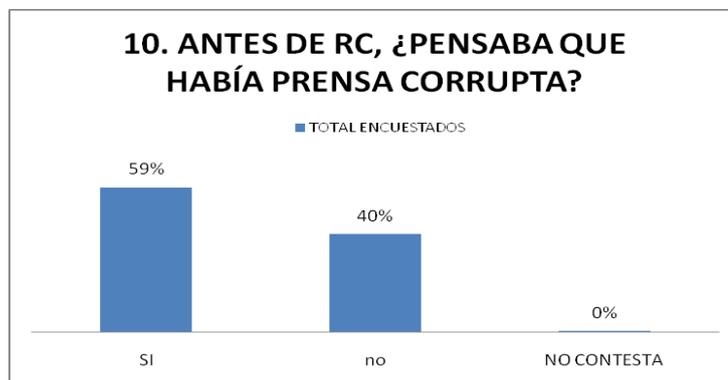


Ilustración 30 PREGUNTA 10: Antes de Rafael Correa ¿pensaba que existía prensa corrupta?

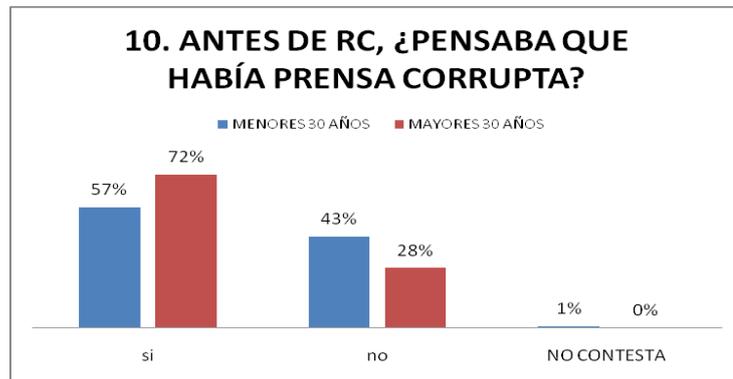


Ilustración 31 PREGUNTA 10: Antes de Rafael Correa ¿pensaba que existía prensa corrupta?

Los resultados muestran que la mayoría de estudiantes creen que sí había corrupción en la prensa. El número de los que creen que no había corrupción es alto también; sin embargo, la respuesta afirmativa en el caso de los estudiantes menores de 30 años concordaría con la respuesta de la pregunta 2 en donde la mayoría contestó que Sí escucha la versión del mandatario, ya que por su edad es poco probable que se hayan percatado del entorno político antes de Rafael Correa.

Pregunta 11. Ahora, cuando usted piensa en prensa, ¿relaciona la frase "prensa corrupta"?



Ilustración 32 PREGUNTA 11: ¿Relaciona "prensa corrupta" con la prensa nacional?

Si sumamos las variedades del sí (sí a todos los medios 19%, sí a los privados 24%, sí a los públicos 20%, total 63%) obtenemos que ahora con mucha más fuerza que antes los universitarios piensa en que existe corrupción en la prensa.

Con esto se comprueba que si influencia el discurso del Presidente Correa, y no solo para que la gente piense a favor de tesis, sino también en las personas que no son partidarias de su política ya que creen que la corrupción es exclusiva de los medios públicos/incautados.

En este último grupo, es probable que también estén influenciados por los discursos de los medios de comunicación. Sin embargo, no es congruente el pensamiento de los estudiantes, porque si conciben a la prensa privada como corrupta, entonces ¿por qué la consumen más que a los medios privados/incautados?. Es posible que la programación a la que están acostumbrados no requiere de un cambio, ya que hay que tener presente que los medios privados tienen programas de entretenimiento aceptado en gran parte por la población ecuatoriana, mientras que los medios públicos son medios educativos, es decir, tienen otra línea en su programación que aún no es aceptada del todo por la población. Los incautados tienen una programación diversa, por eso es que al menos TC, mantiene un alto rating en nuestros encuestados.

Con los resultados de esta pregunta se construye lo siguiente: El Presidente Rafael Correa influye en el pensamiento de los universitarios para crear dudas sobre los privados, mantener en un buen concepto a los públicos sin lograr que la gente los llegue a consumir igual o más que a los privados.

Pregunta 12. ¿ Tiene sentido para usted el segmento "la libertad de expresión ya es de todos" del enlace ciudadano?

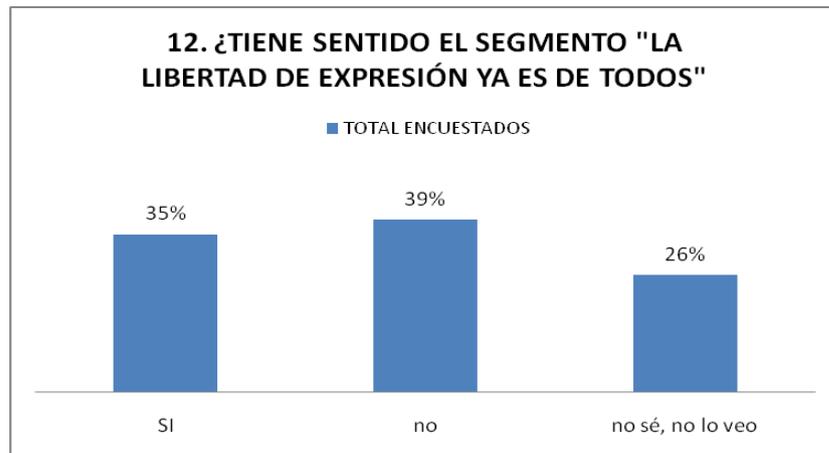


Ilustración 33 PREGUNTA 12: ¿Tiene sentido el segmento "La libertad de expresión ya es de todos"?

En esta pregunta podemos verificar que en la pregunta 2, al contestar "Sí escucho la versión del mandatario" no se refiere únicamente al Enlace Ciudadano, si no a sus discursos y entrevistas otorgados a varios medios ya que la cuarta parte de los encuestados dicen no ver el segmento, por lo tanto, no ven el Enlace Ciudadano.

Volviendo a la respuesta de esta pregunta, la mayoría no acepta el segmento del Enlace Ciudadano. No es muy distante la diferencia entre los que Sí están de acuerdo.

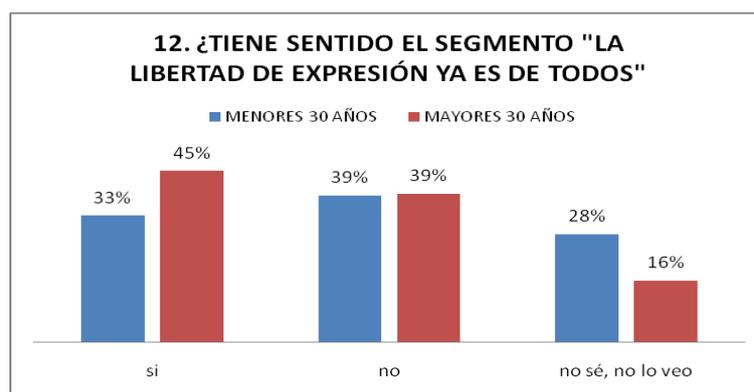


Ilustración 34 PREGUNTA 12: ¿Tiene sentido el segmento "La libertad de expresión ya es de todos"?

Aquí se podría entender mejor la respuesta. Son los mayores de 30 años los que observan o escuchan el Enlace Ciudadano y aceptan el segmento.

Son los menores de 30 años los que no están de acuerdo con el segmento. Es posible que cuando el Presidente dice “¿se acuerdan?” los mayores de 30 años si recuerden los acontecimientos de los períodos presidenciales anteriores y funciona el “prohibido olvidar”.

Pregunta 14. ¿Cree usted que la misión de informar de los medios de comunicación prevalece antes que sus intereses propios?

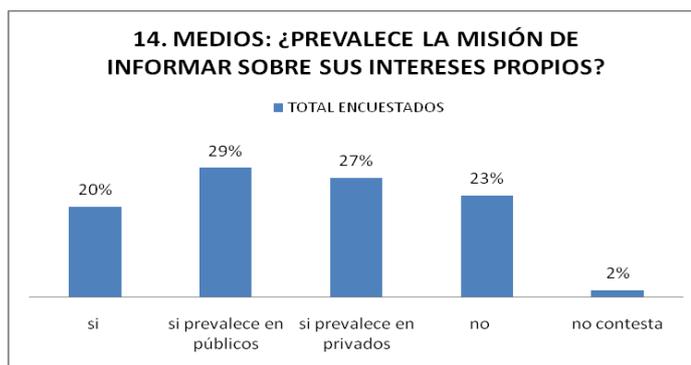


Ilustración 35 PREGUNTA 14: En los medio de comunicación prevalece la misión de informar sobre sus intereses propios?

La respuesta de los estudiantes en general apuntan a un “si prevalece la misión de informar sobre sus intereses propios. (Sí 20%, sí en públicos 29%, sí en privados 27%, en total 76%). Esta respuesta general sustenta las otras interrogantes en donde se inclinan a la credibilidad de los medios públicos. Pero es necesario recalcar que no es una gran mayoría arrasadora, son apenas con dos puntos de diferencia con aquellos que creen que en los medios privados prevalece la misión de informar antes de que influyeran sus intereses propios. Si los encuestados no son mayoritariamente consumidores de los medios públicos/incautados, entonces es el discurso del Presidente Rafael Correa quien influye en el pensamiento, por lo tanto en su respuesta.

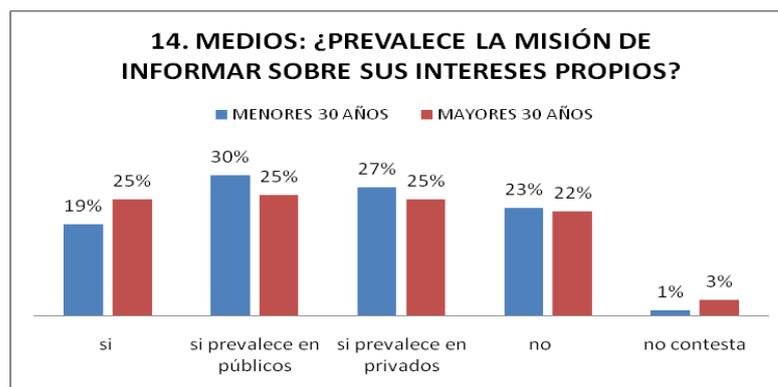


Ilustración 36 PREGUNTA 14: En los medio de comunicación prevalece la misión de informar sobre sus intereses propios?

Los estudiantes mayores de 30 años muestran equidad al responder que sí prevalece la misión de informar sobre sus propios intereses. Los menores tienden a destacar la credulidad hacia los medios públicos.

Pregunta 15. El Presidente Rafael Correa ha comunicado acciones negativas de los medios que usted no sabía?

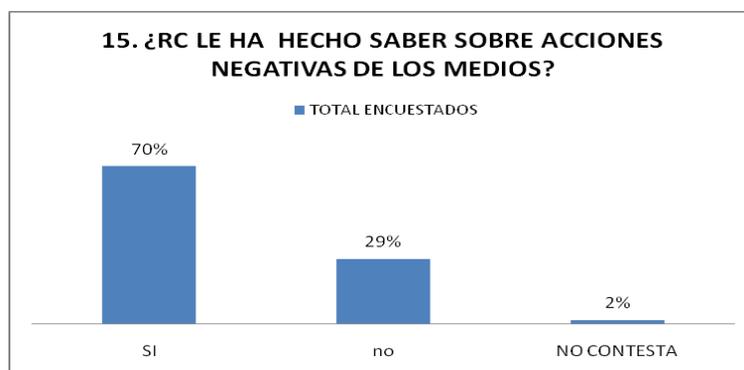


Ilustración 37 PREGUNTA 15: ¿Rafael Correa le ha hecho saber acciones negativas de los medios?

La respuesta de los encuestados es que el Presidente Rafael Correa si les ha hecho notar acciones negativas de los medios de comunicación. En forma general, se sigue direccionando a que la fuerza del discurso del Presidente Rafael Correa es influyente para construir la idea actual de lo que son los medios de comunicación.

Es necesario mencionar que los resultados con decimales son los siguientes: sí 69,8%; no 28,7%; no contesta 1,5%.

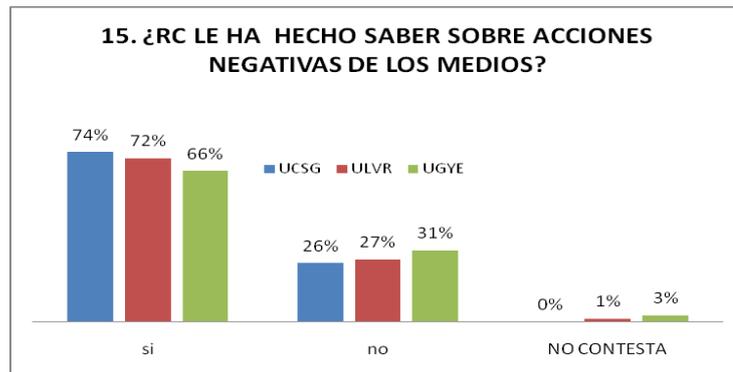


Ilustración 38 PREGUNTA 15: ¿Rafael Correa le ha hecho saber acciones negativas de los medios?

La tendencia en las tres universidades es la misma, pero sobresale la UCSG afirmando que el Presidente les hizo saber acciones negativas de los medios de comunicación.

Pregunta 17. Si usted atravesara un situación crítica y muy grave, cree que algún medio le otorgaría “voz” para ayudarlo?

Hay espacios en la programación de los medios que se dedican a dar ayuda social, por ejemplo en televisión hay noticieros de la comunidad, segmentos en los noticieros estelares, programas especializados para la difusión de problemas sociales que de alguna manera contribuyen a constuir el entorno en donde vivimos, sus problemas y sus posibles soluciones. Sin embargo, hay personas que dice que la ciudadanía llaman a pedir ayuda y no son escuchados, por lo que se debe aclarar que los medios de comunicación en sus espacios deben escoger entre todos los casos quienes necesitan más para brindarles apoyo.

Con esta pregunta, lo que se quiere saber es si en el imaginario de las personas, cuenta la posibilidad de ser oído por los medios de comunicación si necesitaran de su ayuda.

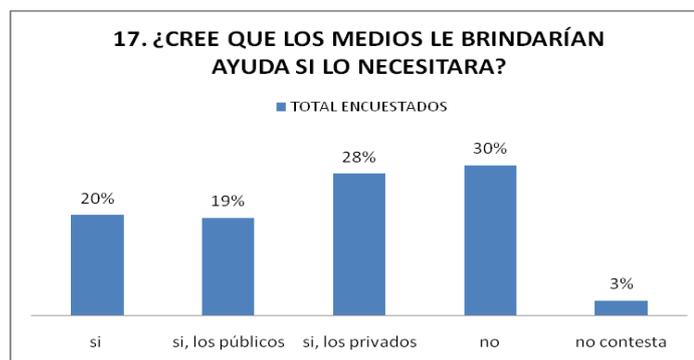


Ilustración 39 PREGUNTA 17: ¿Cree que los medios le brindarían ayuda si lo necesitara?

El resultado es afirmativo, pero en ese sentido la gente confía mucho más en los medios privados que en los públicos. Es probable que se deba a que los privados tienen más rating que los públicos/incautados y aunque su credibilidad haya disminuido no quiere decir que se haya perdido.

Otra probabilidad es que si la gente se queja de los servicios públicos a los que tiene derecho a acceder, es probable que acudan a los privados porque los conciben como más críticos a las funciones públicas. Esto no quiere decir que los públicos no sean críticos, ese tema no está en entre dicho en la investigación para ninguno de los dos tipos de medios.

Los medios públicos dicen ser espacios para la ciudadanía, por su poca acogida es posible que aún no posicionen del todo su propuesta en el pensamiento de los encuestados.

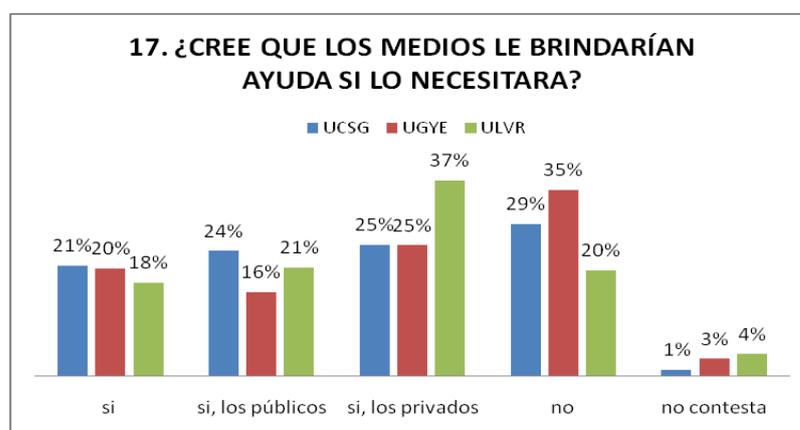


Ilustración 40 PREGUNTA 17: ¿Cree que los medios le brindarían ayuda si lo necesitara?

Segmentados los resultados por universidades, se destaca que los estudiantes de la ULVR son los que más confían en ser ayudado por los medios si lo necesitaran (sí 18%, sí públicos 21%, sí privados 37%, en total 76%). Los que muestran menos crédulos en ese aspecto son los de la U. de Guayaquil. Sus respuestas afirmativas tienen el porcentaje más bajo (sí 20%, sí públicos 16%, sí privados 25%, en total 61%).

Pregunta 18. Del gobierno de A. Bucaram, ¿qué recuerda más?

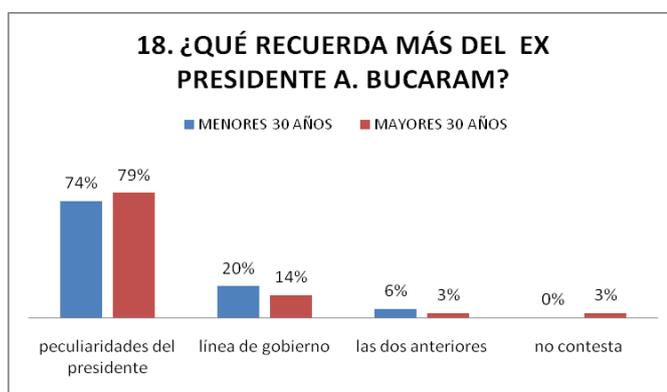


Ilustración 41 PREGUNTA 18: ¿Qué recuerda más del ex presidente A. Bucaram?

Cuando decimos las peculiaridades del Presidente Abdalá Bucaram se refiere a los detalles que se transmitían de él: lo que comía, si bailaba, sus formas de expresarse, etc que en su momento tuvieron espacio en la televisión y construyeron la imagen del ex Presidente. Es necesario recordar que el Congreso de 1997 lo declaró incapaz mental para gobernar la nación sin un examen médico previo. Hasta nuestros días es conocido como “el loco que ama”.

La respuesta de los encuestados afirma que lo que más recuerda son esos aspectos del ex presidente. En los dos grupos de edad tienen esa misma tendencia, muy alta por cierto. Esto se debe a que los mayores de 30 años fueron testigos de cómo se proyectó al ex Presidente, mientras que a los menores de 30 años esos aspectos están presentes porque esa información es transmitida en forma oral de generación en generación.

Pregunta 19. Después de la crisis bancaria en 1999, ¿cómo percibió a los medios de comunicación?

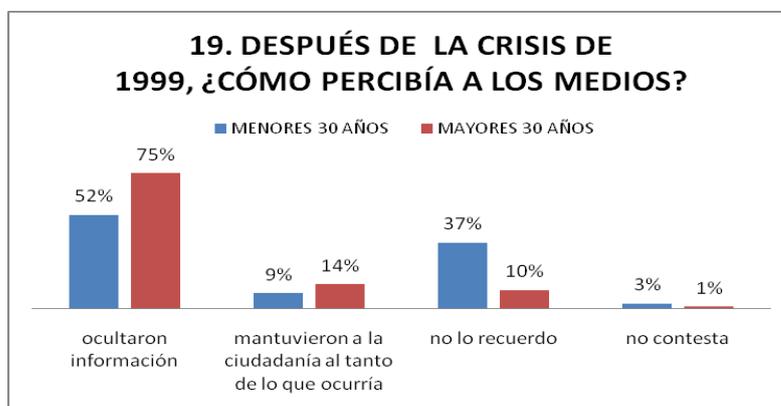


Ilustración 42 PREGUNTA 19: Después de la crisis de 1999, ¿cómo percibía a los medios?

Los universitarios responden que los medios de comunicación ocultaron información sobre la crisis. Con esta respuesta, lo que queda claro es que en el pensamiento de las personas lo que menos creen es que se tuvo informada a la ciudadanía. Sin embargo, si analizamos el alto porcentaje de la respuesta de los menores de 30 años en la tendencia, es probable a que se deba más que a la vivencia, al recuento constante de lo ocurrido en aquel entonces. En esos años este grupo de encuestados tendrían entre 1 y 16 años, por lo que no solo a la información oral se debería su respuesta, sino a que vivieron alguna consecuencia directa, ha sido parte del estudio básico de los presidentes, y el constante recuento que hace el discurso del actual presidente.

Hay un porcentaje alto de quienes no lo recuerdan y obviamente son los menores de 30 años.

Pregunta 20. Del gobierno de L. Gutiérrez, ¿qué recuerda más?

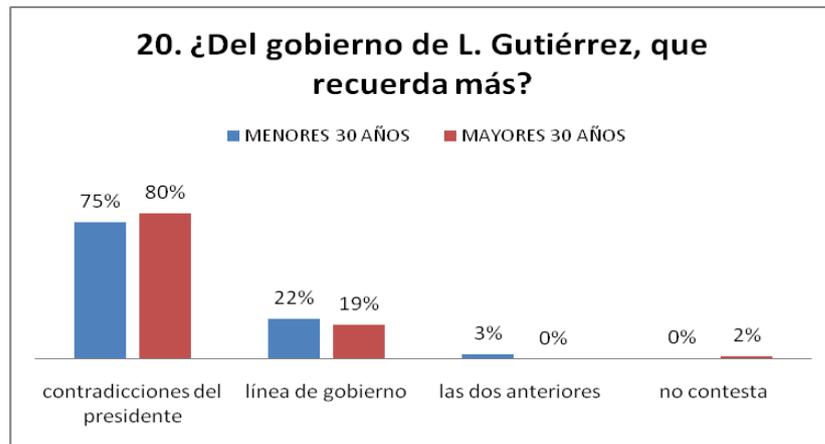
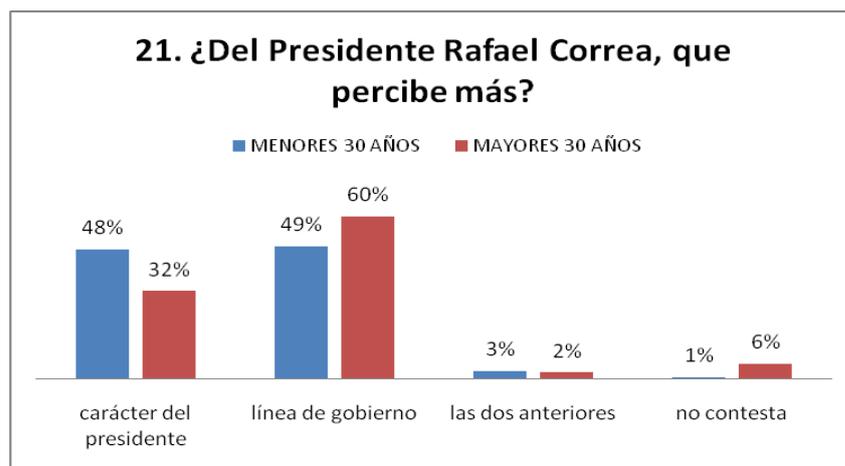


Ilustración 43 PREGUNTA 20: ¿Qué recuerda del gobierno de Lucio Gutierrez?

Durante el gobierno de Lucio Gutierrez los medios de comunicación constuyeron la imagen de un mandatario que se contradecía en sus declaraciones.

De las encuestas resultó que la gente más que su forma de gobernar, lo que recuerda es el detalle de las contradicciones del ex Presidente. Como era de esperarse los mayores de 30 años tienen el porcentaje más alto. En el año 2003, los menores de 30 años tendrían entre 6 y 19años.

Pregunta 21. Del Presidente Rafael Correa, ¿qué percibe más?



Cuando se generaliza “el carácter del Presidente”, se refiere a la personalidad de él, la forma de actuar antes las situaciones y circunstancias

que se presenten como gobernante del Ecuador. Para unos es correcto, para otros no, y de las dos percepciones hay diversas interpretaciones.

Los resultados de esta pregunta indican que los universitarios lo que más perciben del Presidente actual es su línea de gobierno. En el caso de los menores de 30 años, la diferencia es mínima, por lo que la lectura tiende a percibir las dos opciones en este grupo.

En el caso del Presidente Rafael Correa, el panorama es distinto a los gobernantes anteriores. Una de las principales razones puede ser porque es el gobierno de turno y los recuerdos son del momento. Otra de las razones serían porque en este gobierno existen medios que cuentan otra versión de los hechos (la probabilidad no indica si tienen o no razón). Los conflictos entre medios privados y el gobierno actual es muy evidente y las personas han tomado partido. Son muy evidentes quienes están a favor y quienes en contra.

El Presidente ha dicho en repetidas ocasiones que la lucha es en contra de la información errónea o tergiversada de varios medios privados. Con esta respuesta de la encuesta podemos afirmar que de ser cierta esa intención de los medios privados, al menos por ahora, está siendo rebatida con su discurso.

Pregunta 22. Escriba un calificativo a los medios de comunicación

Cuando la gente le dio un calificativo (adjetivo) a los dos tipos de medios resultó que un tercio de encuestados prefirió no calificarlos. Y más calificativos positivos recibió los medios públicos e incautados, que los medios privados como se observa en la gráfica.

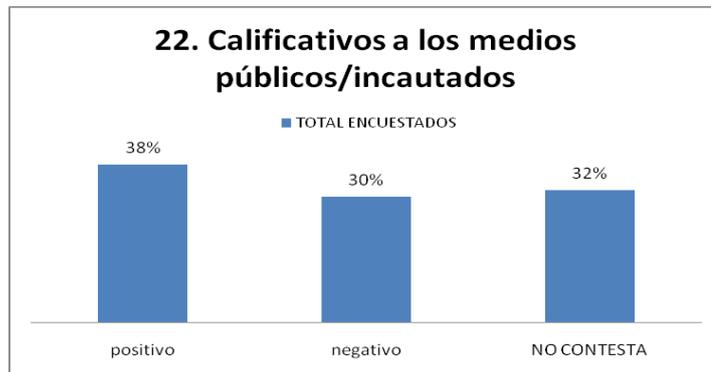


Ilustración 44 Calificativos a los medios públicos e incautados.

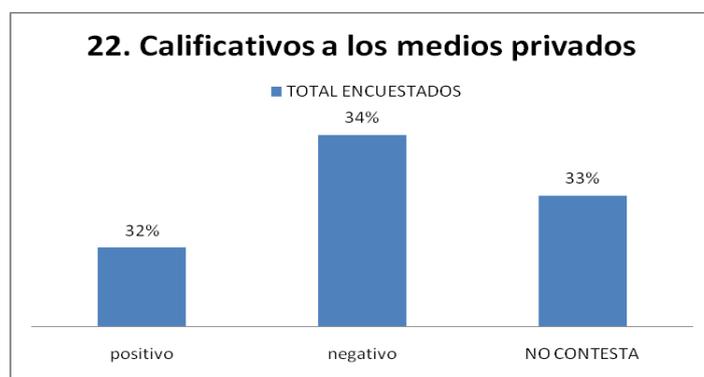


Ilustración 45 Calificativos a los medios privados.

A continuación se muestran no solo los adjetivos sino también expresiones que los encuestados le dieron a cada tipo de medio de comunicación.

MEDIO PÚBLICOS E INCAUTADOS:

POSITIVOS:

Informativos, buenos, honestos, investigadores, reales, veraces, regulares, transparentes, honestos, mejores, solidarios, globales, interesantes, verídicos, rescatables, para el pueblo, imparciales, objetivos, cercanos a la verdad, excelentes, centrados, educativos, libres, correctos, democráticos, comunicativos, normales, válidos, sinceros, realistas, confiables, sin tabúes, muy buenos, diferentes, abiertos, razonables, precisos, aceptables, deliberantes, coherentes, presentan de todo, con iniciativa, cambio, credibilidad, apertura, servicio, socializadores, para la comunidad, serios.

NEGATIVOS:

Ordenados, gobiernistas, parcializados, interesados, no creíbles, manipulados, cómplices, malos, obedecen a Correa, mentirosos, exagerados, corruptos, extremistas, parciales, no comunican todo, sesgados, ávaros, tediosos, mandados, distorcionan la verdad, desinformadores, desinformados, sectorizados, comprados, “no, me meten preso”, falsos, esconden, monigotes, totalmente manejados, deficientes, sometidos, politizados, amarillistas, sicarios de tinta, hablan lo que les conviene o les ponen, no les creo, ovejas, deshonestos, ocultan, Rafael Correa, condicionados, obedientes, verdades a medias, negativos, vagos, sumergidos, temerosos, en pañales, crean dudas, oficialistas, indecisos del gobierno, apoyan al régimen, ordinarios, oprimidos, correístas, puercos, mediocres, mentirosos, información parcial, falsos, maquillados, aburridos, reservados, inestabilidad, ridículos, irregulares, pésimos, porquería, poderosos, prensa corrupta, lentos, mentira, conveniencia, ligados a conveniencias del gobierno, burócratas, bestias salvajes, títeres, perros, ineptos, no presentan la verdad, negociado, les falta, intereses particulares, amansa al público, nefastos y convenientes, línea de gobierno, inseguros.

MEDIO PRIVADOS:

POSITIVOS:

Libres, regulares, víctimas, creíbles, imparciales, normales, excelentes, veraces, buenos, hablan y no esconden, no tienen miedo a Correa, honestos, amplios, conservadores, término medio, muy regulares, algo objetivos, directos, asustados, perseguidos, buenos, en evolución, cohibidos, frontales, rebeldes, informativos, neutrales, justos, serios, diversos, acciones, atractivos, sobresalientes, correctos, interesantes, aceptables, positivos, deliverantes, medidos, más o menos aceptables, más o menos creíbles, creíbles, con actitud, reales, generalmente muestran anomalías del gobierno, dicen la verdad oportuna, rápidos, idóneos.

NEGATIVOS:

Dan mala interpretación, cómplices, temerarios, interesados, parcializados, corruptos, manipuladores, malos, corruptos, ocultan información, manipulados, a la defensiva, egoistas, “no, me meten preso”, mediocres, limitados en información censurados, deshonestos, deficientes, burocráticos, pésimos, ricos, atraza pueblos, mentirosos, muy malos, represivos, para ciertas personas lo que les conviene, vendidos, poco creíbles, malos, desinformadores, subjetivos, hablan según su línea, sesgados, encubren, escandalizan todo, sin libertad, publicitarios, sensacionalistas, obligados a informar parcialmente, venden todo, desleales, pícaros, desinformadores que velan para si mismos, amarillistas, tienen mucha imaginación, defienden sus intereses, contrarios, radicalistas, en contra del gobierno, oportunistas, mercantilistas, porquería, burla, son de información y lucro, con secretos, conveniencias personales, políticos, aburridos, dramaticos, dudosos, reductivos, privatización de la comunicación, poco confiables, oligarquía, pelucones, parciales a veces, oposición, censura, absurdo, poco regular, no muy buenos, reprimidos, puercos, incoherentes, lobos, amansan al público, maquillaje, dinero, informan pero prevalece sus intereses, intereses políticos, negocio, tendenciosos, dicen lo que les conviene.

De estas expresiones y adjetivos dados a los medios de comunicación se rescata que las personas están influenciadas para calificar a los medios de comunicación por el discurso del Presidente Rafael Correa y el de los propios medios, ya que entre los calificativos utilizados están las palabras y argumentos que repiten tanto el Presidente como los medios.

Pregunta 23. ¿Son razonables los conflictos que existen entre medios de comunicación y el gobierno de Rafael Correa?



Ilustración 46 PREGUNTA 23: ¿Son razonables los conflictos que existen entre medios privados y gobierno actual?



Ilustración 47 PREGUNTA 23: ¿Son razonables los conflictos que existen entre medios privados y gobierno actual?

La mayoría de los encuestados cree que es razonable este conflicto, pero son los estudiantes mayores de 30 años quienes tienen la tendencia más marcada. La respuesta de los estudiantes mayores de 30 años tiene congruencia con otras preguntas del cuestionario y se insiste que el motivo es porque el “prohibido olvidar” dicho por el Presidente sí ha surgido efecto en ellos.

23. Si estoy de acuerdo con el conflicto

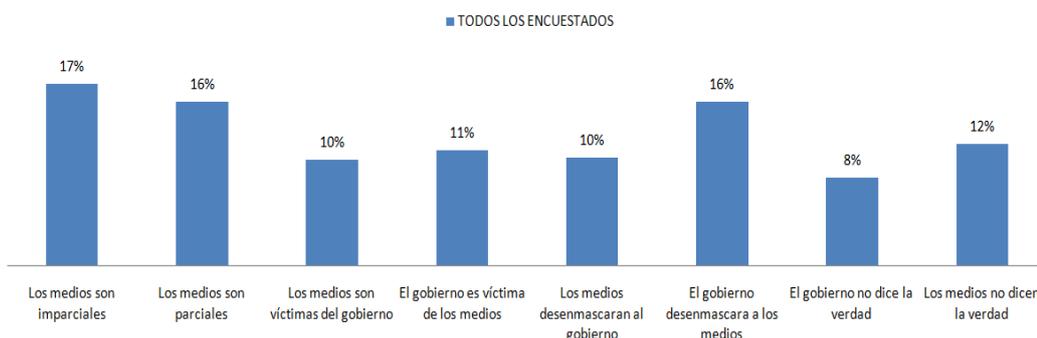


Ilustración 48 PREGUNTA 23: ¿Son razonables los conflictos que existen entre medios privados y gobierno actual?

Las razones por las que los encuestados creen que es razonable el conflicto entre medios privados vs. gobierno actual, en la mayoría tiende a defender al gobierno (los medios son parciales 16%, el gobierno es víctima de los medios 11%, el gobierno desenmascara a los medios 16%, los medios no dicen la verdad 12%, en total 55%).

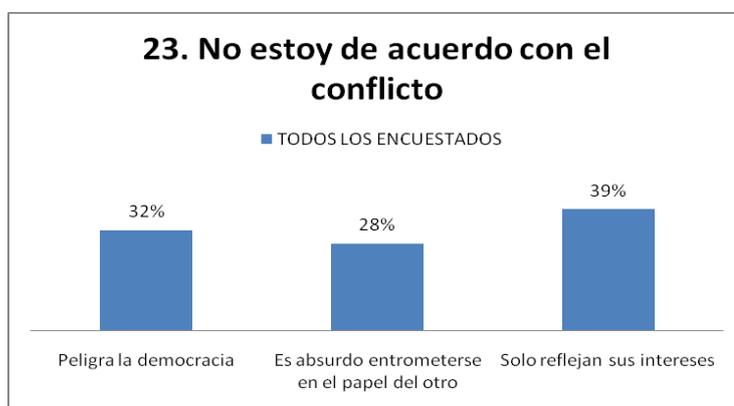


Ilustración 49 PREGUNTA 23: ¿Son razonables los conflictos que existen entre medios privados y gobierno actual?

Quienes no están de acuerdo con el conflicto entre medios y gobierno, en su mayoría, opinan que es porque los medios en general reflejan intereses particulares. Esto obedece a que los argumentos de defensa de medios y gobierno, no a todos convencen, por lo tanto no toman partido con nadie.



Ilustración 50 PREGUNTA 23: ¿Son razonables los conflictos que existen entre medios privados y gobierno actual?

Con estos resultados se sustenta la afirmación anterior. Los discursos no convencen a todos, los confunden ya sean por argumentos válidos o faltos de veracidad. Pero este grupo es la minoría de encuestados.

4.1 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

El Presidente Rafael Correa con su discurso político ha influido en el imaginario sobre los medios de comunicación privados, gran parte, en contra de ellos, ya que las personas no se conforman con la versión de los hechos que presentan estos medios. Buscan otras formas de informarse, entre el Enlace ciudadano, entrevistas al Presidente o discursos que él ha dado. Aunque en una gran mayoría la gente tiene una mejor imagen (no excelente) con respecto a los medios de comunicación públicos no los consumen, en todo caso son más aceptados los medios incautados, pero no son los preferidos. Cuando la gente observa el conflicto entre el Presidente y los medios privados, la razón es otorgada al mandatario.

Valorando las respuestas de los estudiantes, ellos afirman que: sobre la misión de informar en los medios privados prevalecen sus intereses, que existen acciones de los medios que desconocían y que fue el Presidente quien les informó sobre estos hechos ocultos a su conocimiento, sobre la crisis que atravesó el país desde el gobierno de Abdalá Bucaram, lo que recuerdan de ellos es la imagen que los medios proyectaron. Esta situación

no ha sido posible con el actual Presidente, porque aunque si tienen presente su personalidad, es más fuerte su línea de gobierno, sus actividades.

La credibilidad de los medios de comunicación privados, al menos en los más preferidos por los estudiantes si se ha reducido, no solo porque disminuye los porcentajes de preferencia, sino porque cuando empieza el gobierno de Rafael Correa, hay un cambio de actitud en el grupo estudiado: de creer poco en la prensa privada (la predominante), aumenta la credibilidad pero en los medios públicos. En la prensa privada se posicionó en la memoria de los estudiantes la frase del Presidente "prensa corrupta". Sin embargo la credibilidad a los medios públicos se posiciona por el discurso del Presidente, por lo que él dice de ellos, más no por la audiencia y lectores que tengan.

Por lo tanto, se comprueba la hipótesis que indica que la influencia del discurso del Presidente Rafael Correa es muy alta capaz de interferir en el imaginario sobre los medios de comunicación ecuatorianos, en forma negativa para los privados y positivamente para los públicos.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

NIVEL DE CREDIBILIDAD DEL PRESIDENTE

El nivel de credibilidad del Presidente, según el resultado de la investigación, está presente cuando los encuestados afirman oír su versión y forman la idea de que los medios públicos podrían ser buenos (aunque no los consuman) y creen al mandatario en que varios medios privados cometen acciones negativas del pasado y del presente. También muestran credibilidad al Presidente Correa cuando dicen estar de acuerdo con el conflicto mediático - gobierno con argumentos que favorecen al mandatario y en contra de los medios.

IMAGINARIO

Los universitarios creen en el discurso del Presidente de la República Rafael Correa, en lo que él les informa y en los recuentos que hace de nuestra historia y en sus recomendaciones mayormente. Los encuestados no han dejado de consumir medios privados, aún siguen siendo sus preferidos, probablemente por su programación y por qué no, por escuchar, comparar y sacar sus propias conclusiones de los que dice el gobierno y los medios. En todo caso, a pesar de que piensan que son corruptos, los siguen consumiendo.

La gran credibilidad e influencia del Presidente no logra que se consuma más medios públicos, la gente sabe de su existencia, de lo buenos que podrían ser (según las recomendaciones del mandatario), pero no se sienten lo suficientemente atraídos como para cambiar su medio privado por algún público, es decir, creen que podrían ser buenos pero no los consumen.

INFLUENCIA DEL PRESIDENTE

Los encuestados muestran la influencia del Presidente en los imaginarios cuando creen la mayor parte de la información de los medios de comunicación públicos sin que ellos sean sus medios preferidos, más bien es el Presidente quien habla bien de ellos y los presenta como otra opción

positiva para que la gente pueda informarse de los acontecimientos de su entorno, además anteriormente los universitarios afirmaron que antes creían poco en los medios privados (los que estaban predominantemente a su alcance); relacionan “prensa corrupta” (muy repetida por el Presidente) con los medios privados que están en el conflicto mediático – gobierno; creen en que la misión de informar de los medios de comunicación públicos están por encima de sus intereses propios; creen las afirmaciones del mandatario que existe acciones negativas que ignoraban y que el Presidente Correa les informó; recuerdan que su imaginario de los ex Presidentes Abdalá Bucaram y Lucio Gutiérrez fue construido por los medios de comunicación; otorgan un porcentaje mayor de calificativos negativos a los medios privados que sobrepasa los negativos de los medios públicos; están de acuerdo con el conflicto entre medios y gobierno y muestran favoritismo hacia el gobierno.

VALORACIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La valoración a los medios de comunicación según la opinión de los sujetos estudiados es variada, los encuestados otorgan un mayor porcentaje de adjetivos y expresiones negativas a los medios privados y un porcentaje mayor de adjetivos y expresiones positivas a los públicos. En forma general se califica a los medios en forma negativa como corruptos, manipulados y manipuladores. En forma positiva como informadores, correctos y verídicos. A los medios públicos se los acusa de ser “mandados por Correa” o los defienden argumentando que son del pueblo y para el pueblo. A los medios privados se los acusa de ser “vendidos” de los poderes o los defienden victimizándolos del régimen actual o como valientes que se enfrentan a Rafael Correa. También los universitarios tienen claro es que si necesitarían ayuda mediática, son los privados a quienes acudirían.

5. BIBLIOGRAFÍA

Agudelo, P. (2011). Des-hilvanar el sentido/los juegos de Penélope. Una revisión del concepto de imaginario y sus implicaciones sociales. *Uni-Pluri/Versidad*, 11 (3) versión digital.

Agudelo, W. (2008). La educación en medios de comunicación. Noticieros de tv e imaginarios en la frontera colombo-venezolana. *Tesis doctoral en Red*.

Arteaga, C. (2011) Fronteras: discursos mediáticos de la violencia en el mes de mayo de 2010. *Instituto de Investigaciones Gino Germani VI Jornadas de Jóvenes Investigador*.

Ayala, A. (2009). *El Gobierno y los medios: Rafael Correa vs. Guadalupe Mantilla?*. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina-CIESPAL

Ayala, R. (2011). Correa y el Referéndum ecuatoriano: la historia continua. *Revista Andina de Estudios Políticos*, 1(3).

Ayala, R. (2011). Entre el respeto y la libertad: la prensa y su relación compleja con el gobierno ecuatoriano. *Revista Andina de Estudios Políticos*, 1(8).

Baird, R. (2012). Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012. (Quito: UTPL).

Burneo, M. IMAGEN Y VERDAD: El Conflicto de Angostura. (Quito: FlacsoAndes)

Castillo, Daniela. (2008). *Análisis semiótico del spot "Patria Tierra Sagrada" como instrumento propagandístico del gobierno del economista Rafael Correa Delgado* (Quito: Universidad Internacional SEK).

Castro, G. (2007). Jóvenes: la identidad social y la construcción de la memoria. *Ultima década*, 15(26), 11-29.

Cegarra, J. (2012). Fundamentos Teórico Epistemológicos de los Imaginarios Sociales. *Cinta de moebio*, (43), 01-13.

CEDATOS, Estudios de Opinión enero 2007- Diciembre 2013, Muestra nacional en 15 ciudades urbanas y rurales del Ecuador Elaboración: CEDATOS, Enero 2014

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008 - TITULO IX – DISPOSICIONES TRANSITORIAS – PRIMERA

Chamaidán, V., Velasteguí, M., & Zumba, L. (2013). *Análisis de las interrelaciones entre el enlace ciudadano del Presidente Rafael Correa y las agendas informativas de tres diarios*. (Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil).

De Moraes, D. (2007). Hegemonía cultural y comunicación en el imaginario social contemporáneo. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, (35), 3.

El Ciudadano, "Sobre el segmento de La libertad de Expresión ya es de todos", 1 de Agosto de 2009

El Ciudadano, "Gobierno demuestra con pruebas que en Ecuador hay libertad de expresión" 19 Marzo 2013

El Comercio, "La Supertel espera dejar sin señal a 13 medios más" 15 junio 2012

El Comercio, "Oficialismo aprobó este viernes la ley de comunicación 14 Junio 2013

El Diario, "SRI aclara pago de IVA al papel, 22 Abril 2010

El Telégrafo "La diversidad mediática estaba solo en 8 familias", 3 Mayo 2012

El Telégrafo, "Un "desplante" a los medios públicos que nos dignifica", Orlando Pérez 14 Febrero 2013

El Telégrafo, "Oscar Arnulfo Romero, arzobispo y mártir", Ilitch Verduga Vélez, 25 Octubre 2013

El Universo, "Réquiem por el segmento" 24 de octubre, 2010

González, X. (2009). *La dimensión estética del poder mediático*. Universidad de Zulia.

Hoy, "Se elimina un segmento sobre libertad de expresión en informe semanal" 16 Octubre 2010

Journalism in the America, "Ecuador es de los países más restrictivos para la prensa en América Latina, dice CPJ", Tania Lara, 2 Septiembre 2011

Kapuscinski, R., & Nadotti, M. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.

La Hora, "Prensa ecuatoriana considera un ataque el impuesto a importación de papel, 27 de Agosto de 2009

La Hora, "Rafael Correa retoma el segmento contra la prensa", 19 de Diciembre de 2010

Lindón, A. (2007). Diálogo con Néstor García Canclini; ¿Qué son los imaginarios y cómo actúan en la ciudad?. *Eure*, 33(99), 89-99.

Los Tiempos, "Se acabó la libertad de expresión en Ecuador" 4 Febrero 2014

Mendizábal, R. (2012). Calidad informativa: credibilidad de medios y periodistas en el Ecuador. *Revista ComHumanitas*, 3(1), 53-69.

Morán, D. & Aguirre, M. & Huamani, F. (2008:12-13) Lima a través de la prensa. Lima, Perú. Colección historia de la prensa peruana Primera edición.

Ordóñez, P. (2010). El Presidente Rafael Correa y su política de redención. *Ecuador Debate*, 80, 77-94.

Ortiz, S. (2011). 30-S: La vulnerabilidad del liderazgo de la Revolución Ciudadana y de la Institucionalidad en Ecuador. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales Quito-Ecuador*, 15(1), 25-34.

Punín, M. (2011). Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios. *Razón y palabra*, (75).

Resolución INCOP no. 037-09 NORMAS RELACIONADAS CON LA CALIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y CON LA PROHIBICIÓN DE CEDER LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DE CONTRATOS REGIDOS POR LA LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA, 27 mayo 2009. Artículo 1.

Rivadeneira, K.(2013). Monitoreo de editoriales y artículos de opinión y la imagen que proyectan del Presidente Rafael Correa. Estudio de caso: diario el comercio abril 2009". (Universidad Politécnica Salesiana Ecuador)

Rivera, D., Punín, M. & Calva, D. (2013). Agenda setting in Ecuadorian media. Daily: El Universo, El Mercurio, El Comercio y El Telégrafo. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Rosero, S. (2012). Las representaciones religiosas en el populismo: Velasco Ibarra, Abdalá Bucarám, Rafael Correa. (Quito: FlacsoAndes).

SALGADO, Alejandro. (2007) "La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas". *Comunicación y Sociedad*. XX(1) p. 145-180.

Tejada, E. & Gordón, P. (2012). Análisis de la comunicación pública del gobierno del gobierno del Econ. Rafael Correa Delgado. Estudio de caso: Canal Teleamazonas y Diario el Comercio. (Universidad Politécnica Salesiana Ecuador)

Urdaneta, M. (2011). La imagen de Venezuela en la prensa española. Una visión desde los diarios: El País, El Mundo, ABC y La Vanguardia. *Revista Mediterránea de Comunicación. Mediterranean Journal of Communication*, 2(1).

Van Dijk, T (2005). Política, ideología y discurso.2. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* 2(2) Venezuela.

Vásconez, I. (2011). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad. *Revista ComHumanitas*, 1(1), 173-182.

Waisbord, S. (2001). Por qué la democracia necesita del periodismo de investigación. *Razón y Palabra. Nro, 22*.

ANEXOS

ENCUESTA SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

EDAD:.....

UNIVERSIDAD:

1. ¿Cómo se entera usted de los sucesos y acontecimientos que ocurren en el Ecuador? Elija un solo ítem, el que usted prefiera y a lado escriba el nombre del medio de comunicación preferido.
 - Televisión
 - Prensa escrita
 - Radio
 - Página web
 - Red social
 - Enlace ciudadano
 - Rumores

2. Sobre las decisiones que toma el gobierno ecuatoriano, ¿escucha usted la versión del mandatario?
 - Sí
 - No

3. Antes del inicio del gobierno del Presidente Rafael Correa, ¿creía usted en la veracidad de la información que los medios comunicaban?
 - Absolutamente
 - Creía la mayor parte
 - Creía muy poco
 - No creía

4. Actualmente, ¿cree usted en la información que los medios comunican?

<input type="checkbox"/> Absolutamente	públicos <input type="checkbox"/>	privados <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Creía la mayor parte	públicos <input type="checkbox"/>	privados <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Creía muy poco	públicos <input type="checkbox"/>	privados <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> No creía	públicos <input type="checkbox"/>	privados <input type="checkbox"/>

5. ¿ Ha comparado alguna vez la información que entregan los medios públicos y privados
 - Si he comparado

22. Escriba un calificativo a los medios de comunicación

Públicos.....

Privados

23. ¿Son razonables los conflictos que existen entre medios de comunicación y el gobierno de Rafael Correa? Elija: SÍ, NO O NO SÉ. Luego elija el motivo.

- SI, es razonable el conflicto
¿Por qué?
- Los medios son imparciales.
- Los medios son parciales.
- Los medios son víctimas del gobierno.
- El gobierno es víctima de los medios.
- Los medios desenmascaran al gobierno.
- El gobierno desenmascara a los medios.
- El gobierno no dice la verdad.
- Los medios no dicen la verdad.

- NO es razonable el conflicto
¿Por qué?
- Peligra la democracia.
- Es absurdo entrometerse en el papel que cada uno tiene en la sociedad.
- Solo reflejan sus intereses y no la verdad de los hechos.

- NO SÉ si sea razonable el conflicto
¿Por qué?
- No sé a quién creer.
- No me interesa.
- Nunca me lo he preguntado.