

Revisión

La polarización mediática en Latinoamérica: Caso Ecuador (2007-2017)

Marco Guijarro

marcoxavierguijarro@gmail.com

Recibido: 30 de junio de 2020 | **Aceptado:** 12 de agosto de 2020

DOI: <https://doi.org/0.18272/pd.v4i1.1870>

Referencia de este artículo:

Guijarro, M. (2020). La Polarización Mediática en Latinoamérica: Caso Ecuador (2007-2017) *#PerDebate, volumen 4* (pp. 68-87). Quito: USFQ Press.



Marco Guijarro es graduado del Máster en Comunicación y Marketing Político de la Universidad Internacional de la Rioja, España. Es educador y consultor en Ciencias Sociales, colabora con la revista AULA. Docente en el Colegio Británico Internacional.

Resumen

En la actualidad, la población ecuatoriana convive bajo una polarización mediática —sin precedentes— que está marcada por la lucha de clases heredada desde la época colonial. Vivimos una nueva era tecnológica, de información digital y de decadencia de medios tradicionales, donde la proliferación de noticias falsas, analfabetismo mediático y el sesgo en la información son “pan de cada día” en la opinión pública. Este artículo desnuda la relación entre polarización mediática y grupos de presión, analizando la influencia de tendencias políticas contrapuestas en el periodo de 2007 a 2017. Para ello, se empleó una metodología de estudio cualitativa, basada en entrevistas con expertos en el campo y análisis de literatura y estadísticas del tema. Los resultados revelan una clara conexión entre la polarización mediática y la lucha por ejercer el poder y se resalta, además, la necesidad de una alfabetización mediática en Ecuador.

Palabras clave

polarización mediática, analfabetismo mediático, grupos de presión, neoliberalismo vs. progresismo, opinión pública

Media Polarization in Latin America: Case of Ecuador (2007-2017)

Abstract

Currently, the Ecuadorian population has lived under an unprecedented polarization of media, which, in effect, is characterized by a marked class struggle inherited since the Colonial period in the Americas. Thus, we live in a new digital era of information and a decay of traditional media where fake news, media illiteracy, and information bias are the “bread and butter” for public opinion. Consequently, this article undresses the relation between the polarization of media and the establishment analyzing the influence of opposing political tendencies in the decade from 2007 to 2017. Furthermore, a qualitative study methodology was applied based on field expert interviews and an analysis on literature and statistics on the theme. The results revealed a clear connection between the polarization of media and the race for power, moreover it highlights a necessity of media literacy in Ecuador.

Keywords

media polarization, media illiteracy, establishment, progressivism vs neoliberalism, public opinion

1. Introducción

En el lapso de una década entre los años 2007 al 2017, Ecuador vivió un periodo de transición política y económica que, en similitud con varios países de la región latinoamericana, se identificó por líderes y gobiernos de tendencia progresista. Tanto en la zona como específicamente en Ecuador, este tipo de gobierno se instauró luego de casi cuatro décadas del regreso a la democracia, período que había puesto fin a fallidas dictaduras militares. Dentro de estas cuatro décadas democráticas, primaron los gobiernos de tendencia de centro-derecha y derecha, en su esencia de corte neoliberal.

Paralelamente, los medios de comunicación estuvieron presentes, en este escenario, como eje fundamental de la opinión pública del Ecuador. Sin embargo, la historia del Ecuador evidencia que, en este periodo, fueron los medios de comunicación tradicionales, en su absoluta mayoría privados — también referidos como empresas de productos periodísticos (Mora, 2012) —, los que prevalecieron como generadores de información sesgada, promoción de contenidos engañosos y fomento de opinión parcializada de los gobiernos de turno, ante una mínima o nula participación de medios públicos.

No obstante, en la década del gobierno de Rafael Correa (2007-2017) se generó una notoria polarización mediática. Por un lado, estaban algunos medios privados que lideraron una agresiva agenda política de oposición al gobierno y sus medidas, y, por el otro, un gobierno que reinstauró y fortaleció a los medios públicos para dar cabida a su sistema propagandístico. Consecuentemente, este comportamiento y polarización de los sistemas mediáticos no se evidenció durante el denominado “regreso a la democracia” de 1979 a 2006, lo que denotó un evidente nexo entre los gobiernos de la época y el llamado “cuarto poder”, o medios de comunicación tradicionales, que tuvo protagonismo en televisión, prensa y radio.

Resulta necesario mencionar que esta polarización mediática es, así mismo, generada e impulsada por una polarización de sistemas de gobierno que afectan a los intereses financieros de grupos de poder o élites (Mora, 2012) y estos chocan con los líderes de proyectos políticos opuestos. De la misma manera, es la opinión ciudadana la protagonista en procesos electorales —y más en Ecuador, donde el voto es obligatorio desde 1965— y la que se ve afectada por esta polarización mediática, que influye en su sentir y más aún cuando se toma en cuenta el nivel de educación y cultura en torno a tomar una decisión sobre temas de índole política, social y económica.

En este contexto, el presente estudio pretende entender y analizar la influencia de los medios de comunicación en el campo político, enfocándose en el choque ideológico entre progresistas y neoliberales que ha predominado en la

historia política del Ecuador y su asociación con los medios públicos y privados respectivamente. En el caso de los medios privados, sus propietarios han sido, en primer lugar, parte de esa élite tradicional que ha ejercido su hegemonía económica y social sobre las masas y, en segunda instancia, han utilizado sus empresas de comunicación para influir y promover una rotunda oposición a tendencias progresistas en la ciudadanía. Como último punto, se plantea indagar el rol de las nuevas tendencias digitales emergentes como un nuevo sistema mediático para la comunicación política.

Siguiendo esta línea, se continúa con una revisión de literatura donde se manifiestan los antecedentes de la opinión pública y temas derivados, competentes a la temática de estudio, se exponen las obras de los autores más destacados y se da énfasis a varias perspectivas del tema. Adicionalmente, se estudian las bases conceptuales de la comunicación política, mediante el comparativo de los sistemas mediáticos en Ecuador, como una importante herramienta dentro del contexto de la comunicación y el marketing político.

A continuación, se presenta una breve revisión a la historia política del Ecuador, los periodos y figuras presidenciales claves para el desarrollo económico y social, exponiendo y analizando su duración en el poder, tendencias políticas y su relación o desapego con las elites oligárquicas tradicionales de la época.

En tal sentido, se procede a exponer la metodología utilizada para extraer y analizar datos y puntos de vista durante la investigación para, finalmente, pasar a dar cuenta de los descubrimientos y conclusiones que permitan comprender la polarización mediática, de este caso de estudio, y los efectos que dejó en esta nueva etapa, de medios digitales, en la que nos encontramos en el país.

Tomando en cuenta que la objetividad implica el establecimiento de diversos criterios, se aplicó inicialmente una metodología que permita medir y comparar la recopilación de datos de los sistemas mediáticos en Ecuador, durante el periodo de estudio, de 2007 a 2017. Esta fue planteada para ser sometida a un análisis comparativo y crítico que revele, primeramente, evidencias de una predominante circulación y presencia de medios de comunicación privados sobre los medios de comunicación públicos y, en segundo lugar, que identifique la relación de propietarios de tales medios privados y su asociación con la tendencia política neoliberal y, de igual manera, al gobierno del periodo de estudio y su asociación con el plan de gobierno de tendencia progresista. A su vez, se han recopilado datos e indicadores que delatan la polarización mediática del periodo y se ha enfatizado dos tipos de sesgo en la información: por un lado, el de oposición por parte de los medios privados y, por otro, la exposición propagandística gubernamental en los medios públicos.

Finalmente, se realiza un análisis comparativo de los relatos y perspectivas obtenidas en torno a la hipótesis del trabajo, por parte de expertos catedráticos en el ámbito de la comunicación política y periodismo en Ecuador, en función de dar fundamento a las conclusiones y futuras líneas de investigación.

2. El analfabetismo mediático y la opinión pública

¿Vivimos en la época de la democratización de la comunicación? Pues los hechos evidencian que los medios tradicionales están entrando en una etapa inicial de extinción y los medios digitales cada vez van ganando más espacio, en el espectro de la opinión pública local, según un estudio del portal alemán internacional Deutsche Welle (Gehrke, Lizarazo, Noboa, Olmos y Pieper, 2016) y datos de la ARCOTEL (Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, 2018). Por otro lado, varios estudios han apuntado a los medios digitales como los protagonistas de la difusión noticias falsas o engañosas, más conocidas en un ámbito mundial como *fake news*. Sin embargo, surge la incógnita: ¿existían noticias falsas antes de la aparición de los medios digitales? Hay registros oficiales y evidencias contundentes que revelan que la difusión de noticias falsas en Ecuador data desde los tiempos del todopoderoso “cuarto poder”. A esto se suma el fenómeno del analfabetismo mediático que, junto con la construcción de la opinión pública y el auge de los medios digitales, sin duda, apuntan a un cambio en la sociedad ecuatoriana.



Los medios digitales ahora son parte fundamental de la opinión pública. Aharoniam (2017).

La alfabetización mediática es un tema que poco se ha estudiado y debatido en Ecuador. Así mismo, poca relación se hace entre el tema y el ámbito de la educación ya que, debido al desarrollo tecnológico, ambos se encuentran ampliamente ligados. Es decir, hoy en día, las consultas que antiguamente se hacían en libros tras largas horas en bibliotecas o centros de estudio, se trasladaron a consultas e investigaciones en periódicos, noticieros, documentales periodísticos y en la actualidad, concretamente, han pasado a portales de Internet a los cuales se accede mediante dispositivos electrónicos que han facilitado el acceso a la información. Aunque a veces se la ignora, esta conexión entre lo educativo y lo mediático ha sido captada no solo por la sociedad ecuatoriana, sino mundial (Walsh, 2019).

La Unesco (2020) define a la alfabetización como: “la adquisición y el perfeccionamiento de las competencias de lectoescritura [...] que empodera a los pueblos y les permite participar plenamente en la sociedad” (párr. 1). No obstante, nos encontramos en una época donde los medios de comunicación se han convertido en fuentes de investigación que, en muchas ocasiones, carecen de veracidad y emiten datos u opiniones sesgadas y parcializadas que resultan engañosas para sus lectores. Por este motivo, resalta el fenómeno del analfabetismo mediático como pieza clave de esta polarización mediática que vive Ecuador. De hecho, el país no solo enfrenta el tema en el ámbito de la educación, sino también con los grupos de presión que están involucrados en este alarmante fenómeno.

Por consiguiente, aparece la opinión pública como contexto del intercambio de información. Varias teorías que estudian y definen a la opinión pública, de manera escéptica, afirman que esta se forma por aparente o real falta de información e inconsistencia en los razonamientos de masas de ciudadanos (Aira, 2016, pp. 56-57). Es decir, esta opinión, formada en las masas, tiene tendencia a ser modificada por un intermedio entre conocimiento e ignorancia, de donde podemos identificar supuestas verdades, axiomas, hipótesis, conjeturas, suposiciones, entre otras. De hecho, los medios de comunicación tradicionales, antes del apareamiento de los nuevos medios, también ejercieron y ejercen influencia en el público, mediante la difusión de información y opiniones.

No cabe duda de que los medios tradicionales, ya sean escritos o audiovisuales, tienen un poder en la opinión pública, la cual ejerce un rol determinante en los destinos de una sociedad. A pesar de que, en la actualidad, hay un surgimiento de plataformas de comunicación 2.0, en Ecuador estas aún no desplazan el gran poderío de los medios tradicionales, en especial, la televisión, que histórica y tradicionalmente fue impulsada por la inversión privada (Gehrke et al., 2016, pp. 11-12). Es por lo que, en las regiones conformadas por países en vías de desarrollo, los medios tradicionales continúan siendo la institución que

da forma a la opinión de una sociedad. Con respecto a ello, estudios indican que los medios privados son empresas que operan en el mercado de consumo masivo de productos periodísticos y forman opinión a través de editoriales, informativos y entretenimiento. En estos productos, se disemina la información y esta puede ser portadora de opiniones de sus propietarios, de sus redactores, o de terceros (Mora, 2012, pp. 337-338). Así es como los propietarios tienen una directa influencia en los productos periodísticos que venden, es decir que los pueden moldear para persuadir a sus públicos sobre asuntos de entretenimiento y acontecimientos actuales, como también de política y economía. Como consecuencia, dentro de los productos periodísticos mencionados, cabe hacer hincapié en los de editorial e información ya que, como vemos, existe una clara posibilidad de sesgar tales productos en temas fundamentales para una sociedad como política y economía, girando en torno a intereses particulares de los propietarios.

Después de que en Ecuador se haya concretado el proceso de digitalización de la televisión, y con la llegada y la consolidación de las redes sociales, los datos, según el Ministerio de Telecomunicaciones, registraron que la penetración del Internet en el país se multiplicó por nueve: del 6,14 % en 2006 al 55 % en el año 2013 (Gehrke et al., 2016, pp. 6-7).

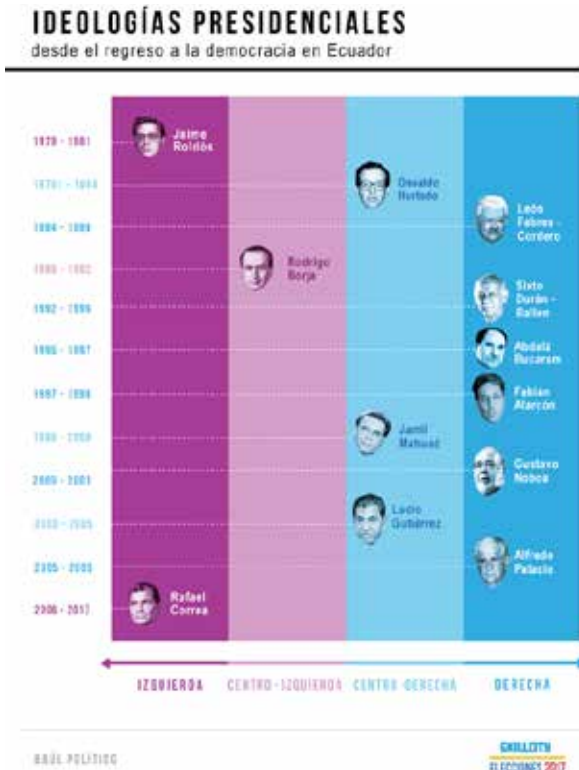
3. Legado histórico y tendencias políticas del Ecuador

Un aspecto fundamental, en este estudio, es abordar, de una manera breve, la historia política del Ecuador para poder contrastar y evaluar el desempeño de los principales periodos presidenciales y su relación con los medios de comunicación en la sociedad ecuatoriana. Ante todo, Ecuador, como la gran mayoría de países latinoamericanos, carece de una identidad nacional consolidada y más bien se caracteriza por una marcada brecha entre élites y una dividida clase media, acompañada de las llamadas clases marginales. Cada vez más, es evidente la relación de “izquierda-público-injerencia estatal” y “derecha-privados-libre mercado”, enmarcada en una rivalidad que también abarca el espectro mediático. Como consecuencia, esta ha contribuido a la polarización mediática, al estancamiento político y económico, sostenido por un legado histórico de élites oligárquicas y una reciente ola de gobiernos progresistas, que promueven y consolidan su hegemonía en la región mediante la utilización, inversión y empleo del poderío mediático.

Por desgracia, Ecuador optó en escasas ocasiones por un plan nacional de desarrollo integral que incluya el fomento de industrias manufactureras, un sistema educativo público óptimo, o una cultura de tributación que promueva una justa redistribución de la riqueza. Su historial republicano ha sido marcado por un legado aborígen y colonial encausado en esclavismo, desigualdad y

sometimiento. Desde el desenlace del sueño de Simón Bolívar, con el proyecto de la Gran Colombia en 1829 —que suponía la instauración de una especie de “Estados Unidos del Sur” pero que se esfumó en apenas ocho años (Beck, Black, Krieger, Naylor y Shabanka, 2009, pp. 816-818)—, se atravesó por la época republicana inicial, que trajo a Gabriel García Moreno en 1859 y Eloy Alfaro en 1895 como los máximos exponentes del escaso progreso del país, hasta el estallido de las dictaduras militares de los inicios de los setenta en el auge de la Guerra Fría (Ayala Mora, 2008, pp. 23-43).

Sin embargo, desde el regreso a la democracia en 1979, Ecuador ha tenido una hegemonía de mandatos presidenciales de tendencia neoliberal-derecha, más que de progresista-izquierda. En contraste, solo se encuentra a Jaime Roldós, —quien aparece con apenas un año de mandato debido a su misterioso y controversial fallecimiento— y, por otro lado, a Rafael Correa que, en comparación con los mandatos de derecha, es quien democráticamente se mantuvo en poder en un periodo récord de diez años.



La **derecha** en Ecuador ha mantenido mayor presencia histórica. (De la Cruz, 2016).

En los últimos 15 años, Latinoamérica ha pasado por una llamativa etapa de transición política, social, y económica marcada por la rivalidad de las mencionadas tendencias políticas. Las denominadas “nuevas izquierdas” lograron su fin político a través de la institucionalidad democrática y sus gobiernos fueron merecedores de las mejores evaluaciones a nivel regional (Santana, 2009), a pesar de las múltiples acusaciones de casos de corrupción en torno a la constructora Odebrecht que hasta la fecha sigue en investigación (BBC Mundo, 2017). No obstante, resulta importante examinar el contexto de la rivalidad de tendencias políticas y el papel de los medios de comunicación que, en la región, y particularmente en Ecuador, han mantenido el mismo estatus: la región con la peor redistribución de la riqueza del mundo según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (como se citó en Bárcena, 2016). Por otro lado, un estudio de Paul Bonilla Soria, de 2013, reveló que la política es la temática de producción periodística con más presencia mediática. El análisis de estas tendencias políticas es relevante, ya que, en definitiva, el origen de la polarización mediática es evidentemente política.

Tabla 1. La política es la temática de producción periodística más relevante en Ecuador

Política	14 %
Comuna	13 %
Cultura	13 %
Deporte	12 %
Sociedad	9 %
Economía	8 %
Crónica roja	6 %
Entretenimiento	6 %
Noticias internacionales	6 %
Tecnología	5 %

(Bonilla, 2013).

El neoliberalismo es reconocido como una ideología, aunque también se lo suele referir como parte de acciones políticas. De hecho, el *Diccionario de la lengua española* lo define como: “teoría política y económica que tiende a reducir al mínimo la intervención del Estado”. Por el contrario, el progresismo sostiene la defensa de los derechos de la igualdad, libertad y justicia, que se encamine a un progreso social (Sáez, 2019).

Sin embargo, en Latinoamérica es usual que se ligue al progresismo con el populismo, el izquierdismo, o lo que coloquialmente se denomina “caridad mal habida”, nacionalismo, e incluso totalitarismo ya que, para poner en efecto la

doctrina progresista, es esencial la intervención del Estado en la regularización de leyes y políticas para efectivizarla (McKelvey, 2016). Con respecto a ello, en una columna de opinión de la Secretaría Ejecutiva de la CEPAL, Alicia Bárcena, publicó unos datos alarmantes de la región. A pesar de que reconoció que la década progresista redujo la desigualdad con una proyección del 0,2 %, América Latina sigue siendo la región más desigual del mundo, citando cifras de 2014, donde el 10 % más rico de la población tenía aglutinado el 71 % de la riqueza de la región. A esto se añadieron las estadísticas de evasión de impuestos en la región, que, de acuerdo con las estimaciones, van del 27 % del ingreso potencial de tributación de empresas en Brasil, hasta un pavoroso 65 % en Ecuador (Bárcena, 2016).

Por otro lado, el neoliberalismo tiene en sus raíces en la globalización, proceso iniciado aproximadamente desde el año 2000, cuando los países más prósperos, económicamente hablando, fomentaron al resto del mundo unas características homogéneas en aspectos de economía, finanzas y comercio. Globalizar la economía mundial conlleva un elemento fundamental para su expansión y propagación: la oligarquía (Bautista, 2009, p. 2). El término *oligarquía* es tan recurrente en el periodismo de corte izquierdista como lo es *populista* en el periodismo de corte derechista.

4. Polarización mediática: Caso Ecuador 2007 - 2017

Resulta fundamental ahondar en los hechos suscitados en la década del gobierno de Rafael Correa (2007-2017) y la batalla entre los medios de comunicación; específicamente los medios privados vs. medios públicos. Durante este mandato, el contexto mediático se convirtió en el campo de batalla entre los nuevos medios públicos —instaurados por Correa— y los medios privados consolidados como “la oposición”, para conseguir la aprobación de la ciudadanía y ello dio lugar a una creciente mediatización de lo político tanto en prensa con los diarios El Universo y El Comercio; la radio, medio consolidado en zonas rurales; y se enfatizó a la televisión como principal medio para la producción de acontecimientos políticos y de editoriales de opinión política (Gehrke et al., 2016, p. 6).

El caso de estudio revela datos contundentes en cuanto a los medios de comunicación y los medios de comunicación privados. En primer lugar, estudios mostraron la mala reputación de los periodistas en Ecuador que son considerados corruptos y poco fiables por 51,74 % de la población. Asimismo, el gobierno de Correa tuvo fuertes conflictos y cuestionamientos con el sector por considerarlo deshonesto y poco verosímil, lo que marcó una evidente polarización de medios, repartida entre afines al oficialismo y críticos a él. Además, estudios demostraron que el 30,34 % de los medios de comunicación ecuator-

rianos pertenecen a grupos económicos y según un informe de la empresa Infomedia se demostró que, durante el mandato de Correa, el gobierno invirtió 40 millones de dólares en publicidad (Gehrke et al., 2016, p. 7).

Desde el año 2007, Correa viabilizó factores que contribuyeron al mejoramiento del sector de la comunicación, principalmente al lograr una diversificación periodística y mediática. Si bien este proceso fue el principal causante de la polarización, permitió una reestructuración y democratización del sistema de medios, cuyo objetivo principal fue el terminar con el monopolio de empresas de comunicación privadas, históricamente a cargo de la élite financiera y empresarial del país y, así, terminar de una vez con la denominada “anarquía mediática” (Gehrke et al., 2016, p. 8).

Para ello, recurrió a dos estrategias fundamentales en su gobierno. La primera era impulsar y fundar medios estatales en los cuales se buscaba posicionar “la otra cara de la moneda”, es decir, informar sobre los avances de su gobierno principalmente, los de inversión social y sus efectos; sin embargo, en este proceso el mandatario impulsó la difusión de las controversiales “cadenas sabatinas”, donde el mandatario hacía énfasis en contrarrestar la crítica de los medios privados que, en absoluta mayoría, eran de oposición. Por otra parte, la segunda estrategia fue la de expropiar y controlar los medios privados. Esto se logró en las elecciones presidenciales y parlamentarias de 2013; aparte de haberlas ganado con amplia mayoría, el gobierno promovió el camino hacia la creación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC). Luego de haber obtenido la aprobación de la Asamblea Nacional, el gobierno y movimientos sociales afines celebraron el acto con eslóganes como “la comunicación ya es de todos” o “la palabra ya es nuestra”. Sin embargo, la oposición del Ecuador, que prácticamente se traducía en los medios privados y algunas organizaciones gubernamentales internacionales, reaccionó con total rechazo, críticas masivas e indignación; incluso denominando a este nuevo reglamento como una “ley mordaza” (Gehrke et al., 2016, p. 8).

El principal punto de discordia fue la redistribución de frecuencias radiales con la que, como hecho crucial, se instauraron medios públicos y comunitarios a nivel nacional. En realidad, los medios públicos y comunitarios en Ecuador han sido históricamente inexistentes. Las empresas privadas a lo largo del tiempo dominaron el sector de la comunicación desde la aparición de los primeros diarios y revistas hasta la crisis financiera de 1999, periodo en el cual estas gozaban de un alto nivel de credibilidad. Sin embargo, estos medios de comunicación pertenecientes y afines a los grupos financieros no informaron a la población sobre el verdadero estado de la crisis y sus consecuencias (Gehrke et al., 2016, pp. 9-10).

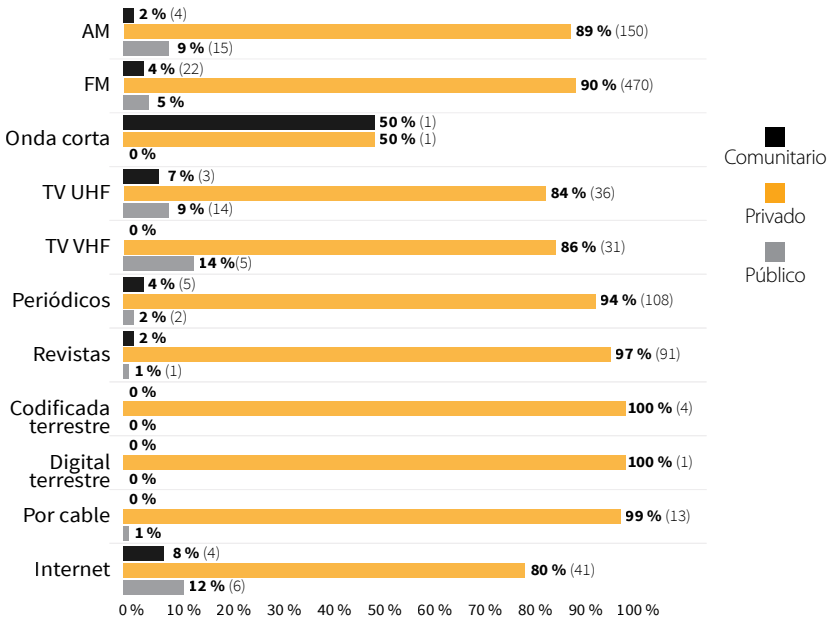


Figura 1. Clasificación de medios de comunicación en Ecuador en el año 2014. (Registro Único de Medios Cordicom, 2014).

Primeramente, la Figura 1 nos ilustra la clasificación de los medios en Ecuador, donde claramente predominan los medios privados. Es importante remarcar que los medios públicos y comunitarios fueron implementados y financiados por el gobierno de Rafael Correa durante el periodo de estudio.

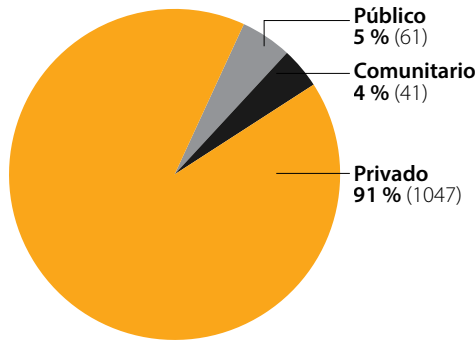


Figura 2. Tipos de medios de comunicación en Ecuador después de la LOC (Registro único CORDICOM, 2014).

Asimismo, la Figura 2 nos muestra la clasificación de los medios de comunicación una vez instauradas las políticas de la LOC.

Por otra parte, un estudio de Gabriela Báez Avilés (2018) expone en primera instancia a los grupos empresariales en Ecuador y su relación con los medios privados. Este vínculo previamente evidenció la histórica relación entre los grupos financieros y medios de comunicación privados. Así, a El Telégrafo, el primer diario de circulación nacional, fundado en 1884, lo siguieron los diarios de mayor circulación actual: El Comercio en 1906 y El Universo en 1922.

Tabla 2. Mapeo de los medios de comunicación privados en Ecuador

Grupos empresarios	Relaciones comerciales
El grupo mediático de Ángel González (empresario mexicano-estadounidense) tiene 3 canales, 11 radios y 2 diarios de familiares, abogados o empleados.	RTS, Red TV Ecuador y Tropical TV, once radios (Galaxia, Fabu, Alfa Stereo, Joya Stereo, Metro Stereo, Platinum, La Fabu, Tropicálida, RQP, Arpeggio y Radio Quito) y dos diarios (El Comercio y Últimas Noticias)
Grupo Vivanco	Diarios: La Hora con 14 ediciones locales. Radios: Radio Planeta con 2 frecuencias en Santo Domingo de los Colorados. Revista Judicial del diario La Hora. Satnet, servicios agregados y telecomunicaciones. Editorial Gran Tauro. Estudio Jurídico Vivanco & Vivanco. Casa Comercial Vivanco
Grupo El Juri	Televisión: ETV Telerama y sus 12 frecuencias Accionista de TV Cable
Grupo Pérez	Diarios: El Universo, Súper. Revistas: Sambo, La Revista, Radio City. Accionista de Uniprensa, UniDiario, Agrícola Guayaquil, Uniediciones, Canodros, Unipartes, asociados al Banco de Guayaquil. Socio del Grupo Alvarado Roca en el sistema de televisión Univisa. Industria de alimentos Santa Inés. Inmobiliaria Santa Mónica Empresa minera Cumaratza
Grupo Alvarado Roca	Televisión: Ecuavisa y sus 19 frecuencias. Revistas: Vistazo, Estadio, Hogar, Generación 21. Imprenta Artes Gráficas Senefelder. Accionista de las inmobiliarias Roalva y Alcor
Grupo Mantilla-Ortega	Radio: Ecuador Radio Accionista de Megadatos, Access, proveedora de Internet, Ediecuatorial
Grupo Egas-Grijalva	Televisión: Teleamazonas. Revistas: Gestión, Diners, Soho, Fucsia, Gente, Cosas Dinediciones. Agencia Delta Publicidad. Asociación con empresas bancarias Banco Pichincha, Banco de Loja, Banco Rumiñahui, Diners Club Internacional. Accionista de Multicines, financiera Interdin, financiera Amerafin
Grupo Isaías Dassum-Antón-Bucaram*	Televisión: Telecentro, Gamavisión, Cable Visión (Cable Deportes y Cable Noticias), HTV. Diarios: Expreso (accionista), La Razón (cerrada en septiembre de 1997, en renovación). Radios: Bolívar (Q) (accionista), Sideral (Q), Sonorama FM (nacional), Súper K 800, Carrousel. Revistas: MÁS (reemplaza a la revista La Otra, cerrada en septiembre de 97), Samborondón (circula en la ciudadela La Puntilla en Guayaquil), El Agro, La Onda. Grupo Editorial UMINASA, Ecuatronic (instaladoras de emisoras). Canales de TV en Florida, Estados Unidos. Accionista mayoritario del sistema Nacional de televisión por cable TV Cable

(Báez Avilés, 2018)

*Las empresas de este grupo fueron incautadas por la Agencia de Garantías en 2008. Principalmente, las empresas de comunicación continúan en manos del Estado.)

En síntesis, el caso de estudio nos deja datos contundentes que esclarecen los motivos de la polarización mediática existente en el país. Como consecuencia, y con la añadidura de desarrollo de la comunicación 2.0, la sociedad ecuatoriana ha migrado su entorno informático hacia los medios digitales. De hecho, esto evidencia el avance que se ha logrado en ámbitos de democratización de la comunicación, alfabetismo mediático, y filtración de noticias falsas.

4. Metodología

Para acometer el objeto de estudio se ha aplicado el método cualitativo por considerar que, en el tema de medios de comunicación, y más aún en el de comunicación política, resulta casi imposible llegar a un punto de absoluta objetividad, debido al contexto político conflictivo y la marcada división mediática durante el periodo del caso de estudio. La metodología cualitativa permitió la revisión de literatura e información sobre el tema, además de la exposición y un análisis de entrevistas que valorizó la hipótesis planteada. Por consiguiente, en este método, se integró el aporte y análisis de las perspectivas de los participantes para así lograr una flexible recolección de datos como descripciones, diálogos y observaciones sobre los temas clave de esta investigación.

Para el desarrollo, se empleó entrevistas a profundidad tras una selección minuciosa de los participantes. En este caso, se eligió a Gustavo Cusot, catedrático, apasionado del campo de la comunicación estratégica y política, actual vicedecano del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito; Juan Diego Andrango, catedrático de la Facultad de Comunicación Visual y Artes Visuales de la Universidad de la Américas, sede Quito; y Eric Samson, actual coordinador de la carrera de Periodismo Digital de la Universidad San Francisco de Quito y corresponsal extranjero en Ecuador y Perú de Radio Francia Internacional, Radio Francia, Radio Canadá y Televisión de Suiza.

5. Resultados

En síntesis, durante su entrevista, Gustavo Cusot se mostró conciliador. Él enfatizó el hecho de que, en el periodo de estudio, existió una verdadera “guerra mediática”. Sin embargo, compartió el parecer con Eric Samson de que “el gobierno tuvo la oportunidad de ser mejor que los medios privados, pero estos cayeron en su juego” (comunicación personal, 12 de febrero de 2020).

Cusot, en su descripción y análisis de la realidad de la gran mayoría de la sociedad ecuatoriana, resaltó la inequidad social. Esta desigualdad se muestra, por ejemplo, en la forma en que los ciudadanos acceden a la información y los factores en que cada uno de sus estratos demográficos determinan su natura-

leza para tomar decisiones colectivas. En este punto, Cusot mencionó que a las masas pudientes se las aborda mediante plataformas específicas, además de las usuales y que son las grandes mayorías de ciudadanos latinoamericanos, de estrato social bajo, a quienes se llega con plataformas tradicionales de acceso, tales como la radio y televisión. En este proceso ya “no importa” las propuestas de gobierno, sino más bien el “*feeling*” que algún candidato cree con los ciudadanos, por medio de campañas persuasivas para obtener su voto.

Cusot concluyó que el impulso del ejercicio de la participación ciudadana se torna idealista cuando sobresalen las actividades de *lobbying* y cabildeo. Para él, estas aún no se desarrollan ni se comprenden en la región, ya que son prácticas que se aplican en sociedades con altos niveles de escolarización y educación superior, así como una gran distribución de tecnología y un mayor involucramiento ciudadano. Por otro lado, afirmó que en Ecuador las nuevas plataformas digitales difícilmente puedan reemplazar a las tradicionales debido, en primera instancia, a la desigualdad social existente, pues no toda la población tiene el acceso o los recursos económicos. Sobre la transición que la región pueda tener en cuanto a este aspecto, él la definió como un “embudo” de plataformas donde seguirán vigentes las tradicionales conviviendo con las nuevas (comunicación personal, 13 de febrero de 2020).

Andrango realizó un interesante análisis, partiendo desde el punto de su experiencia profesional en realización de talleres educativos de arte en puntos periféricos de la ciudad de Quito. Esta experiencia le develó una realidad más apegada a la notable desigualdad social en el país y cómo las grandes mayorías son olvidadas y, a pesar de ello, se deposita en estas la responsabilidad de tomar decisiones colectivas, tomando en cuenta el hecho de que, en Ecuador, el voto es obligatorio para los ciudadanos con mayoría de edad desde 1965.

El catedrático de la UDLA afirma, por su propia experiencia, que la opinión pública es esencialmente formulada por los medios. Resalta el poder que mantiene el medio televisivo, aunque reconoce la importancia de nuevas plataformas digitales. Destaca que, primordialmente, se parte del esquema en el que la información se prioriza, de acuerdo con: 1) de quién viene, 2) cómo se genera y 3) para qué se genera. Menciona que somos meros espectadores que solo “aceptamos y creemos” y no hay noción de investigación, en otras palabras, existe y se mantiene un creciente analfabetismo mediático.

Andrango sostiene que es el juego de intereses de los grupos de poder lo que hace que la comunicación se convierta en una herramienta persuasiva agresiva para tener bajo dominio a las masas. Su análisis concuerda, en varios aspectos, con los estudios de Báez Avilés (2008) en cuanto a esta intervención de las élites y sus propósitos estratégicos al divulgar información y opinión.

Según Andrango, la ciudadanía se muestra muy desconectada de la realidad nacional y esta situación es en parte creada por los grupos de élite para “convencer” a la población de que “Ecuador no podrá salir del subdesarrollo si no es con ayuda externa” o “Ecuador no tiene capacidad para solucionar sus problemas”. El catedrático hizo alusión al último paro nacional de octubre de 2019. Su argumento se basó en que los medios de comunicación manipulan la opinión a favor de sus intereses. Cuestionó quién legitima la verdad y afirmó que existe un desconocimiento total y este es formado por los medios de comunicación hegemónicos, ligados al sector financiero (comunicación personal, 13 de febrero de 2020).

En cuanto a Samson, reconoció fácilmente los puntos estratégicos de esta investigación. Subrayó la hegemonía y poder de los medios de comunicación privados en Ecuador. Sin embargo, hizo un puntual énfasis en el hecho de que, en el gobierno de Rafael Correa, se creó y fomentó, en los medios públicos y comunitarios, un agresivo aparato propagandístico que declaró la guerra a los medios privados.

Para Samson: “el periodista está al servicio del público, mas no de los propietarios sean estos el gobierno o los grupos privados”. Asimismo, reconoció que esta es una problemática complicada y constante para cualquier periodista, al tener como objetivo omnipresente el buscar la veracidad en su trabajo y tener en mente solo a su público.

Aparte de ello, concordó con Cusot y Andrango en el hecho de que la sociedad no tiene una cultura lectora y, peor aún, crítica, lo que da como resultado un prominente analfabetismo mediático. Por otro lado, en cuanto a la polémica Ley de Comunicación, Samson habló de ciertos beneficios para la prensa, pero concluyó en que esta terminó siendo una “ley mordaza”.

Para él, la Ley de Comunicación tuvo sus aciertos, pero esta debió ser regida por un organismo estatal apolítico. Citó a organismos en Francia que, en comparación con el espectro ecuatoriano, mantienen independencia de entes estatales ligados a gobiernos de turno. Según Samson, el expresidente Correa abusó en la repartición de frecuencias radiales que promovían su propaganda. Nuevamente enfatizó el hecho de que ni propietarios elitistas, ni gobiernos de turno, pueden ni deben interferir en los medios de comunicación. El experto recalcó lo indispensable de la independencia mediática para la obtención de una sociedad más crítica y mejor informada.

Samson resaltó que los medios son “lo que más cuesta” refiriéndose al alto precio de inversión que exige esta industria. Al respecto, Báez Avilés (2018), en su estudio, indicó que grupos financieros tienden a invertir en

medios de comunicación y cuestionó los motivos debido a la injerencia de estos en la opinión pública. El entrevistado hizo énfasis en la importancia de la alfabetización mediática para así obtener una verdadera participación ciudadana. Incluso, hizo énfasis en la alfabetización de la población sobre qué es el periodismo.

También expuso la importancia del grado de conocimiento de la población sobre los problemas públicos para así poder debatir sobre temas políticos, económicos y sociales del país. Resaltó que la alfabetización sobre el rol del periodismo es primordial para una sociedad, más aun tomando en cuenta que, en la mayoría de casos, los grupos financieros en Ecuador promueven productos periodísticos opuestos a proyectos políticos que favorecen la inversión pública que la alfabetización requiere.

Samson tiene fe en el conocimiento de sus estudiantes y espera que ejerzan cargos de editores para que, así, protejan a los periodistas y no permitan la injerencia ya sea del propietario de la empresa de comunicación o del presidente de turno en el medio público. En la visión de Samson, un buen periodismo no depende de las tendencias políticas; para él, este depende de la veracidad y de que enfrente al lector con debates de todas las corrientes y, de esa manera, ponga en riesgo su propia postura. En Ecuador, esto aún es una utopía, debido a que tanto los grupos financieros, como también los mandatarios de turno mantienen la opción de intervenir en el ejercicio del periodismo y en mayor intensidad si interfieren con sus intereses (comunicación personal, 21 de febrero de 2020).

6. Conclusiones

La polarización mediática en Ecuador, sin lugar a duda, develó dos aspectos fundamentales. El primero es el analfabetismo mediático de la sociedad ecuatoriana unido a la proliferación de noticias falsas y sesgos en la información que adormecen a los ciudadanos. Esto crea en ellos opiniones extremadamente parcializadas que han generado el enfrentamiento en la sociedad. El segundo es la comprensión histórica de la relación de los medios de comunicación con los grupos financieros y los gobiernos de turno en Ecuador que, innegablemente, han tenido injerencia en los destinos políticos y económicos del país.

Si bien es cierto que la oposición de los medios de comunicación privados en el periodo estudiado fue evidente, por otro lado, la arremetida por parte del Gobierno fue de índole persecutoria, lo cual no solo le causó más oposición, sino que también llevó a reducir sus simpatizantes en la sociedad. Así mismo, los elementos que impulsó la Ley Orgánica de Comunicación dieron paso a la creación de medios públicos y comunitarios que históricamente estaban

relegados al olvido. Es así como la polarización, en cierta manera, permitió democratizar la opinión pública y, como se ha dicho, permitió conocer el nivel de analfabetismo mediático de buena parte de la ciudadanía.

Muchas veces, los intereses personales, corporativos, económicos e ideológicos prevalecen sobre la libertad de expresión. Como menciona Samson, en varias ocasiones el problema son las injerencias en la labor periodística las que no permiten el desarrollo de un periodismo objetivo y veraz. Como se abordó anteriormente, estas injerencias han sido el gran obstáculo en el libre ejercicio de la labor periodística. El caso de estudio evidenció que, en Ecuador, como en varios países latinoamericanos, los intereses financieros y los intereses propagantes del régimen son los principales obstáculos de la libertad de expresión y el libre ejercicio periodístico. En definitiva, las nuevas plataformas digitales se han posicionado como referentes de una nueva libertad de expresión, donde los civiles han incursionado en un periodismo alternativo que reta a los hegemónicos medios tradicionales.

Finalmente, este trabajo abre el debate para futuras líneas de investigación en torno a las plataformas digitales, desde dos perspectivas. La primera se concentra en el estado actual y futuro del alcance y efectividad de realización de campañas políticas en dichas plataformas (YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Snapchat o TikTok). Y, en segundo lugar, en analizar el protagonismo emergente de los medios digitales que están en auge tanto para corporaciones como para civiles. Sin lugar a duda, será el reto de la academia fomentar la libertad del ejercicio periodístico, así como incluir, en la formación de la comunicación social y sus diversas especializaciones, técnicas actualizadas de investigación periodística, verificación de datos y análisis histórico, y, lo más importante, objetividad en la divulgación de información.

Referencias

- Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (2018). *Cuentas y Usuarios del Servicio de Acceso a Internet*. Recuperado de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tjik-ponVx8J:https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/3.1.1-Cuentas-internet-fijos-y-moviles_nov2016.xls+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec
- Aharoniam A. (2017). *¿Qué significa hoy democratizar la comunicación?*. Recuperado de <http://www.nuestrasvoces.com.ar/a-vos-te-creo/significa-hoy-democratizar-la-comunicacion/>
- Aira, T. (2016). *La comunicación política*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ayala Mora, E. (2008). *Resumen de Historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Báez Avilés, G. (2018). *Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina: un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*. (Tesis de maestría). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/46394/>
- Bárcena, A. (25 de enero de 2016). *América Latina y el Caribe es la región más desigual del mundo. ¿Cómo solucionarlo?*. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/articulos/2016-america-latina-caribe-es-la-region-mas-desigual-mundo-como-solucionarlo>
- Bautista, O. D. (2009). Ideología Neoliberal y política de Globalización. Medidas implementadas por los países globalizadores y cambios. *Revista de las Cortes Generales*, (73), 137-151.
- BBC Mundo (8 de febrero de 2017). *Los presidentes y expresidentes latinoamericanos salpicados por el escándalo Odebrecht, "la mayor red de sobornos extranjeros de la historia"*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-38905411>
- Beck, R., Black, L., Krieger, L., Naylor P. y Shabanka, D. (2009). *Patterns of Interaction: World History*. Illinois: McDougal Littell & Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.
- Bonilla Soria, P.E. (2013). *Los periodistas quiteños, las condiciones de trabajo imperantes y los procesos de producción de las noticias*. (Tesis para obtener el título de maestría en Comunicación con mención en Opinión Pública). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Quito.

- De la Cruz, P. (2 de diciembre de 2016). *Ideologías presidenciales Baúl Político*. GK Elecciones 2017. Recuperado de <https://elecciones2017.gk.city/2016/12/05/ideologias-de-los-presidentes-de-ecuador/>
- Gehrke M., Lizarazo N., Noboa P., Olmos D. y Pieper O. (2016). *Panorama de los medios en Ecuador*. Edtion DW Akademie. Media Development Studies. Recuperado de <https://www.dw.com/downloads/30336831/panorama-de-los-medios-en-ecuador-pdf.pdf>
- McKelvey, T. (8 de febrero de 2016). *¿Que significa realmente ser “progresista” en Estados Unidos?* BBC Mundo. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160207_internacional_elecciones_eeuu_2016_progresista_significado_ppb
- Mora, M. (2012). *El poder de la conversación – Tomo I La Opinion Publica*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Neoliberalismo. En el *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/neoliberalismo>
- Orlando, R. (2012). *Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina*. Quito: FLACSO Andes. Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52741.pdf>
- Registro Único de Medios Cordicom. (2014). *Medios de Comunicación en Ecuador*. Quito: Unidad de Desarrollo Estadístico e Investigación.
- Sáez, I. (18 de julio de 2019). *¿Qué es un Gobierno progresista?*, Diario 16. Recuperado de <https://diario16.com/que-es-un-gobierno-progresista/>
- Santana, A. (2009). Escenario Político Latinoamericano. *Archipiélago. Revista Cultural de Nuestra América*, 63, 56-57.
- Unesco. (2020). *Alfabetización*. Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/alfabetizacion>
- Walsh, B. (2019). *A brief history of Media Education*. Recuperado de <https://www.medialit.org/reading-room/brief-history-media-education>