



La contienda política entre los medios privados y el gobierno de Rafael Correa

The Political Struggle between Private Media and the Government of Rafael Correa

Isabel RAMOS
FLACSO, Ecuador

RESUMEN

Los medios privados se comportan como actores políticos opositores en el Ecuador, como lo hacen habitualmente contra gobiernos progresistas, que afectan sus intereses empresariales. Intentan presentar como antidemocrático al gobierno de Correa, a fines de justificar cualquier metodología que sirviera a desestabilizarlo o desplazarlo del poder. El gobierno ha mostrado el juego editorial de los medios, así como sus enclaves en el campo económico y financiero, logrando deslegitimarlos un tanto. Sin embargo, los medios han conseguido impedir hasta ahora la votación de la Ley de Medios propuesta desde el gobierno, con una campaña concertada a nivel nacional.

Palabras clave: Ecuador, medios privados, contienda política, sociedad.

ABSTRACT

Private media behave like opposition political actors in Ecuador, as they do habitually against progressive governments that affect their business interests. These media try to present the government of Correa as anti-democratic in order to justify whatever methodology might serve to destabilize or displace power. The government has revealed the media's editorial game, as well as its enclaves in economic and financial fields, delegitimizing them to some extent. Nevertheless, until now, the media have been able to impede a vote on the government-proposed Media Law, using a concerted national campaign.

Keywords: Ecuador, private media, political struggle, society.

América Latina ha asistido, en la última década, a la emergencia de los medios de masas como actores activos de la oposición a ciertos gobiernos. El declive de los partidos como ámbitos de representación y de construcción de identidades políticas encabeza la larga lista de posibles causas para un proceso que parece consolidarse, aunque únicamente en determinados países de la región. Como ha destacado Roberto Follari en un artículo de opinión aparecido en diario *El Telégrafo*, medio gráfico ecuatoriano de administración estatal:

Es de advertir que las corporaciones mediáticas libran batallas en Latinoamérica, siempre contra gobiernos progresistas; no hay batallas de las corporaciones contra Piñera, contra Calderón, ni las hubo contra Uribe. El sesgo ideológico antipopular es claro e inflexible. Siempre se va contra los gobiernos progresistas, nunca contra los de derecha, los proempresariales y proimperiales¹.

Esta acción opositora –una suerte de *cruzada mediática* de corte eminentemente corporativo, como veremos– se ha instalado con fuerza en contra de los gobiernos latinoamericanos que han propuesto, como parte sustancial de sus agendas, el imperativo de devolver al Estado el protagonismo perdido durante el esplendor de neoliberalismo. Estos gobiernos, además de un cambio de rumbo en las formas de entender el ejercicio de la política, plantean desafíos conceptuales de peso a las ciencias políticas, a las teorías de la democracia y a los estudios sobre comunicación política.

Por ello, no es objeto de esta aproximación ofrecer una caracterización acabada de los denominados *nuevos gobiernos latinoamericanos*, que han recibido diversas denominaciones en la literatura y la investigación politológica reciente. Se los ha entendido como exponentes de la “nueva izquierda latinoamericana”² y como gobiernos “posneoliberales”³ o “neopopulistas”⁴. A los fines de estas reflexiones en torno a las relaciones conflictivas entre las empresas mediáticas más poderosas del país y el gobierno ecuatoriano, conviene tener en cuenta, sin embargo, la existencia de nuevas orientaciones y rumbos para la política pública. Sus dificultades y logros concretos merecen, evidentemente, reflexiones más detenidas que las que podemos ofrecer en este espacio.

La asunción de Rafael Correa a la presidencia del Ecuador, en 2007, promovió transformaciones sustanciales en la agenda política del país. Luego de cinco años de gobierno, resulta imposible desconocer que el Estado ha logrado recuperar capacidades regulatorias y, en algunos casos, adquirir la rectoría de áreas estratégicas de la economía y la planificación de la política pública. Es preciso subrayar que este proceso, pese al tiempo transcurrido, continúa contando con un apoyo sin precedentes en la historia nacional reciente. Según un sondeo realizado entre los días 23 y 25 de junio de 2012 por la empresa Perfiles de Opinión, especializada en estudios de opinión pública, en el cual se entrevistó a 624 hombres y mujeres residentes en las ciudades de Quito y Guayaquil, el 80%

- 1 FOLLARI, R (2012). “Batalla mediática internacional”. *El Telégrafo*, Sección Opinión, viernes 13 de julio, Disponible en http://www.eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=46058&category_id=116&Itemid=29
- 2 NATANSON, J (2008). *La Nueva Izquierda: Triunfos y derrotas de los gobiernos de Argentina, Brasil, Bolivia, Venezuela, Chile, Uruguay y Ecuador*. Sudamericana, Buenos Aires.
- 3 SADER, E (2008). *Posneoliberalismo en América Latina*. Instituto de estudios y formación CTA, Clacso, Buenos Aires. Cfr. RAMÍREZ GALLEGOS, F & MINTEGUIAGA, A (2007). “El nuevo tiempo del Estado. La política posneoliberal del correísmo”, OSAL, CLACSO, Año VIII, n°. 22, Septiembre, Buenos Aires.
- 4 FOLLARI, R (2010). *La alternativa neopopulista. El reto latinoamericano al republicanismo liberal*. Homo Sapiens, Rosario, Argentina.

de los consultado califica positivamente la acción del gobierno nacional y el 76% afirma que el presidente Rafael Correa “le cae bien”⁵.

El reposicionamiento del Estado y la consiguiente aplicación de políticas económicas y sociales que rompen con la lógica del asistencialismo bancomundialista que se instaló en América Latina por más de 30 años, no han estado exentos de tensiones y de enfrentamientos. Las alusiones a la “prepotencia” del Presidente, a su “autoritarismo” y a la existencia de prácticas políticas atadas a una pretendida “tiranía de las mayorías” se reiteran cada vez con mayor asiduidad en los enunciados de parlamentarios y políticos de oposición y, sobre todo, en las columnas, noticias, reportajes y análisis que publican los medios masivos.

Si bien, al menos en el caso ecuatoriano, el papel de la prensa en la construcción de representaciones sociales socialmente influyentes sobre la dinámica política, el Estado y el gobierno se encuentra en discusión –precisamente como resultado del enfrentamiento de los medios con un gobierno que mantiene altos niveles de popularidad– la ofensiva opositora de las empresas mediáticas se traduce en un discurso que, como dice Samuel Pinheiro Guimaraes, ex funcionario mayor del Mercosur en referencia a Paraguay, Venezuela, Ecuador y Bolivia, “reconoce que los gobiernos fueron electos democráticamente, pero argumenta que ellos no gobiernan democráticamente. Crea imágenes de esos gobiernos como dictaduras y genera un clima que justifique un golpe de Estado, inclusive por medios no militares”⁶.

Elisabeth Noelle-Neumann, en el marco de su reconocida teoría de la espiral del silencio⁷, aporta un concepto relevante para comprender esta afirmación y sus alcances al momento de pensar el papel de los medios de comunicación en la producción y circulación de los argumentos, datos e informaciones a partir de los cuales los conglomerados mediáticos pretenden deslegitimar la acción de gobiernos que, como el ecuatoriano, han redefinido la política pública en beneficio de las mayorías históricamente postergadas, desarrollan ambiciosos programas de inclusión económica y social y defienden posiciones soberanas en el orden internacional. El *clima de opinión*, según la autora, “expresa la noción de un mundo exterior que rodea al individuo y que influye en él, en su conducta y sentimientos, le guste o no”⁸.

La información mediatizada importa, precisamente porque, en los tiempos que corren, se ha constituido en un elemento sustancial del *clima de opinión*, a partir del cual los ciudadanos construyen posiciones frente a temáticas de actualidad, evalúan la acción del gobierno y toman sus decisiones electorales. Observemos algunos ejemplos lo publicado por importantes medios gráficos de circulación nacional. Es indispensable aclarar que las expresiones aquí citadas no son poco frecuentes ni constituyen casos aislados. Todo lo contrario:

5 Mayor información disponible en www.perfilesdeopinion.com.

6 “En Paraguay, Venezuela, Ecuador y Bolivia, se manifiesta el ‘neogolpismo’, según ex alto representante del Mercosur”: *Diario El Comercio*, domingo 1 de julio de 2012.

7 La idea de opinión pública como todo aquello que los individuos pueden o deben expresar en público sin el temor de quedar aislados, hacer el ridículo o recibir cuestionamientos ha sido muy influyente en la investigación comunicacional. Cfr. NOELLE-NEUMANN, E (1995). *La espiral del silencio: opinión pública nuestra piel social*, Paidós, Buenos Aires.

8 NOELLE-NEUMANN, E (2010). “Turbulencias en el clima de opinión: Aplicaciones Metodológicas de la Teoría de la Espiral del Silencio”, *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 15, p. 303.

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 prescriben⁹.

El miércoles, Rafael Correa perdió la mejor oportunidad para salvar su pellejo y limpiar, aunque sea cosméticamente, el siniestro expediente de atropellos a la civilización que se ha labrado con su persecución a El Universo y que terminará, tarde o temprano, por hundirlo. (...) Pero esas decisiones requieren de un nivel mínimo de inteligencia emocional. Y esos mínimos no son parte del inventario presidencial¹⁰.

El gigantesco aparato propagandístico del Gobierno, en el que se inscribe el emporio mediático que lleva el falso e impúdico membrete de público, ha decidido descalificar a ciertos periodistas acusándolos de informantes de la Embajada de EE.UU¹¹.

Frente a esta ofensiva mediática, cuyas acciones más destacadas procuraremos describir más adelante, el gobierno respondió exponiendo la actividad de los medios al ojo público, impugnando las condiciones de producción de la información y desnudando su carácter mercantil y sus vínculos con la banca y con otros sectores de poder:

Este es el poder mediático. Por eso necesitamos una ley de comunicación, para defender, no los intereses del Gobierno, sino al ciudadano común y corriente que no puede defenderse de un poder mediático, abusivo, hipócrita y amoral. (Rafael Correa en el *Enlace ciudadano* n.º. 278, 30/06/2012)¹².

El problema de fondo es que [los medios] son negocios privados, con fines de lucro, promoviendo no una dádiva, no una mercancía como una corbata, proveyendo un derecho. Imagínense que la administración de justicia esté en manos de negocios privados, de jueces que sean parte de una empresa. Absurdo. Eso es la comunicación, periodistas que dependen de una empresa. La comunicación es la que articula el tejido social. La que genera la opinión pública. Antes de la opinión pública y de la aparición de los medios de masa se generaba en los pulpitos. Eso fue reemplazado por los medios de comunicación, que nacieron bastante auténticos. Evitando que el poder público traspase ciertos límites, representando a los ciudadanos.

- 9 No a las mentiras: *Diario El Universo*, domingo 6 de febrero de 2011. Disponible en <http://www.eluniverso.com/2011/02/06/1/1363/mentiras.html>. Este artículo, aparecido con la firma del Editor de la Sección *Opinión* de este medio fue la pieza central de la demanda por difamación que interpuso el Presidente Correa a su autor y a los titulares de la empresa periodística El Universo. Los hechos a los que alude tienen que ver con el intento de golpe de Estado que tuvo lugar el 30 de septiembre de 2010 y con el rescate del Presidente, que se encontraba secuestrado en un hospital policial, por parte de las Fuerzas Armadas. El fallo condenatorio en este juicio y la imposición de penas de cárcel y multas a los acusados fue objeto de un debate en torno a los alcances de la libertad de expresión, del que participaron, con un fuerte protagonismo, entidades empresariales como la Sociedad Interamericana de Prensa. Conviene señalar que esta sentencia entró en "remisión". Es decir, fue archivada, por iniciativa de la parte demandante, sin efectos posteriores ni posibilidad de reeditarla, en aplicación de una figura legal que, al menos en los últimos tiempos, ha sido muy debatida en el país.
- 10 "El pellejo de Correa": *Diario El Comercio*, domingo 19 de febrero de 2012. Disponible en: http://www.elcomercio.com/politica/pellejo-Correa_0_648535172.html
- 11 "Acusaciones estalinistas", *Diario el Comercio*, domingo 6 de mayo de 2012. Disponible en: http://www.elcomercio.com/politica/Acusaciones-estalinistas_0_694730618.html. Este artículo tiene que ver con la publicación en *Diario El Telégrafo* de algunos cables difundidos por Wikileaks en los que se proporcionan los nombres de algunos empleados jerárquicos de empresas periodísticas privadas y se indica que estas personas han suministrado la información con la cual la Embajada estadounidense en Ecuador elabora sus despachos.
- 12 Según lo publicado en la edición digital de *Diario El Comercio*: http://www.elcomercio.com/politica/Resumen-enlace-ciudadano-Correa_0_728327219.html.

Ahora se representan ellos mismos. Dejaron de ser el cachorrito sano, ingenuo, bien intencionado que evitaba que el poder público traspase ciertos límites, y se convirtió en el mastín rabioso, baboso, que acorrala al poder público, acorrala a los ciudadanos en función de sus propios intereses (Rafael Correa en el *Enlace ciudadano* n.º. 276, 16/06/2012)¹³.

En este marco, es importante insistir en que las razones para el clima de polémica y de mutua descalificación que se ha instalado entre el Presidente Rafael Correa y los medios privados de comunicación no deben buscarse –como pretenden las figuras mediáticas más populares y los representantes más visibles de los distintos sectores de oposición– en los fuertes calificativos con los que el ejecutivo y algunos funcionarios del Estado “atacan” a ciertas empresas y comunicadores, sino en las previsibles disconformidades y disputas que está produciendo en las élites tradicionales el hecho de que el gobierno nacional tome decisiones políticas que afectan intereses que, históricamente, nunca fueron cuestionados.

Los medios de comunicación privados han sido actores privilegiados en el escenario político nacional y su legitimidad para actuar como tales nunca había sido puesta en duda. Por el contrario, las empresas de comunicación gráfica y audiovisual nacionales han sido fuertemente respaldadas –e incluso subsidiadas– por los sucesivos gobiernos democráticos y dictatoriales, a través de políticas de fomento industrial, de exenciones impositivas, de preferencias arancelarias y de descuentos importantes en tarifas postales y fletes. Además, en 1995, inexplicablemente, sus representantes fueron convocados a integrar –con voz y voto– el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión. Es decir, el organismo regulador de su propia actividad.

Es evidente que estas *injerencias* del Estado en la actividad de los medios de comunicación ecuatorianos nunca han sido objeto de cuestionamiento por parte de los empresarios mediáticos y sus voceros. De hecho, ni siquiera se las menciona. Ello responde a que, en un país en el cual las élites exportadoras, comerciales y financieras se han erigido en las principales beneficiarias del Estado, sobre todo a partir de la década de los años 40 del pasado siglo¹⁴, la inyección constante y reiterada de recursos públicos en negocios que se capitalizan en privado es vista como algo “natural”.

Todo lo señalado aquí ha contribuido a que, en el país, se haya forjado en el imaginario ciudadano la idea de que la comunicación mediatizada es una actividad que debe producirse únicamente bajo la lógica del mercado. Hasta este gobierno, la histórica privatización del espacio mediático se encontraba completamente naturalizada pues los ecuatorianos nunca nos habíamos preguntado si era legítimo –o si era democrático– que los propietarios de medios utilicen el tiempo de aire y las páginas de diarios y revistas según sus conveniencias e intereses particulares. Tampoco se nos ocurrió impugnar las relaciones, con frecuencia incestuosas y promiscuas, entre las empresas de comunicación y el capital financiero.

Desde esta concepción liberal-mercantil, el espacio de los medios nunca fue reconocido por lectores, telespectadores y radioescuchas como espacio público y, por consiguiente, la información producida para circular masivamente jamás fue considerada bien público, cuya producción debe hacerse con criterios éticos, transparentes y, sobre todo, con responsabilidad y compromiso social.

13 Según lo publicado en la edición digital de *Diario El Comercio*: http://www.elcomercio.com/politica/resumen-enlace-ciudadano-Rafael-Correa-Esmeraldas-Muisne_0_719928047.html.

14 El papel del Estado y de la política pública como recursos al servicio de las élites económicas ecuatorianas es analizado en el obra, próxima a aparecer, del historiador Roque ESPINOSA, titulada: *Un estudio de historia regional ecuatoriana: La producción arrocerca de la cuenca del Guayas, 1900-1950*.

Dentro de este esquema, los periodistas, empresarios y productores de información suelen apelar, como condición suficiente de su trabajo, a la idea de los medios como lugar de encuentro que se produce exclusivamente a través del consumo individual, y que puede abandonarse también de modo individual. La perversa apelación a la libertad de hacer *zapping* es un ejemplo elocuente de ello. El corolario quizás más problemático es que la participación de las audiencias en la generación de contenidos y en la construcción de agendas resulta sospechosa, cuando no aterradora, para los periodistas y los dueños de los medios de comunicación.

CONTIENDAS MEDIÁTICAS EN TORNO A LA REGULACIÓN DE LOS MEDIOS

Las tensiones entre los grandes medios y el actual gobierno se profundizaron a partir del inicio del debate de la Ley de Comunicación. Es revelador, de todos modos, que el escenario de la disputa entre los exponentes más reconocidos de la prensa y los funcionarios gubernamentales, que ha alcanzado altos niveles de agresividad, sea el espacio mediático.

El hecho de que Correa se haya erigido como el principal enunciador público de su gobierno le ha proporcionado un espacio y un alcance incomparables para colocar a empresarios periodísticos y a periodistas reconocidos en la misma bolsa en la que suele ubicar a la *partidocracia* y a la oligarquía, utilizando para ello formas expresivas sencillas e impactantes, coincidentes con los códigos mediáticos:

Hay un hombre siniestro en el diario, el cual todos conocemos que, en complicidad con un abogado corrupto, sinvergüenza, para hacer daño y apoyado por la oposición, para ver si, como no nos pueden vencer en las urnas, aunque sea nos destrozán las familias, lo desestabilizan emocionalmente¹⁵.

Si los medios de comunicación tienen que informar, no son los grandes electores en democracia. Los únicos electores son los ciudadanos. Por eso es que están luchando con sus recaderos, conservar ese poder para ellos decidir las elecciones. Pero eso no es democracia, ¿por qué alguien que tuvo la plata para comprarse una imprenta va tener mayor derecho que el sencillo ciudadano para elegir a un gobierno? Todos debemos tener un voto en democracia¹⁶.

En otras palabras, el gobierno ecuatoriano ha sabido incorporar los criterios de impacto mediático para sustentar y legitimar el imperativo político de sancionar una ley que, como dice el Presidente, "ponga freno a la prensa corrupta que miente y no deja de mentir"¹⁷.

Recordemos que la iniciativa de proponer una nueva normativa para la comunicación empezó a tomar cuerpo en el seno de la Asamblea Constituyente que fue convocada en el año 2007 por el actual gobierno ecuatoriano, cuya particularidad fue la apertura de espacios físicos y virtuales para que los colectivos y organizaciones sociales y comunitarias intervinieran en los debates.

Los espacios abiertos por la Asamblea Constituyente del año 2008 para la discusión de los derechos a la comunicación fueron ocupados por numerosos colectivos y organizaciones que con-

15 "Rafael Correa: Ni nos va ni nos viene lo que diga el GAFI". *Diario El Comercio*, martes 26 de junio de 2012: Disponible en: Rafael Correa: "Ni nos va ni nos viene lo que diga el GAFI"http://www.elcomercio.com/politica/Rafael-Correa-viene-diga-GAFI_0_725927611.html.

16 *Enlace ciudadano*, n.º. 275, 9 de junio de 2012, según lo publicado en la edición digital de *Diario El Comercio*: http://www.elcomercio.com/politica/Resumen-enlace-ciudadano_0_715728543.html. En nombre de la sintaxis, nos hemos permitido hacer algunas correcciones en la puntuación original.

17 *Enlace presidencial*, 24 de julio de 2010.

currieron a presentar diversas propuestas. Algunas de ellas, por ejemplo, la definición del espectro radioeléctrico como recurso público administrado por el Estado o la garantía de acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación lograron ser incorporadas a la nueva constitución y, sin duda alguna, han enriquecido las formas de concebir los derechos a la comunicación y las políticas comunicacionales.

Es así que el texto constitucional actualmente vigente contiene, por primera vez, algunos derechos vinculados a la comunicación que han sido históricamente reivindicados por sectores progresistas y organizaciones de base. La Constitución obliga entre otras cosas a que el Estado garantice la existencia de medios de propiedad pública, privada y comunitaria e impida la monopolización directa o indirecta del espacio mediático (artículo 17). Adicionalmente, en el artículo 18, se dispone que la información que circule públicamente sobre hechos y acontecimientos de interés general deba ser “veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa”.

Al momento de escribir este texto, se ha suspendido enésima vez la votación en el Parlamento de un proyecto de ley a partir del cual se busca asegurar el ejercicio y la exigibilidad de estos derechos constitucionales. La primera presentación del mismo, en el mes de septiembre de 2009, abrió un período de fuertes enfrentamientos entre el Presidente Rafael Correa, los altos funcionarios de su gobierno y los representantes más reconocidos de la denominada prensa nacional. Se inauguró así un episodio contencioso de características particulares, dadas las repercusiones políticas y, sobre todo económicas, que podría tener la aprobación de esta ley en el funcionamiento de los medios de comunicación privados o comerciales.

Durante estos tres años de malestares e inconformidades expresados por los dueños de empresas mediáticas y los periodistas más reconocidos del país, resulta evidente que los medios de comunicación gráficos y audiovisuales no han producido información que contribuya a un debate democrático en el cual las audiencias puedan formarse su propia opinión sobre los contenidos de la futura ley de comunicación. Desde el momento en el cual se instaló el debate en la Asamblea Nacional, los medios de comunicación privados promovieron una campaña de grandes proporciones en contra de la regulación estatal.

La característica fundamental de esta campaña fue la implementación de estrategias comunes entre empresas que al momento de captar segmentos de mercado se habían comportado como rivales. Un ejemplo de ello fue la decisión tomada por dos diarios de circulación nacional de editorializar en contra de la regulación utilizando la primera plana del día domingo que, como se sabe, es el más leído de la semana. Hasta donde hemos podido indagar, nunca antes un artículo editorial había ocupado la portada completa de un diario ecuatoriano. Es notorio, además, que ningún acontecimiento de importancia nacional haya merecido una toma de posición tan clara y categórica por parte de la prensa.

Otro elemento de esta campaña fue la publicación, en 22 medios gráficos a nivel nacional, de una sobrecubierta a página completa con la siguiente leyenda:

Querido Lector, te agradecemos por preferir nuestro diario. Sabemos que podrías escoger otro, estas en la libertad de hacerlo, es tu derecho, tu elección y eso se respeta. Tienes todo nuestro respeto. Elegiste leer esto en total libertad y por tu derecho a estar informado. Por respeto a tu decisión asumimos con seriedad la tarea de informar.

Nunca antes el país había presenciado un intercambio tan asiduo de notas de opinión en los medios gráficos. En los distintos momentos en los cuales el largo debate del proyecto de Ley de Comunicación ha emergido en la agenda de coyuntura, la columna que aparece en un diario, con frecuencia es reproducida al día siguiente por otro y, además, es leída, total o parcialmente, en los noticieros de radio y televisión.

En el caso de los artículos informativos, predomina el uso de fuentes claramente afines a los intereses de empresarios mediáticos, en tanto que en las entrevistas publicadas sobre el tema, los “expertos” y “técnicos” consultados, con rarísimas excepciones, argumentan en contra de la regulación estatal de la actividad de los medios de comunicación.

Otro recurso de esta campaña ha sido la publicación, en la mayoría de medios gráficos del país, de segmentos o de secciones enteras cuyos títulos intentan destacar que estos medios han cumplido siempre con su obligación de informar: “Lo conoces porque pudimos informarte”, “Periodismo positivo”, “No hemos callado” y “La historia en los medios”. De este modo, los contenidos encaminados a posicionar una imagen positiva de los medios son presentados como si se tratara de notas informativas o de grandes reportajes.

Los medios radiofónicos se han hecho eco de esta campaña a través de programas especiales, con los cuales se enlazan radios privadas de todo el país, y en los que intervienen connotados periodistas y radiodifusores que exponen largamente -y siempre sin ninguna disidencia- sus criterios contrarios al proyecto de ley. Hasta el momento, se han difundido, con gran resonancia en otros medios, un total de siete de estos enlaces.

En todos los casos, el argumento central ha sido la defensa de la “libertad de expresión” y del libre flujo de la información, en consonancia con los contenidos desplegados en los spots, cuñas y espacios publicitarios que constituyen otro componente de la mayor campaña mediática que se ha instrumentado hasta el momento en el país.

De este modo, los medios de comunicación ecuatorianos, en una acción concertada, de largo aliento y de grandes proporciones, han soslayado del debate público tanto los contenidos de la normativa propuesta como los otros derechos asociados a la comunicación, que la Constitución garantiza a todos los ciudadanos, no sólo a los periodistas o empresarios mediáticos.

Esta manifiesta convergencia entre contenidos informativos y publicitarios no hace sino ratificar el doble rol que cumplen los medios de comunicación comerciales en las sociedades capitalistas contemporáneas: en primer lugar como espacios de producción y circulación de información y, en segundo, como defensores de determinados intereses empresariales y económicos. Esta situación,

[e]n el ámbito de la comunicación se legitima también por el carácter social de la comunicación bajo la argucia de que los medios facilitan el proceso de información, comunicación y entretenimiento social cuando en verdad sólo sirven al proceso de acumulación de capital de los propietarios mediáticos y a su dominio político¹⁸.

Lo interesante es que, en muy pocas ocasiones es posible advertirlo con tanta claridad como en los momentos que se viven en Ecuador. Lo que podríamos cuestionar, sin embargo, es que esta ostensible defensa de intereses corporativos disfrazándola como “libertad de expresión” sea presentada como noticia de actualidad, como información de interés general o como opinión experta.

Luego de tres años de campaña sostenida y sistemática, es posible afirmar que las empresas mediáticas ecuatorianas han logrado construirse como actores colectivos de la contienda en torno a la regulación de las actividades de los medios de comunicación. Han conseguido articular su accionar a través de una agenda común, cuyos ejes son la defensa de libertades enunciadas en abstracto

18 HERNÁNDEZ, D & OLIVER, R (2010). “Elementos para la definición de una política de información y comunicación de Estado”, in: Sel, S: *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas*, CLACSO, Buenos Aires, p. 21.

y la resistencia al "autoritarismo", que denuncian como la característica principal del régimen del Presidente Correa.

Estos actores, identificados colectivamente, han logrado que las discusiones y negociaciones sobre una ley cuya aprobación compromete intereses económicos y políticos muy concretos, sea presentada como una especie de plebiscito de la acción del gobierno nacional en su conjunto. De este modo, cualquier desacuerdo originado en un sector de oposición podría ser y, de hecho, ha sido presentado como argumento en contra de la aprobación de la Ley de Comunicación.

TRANSFORMACIONES RECIENTES EN EL MERCADO DE LOS MEDIOS ECUATORIANOS

Prácticamente desde su asunción, el gobierno de Rafael Correa ha buscado modificar la estructura del sistema mediático nacional. En primer término, elevando a rango constitucional la posibilidad de que existan tres regímenes de propiedad (privado, público y comunitario) para los medios de comunicación. En segundo lugar, a través de la supresión de exenciones impositivas, como la del impuesto al valor agregado para el papel de periódico, dictada en 2009.

En este gobierno, como nunca antes, el Estado exige y controla que las empresas mediáticas cumplan sus obligaciones tributarias y legales. Por ejemplo, a partir de enero de 2012, los medios debieron incorporar nuevos pisos salariales para los trabajadores de prensa, un sector fuertemente golpeado por la flexibilización y precarización laborales, que además no cuenta con sindicatos organizados. Adicionalmente, desde el mes de mayo pasado, el Ministerio de Relaciones Laborales visita sin aviso previo las redacciones de periódicos y las estaciones de radio y televisión para comprobar *in situ* las condiciones en las que trabajan los periodistas. Como no podía ser de otra manera, en el marco de esta confrontación, estas y otras medidas, en su mayoría inéditas, han sido calificadas de "acoso a los medios privados" por parte de los empresarios.

Al momento de caracterizar los términos de la contienda política entre medios y gobierno, es conveniente tomar en cuenta estas acciones y sus resultados, para no caer en la simplificación de atribuirla a una retórica presidencial encendida a la cual los medios estarían *reaccionando* defensivamente. Examinemos, entonces, algunas transformaciones concretas, recientemente operadas en el mercado de los medios ecuatorianos.

En primer término, fue sólo a partir del año 2008, que Ecuador pudo contar con medios de administración estatal que se autodefinen como públicos. La mera existencia de *Diario El Telégrafo*, *Radio Pública del Ecuador* y *Ecuador TV* puede contribuir a pluralizar las miradas sobre la realidad y proponer formas de ejercicio del periodismo que superen las rutinas impuestas por el imperativo de lograr impacto para aumentar el *rating* o vender más ejemplares. Debe reconocerse, sin embargo, que los medios públicos avanzan lentamente en el camino de la recuperación de la lógica del interés común, abandonada por los medios comerciales que, tal como hemos observado, se encuentran comprometidos en la defensa de privilegios de los cuales gozado históricamente.

En este marco, el desprestigio de los nuevos medios de gestión estatal es un recurso más de la campaña instrumentada por las empresas mediáticas concentradas que hemos intentado caracterizar en este trabajo. El argumento más utilizado para ello es que, el hecho de ser de propiedad estatal, compromete su independencia en la producción informativa. Se reitera, sin base fáctica comprobable, la existencia de una *censura estatal* que se evidenciaría en los contenidos que difunden los nuevos medios públicos ecuatorianos.

Miremos lo que ha dicho un directivo de la Asociación de Editores de Periódicos (privados) del Ecuador con respecto al diario público. Es interesante señalar, sin embargo, que esta diatriba en contra de este medio fue publicada, precisamente, en diario *El Telégrafo*:

En el caso del Ecuador el caso más patético es el de El Telégrafo, que no alcanza a superar la perversa óptica de una Secretaría de Comunicación que, sin respetar contenidos, aspira cuantitativamente a ser un medio de comunicación a lo Mussolini, Hitler o Franco. Existe una resistencia profesional y editorial, pero no es suficiente ante el imperio de una estrategia que hasta el final aspira a imponer la contundencia de una sola verdad nacida desde las fuentes e interés informativo del poder. En estas circunstancias no hay un futuro periodístico, pues será imposible convertir a un diario centenario en un boletín de prensa oficial.

De este modo, se mide a los medios públicos con una vara que muy rara vez se utiliza para evaluar la calidad de la información que proponen los medios comerciales. Es decir, se olvida –involuntaria o intencionadamente– el influjo de un tipo de censura que, sin que lo notemos, ha operado históricamente en los medios comerciales y ahora se ha puesto de manifiesto, con toda su fuerza, en el contexto de la contienda política entre los medios privados y el gobierno de Rafael Correa:

La censura empresarial tiene lugar cuando los editores, los directores o los dueños de un diario, o de un canal de televisión o de una estación de radio, en respuesta a presiones económicas y no a las del gobierno, no cubren los asuntos de importancia pública de una manera completa y equilibrada y de esa manera incumplen sus responsabilidades democráticas¹⁹.

Es evidente que no es de la noche a la mañana, ni mediante la sanción de una ley, que se puede lograr que los medios públicos incorporen voces diversas, se nutran de la rica y diversa experiencia cultural del pueblo ecuatoriano y se comprometan a ofrecer información contextualizada e investigada con rigurosidad, que aporte a defender los derechos de las mayorías y a construir una sociedad más justa. Falta mucho camino por recorrer, y la construcción de los medios públicos que el país requiere es todavía una asignatura pendiente, aunque se han realizado logros importantes en dicho sentido.

Otra novedad producida en años recientes en el sistema de medios ecuatorianos tiene que ver con la incautación de ocho estaciones de radio y televisión, en 2008, por parte de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) del Estado. Estos medios pertenecían Grupo Isaías que, además, operaba en el sistema financiero y fue acusado de corrupción y de ser el principal causante de la crisis bancaria de 1999. De este modo, cinco canales de televisión y tres radioemisoras quedaron bajo la administración directa del Estado.

Resulta muy complicado explicar la configuración y las características de estos *medios incautados*, que han dejado de ser privados y que, al mismo tiempo, no pueden ser clasificados como públicos, aunque estén administrados por el Estado. En primer término, su programación, sobre todo en los rubros de variedades, prácticamente no han cambiado luego de esta intervención. Se siguen difundiendo programas ficcionales *enlatados*, se continúan produciendo los mismos espacios cómicos y de entretenimiento, incluso aquellos que han recibido fuertes críticas por sus contenidos discriminatorios y por su escasa calidad. Por otra parte, en estos medios, a diferencia de los públicos, no se ha procurado la inclusión de producciones independientes, no se programa cine nacional o latinoamericano ni se han incluido formatos televisivos y radiofónicos innovadores. Es decir, se ha seguido apostando a la producción de bajo costo y de alto impacto. Posiblemente debido a estas características, algunos reconocidos voceros de las empresas mediáticas privadas, sostienen que los me-

19 FISS, O (2008). *Las dos caras del Estado*. Título original: *Two Faces of the Law*. Traducción castellana de María Luisa Piqué. Conferencia dictada en la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

dios incautados, en especial las cadenas televisivas TC y GAMA, “le permiten (al Gobierno) copar los mayores espacios de sintonía”²⁰.

Una crítica que se reitera desde distintos medios y sectores de oposición es que el Estado, pese a que anunció que vendería las radios y canales incautados en un plazo breve, aún no lo ha hecho. Otro señalamiento fuerte es la transformación “gobiernista” de la propuesta informativa de estos medios de comunicación:

Los cambios de contenido en los dos canales incautados por el Gobierno también son notorios, pero se dieron de a poco. En el plano operacional, hace un año Gamavisión comenzó a ser parte directa del Estado con los equipos y personal de transmisión directa durante las cadenas sabatinas. Los cambios en el contenido de programación y noticieros estuvieron, en sus inicios, a cargo de José Toledo. En ambos medios encontró resistencia. Sin embargo, de a poco fueron cediendo. Los noticieros se llenaron de informaciones estatales. “Nos pedían coberturas periodísticas que antes no se hacían”, dijo un periodista de TC que mantiene en reserva su nombre²¹.

Otra innovación en el espacio mediático ecuatoriano ha sido la creación de un medio gubernamental: el periódico El Ciudadano que circula desde abril de 2008, en formato físico y digital y se identifica como “el periódico del gobierno la Revolución Ciudadana”. Este medio forma parte de una operatoria política que procura incidir agenda mediática con contenidos propios, mediante una estructura comunicacional que incluye grandes infraestructuras tecnológicas, equipos especializado en producción gráfica y audiovisual y numerosos comunicadores.

Los equipos oficiales de comunicación producen spots y cuñas publicitarias, piezas audiovisuales de corta duración y un producto estrella: el *Enlace Ciudadano*, programa sabatino de unas 3 horas de duración, en el que el Presidente informa personalmente al país sobre la labor cumplida en la semana. Estos productos de comunicación gubernamental se destacan por el uso eficiente de códigos mediáticos impactantes, por su lenguaje pedagógico y por una clara intención de hablar a las mayorías, aproximándose a su cotidianidad y a sus prácticas.

El gobierno basa su exitosa estrategia de comunicación política en la difusión de los enlaces sabatinos, las cadenas nacionales y la publicidad oficial, espacios en los que se maneja una lógica de contacto directo con los ciudadanos. Según la encuesta de Perfiles de Opinión citada al inicio de este trabajo (revisar la nota n° 2), el 64,9% de los consultados afirma que la información que brinda el gobierno sobre su gestión es “creíble”, en tanto que el 67,3% considera que es “necesario” que se mantenga el enlace presidencial semanal.

LOS TÉRMINOS DE UNA CONFRONTACIÓN

El gobierno de Rafael Correa busca establecer reglas de juego nuevas y claras para el funcionamiento de los medios de comunicación. Ha procurado colocar a los actores comunitarios y públicos en igualdad de condiciones para el acceso a pauta oficial y privada, promover el reparto del espectro radioeléctrico y establecer normas comunes para la producción de contenidos. Sin embargo, algunas evidencias indican que estas medidas podrían no contar con apoyos suficientes en el mismo gobierno nacional, tanto en el poder ejecutivo como en el legislativo.

20 “Medios incautados sin plazos de venta”, *Diario La Hora*, jueves 22 de marzo de 2012.

21 “Canales incautados no gustan”, *Diario Hoy*, 6 de julio de 2009.

Por su parte, los grandes medios ecuatorianos se han evidenciado como *públicos fuertes*²², que son capaces de movilizar a partir de sus intereses económicos y políticos propios, que tienen gran poder de decisión en las cuestiones nacionales, incidencia en las agendas políticas y habilidad para construir climas de opinión dominantes. A tres años de fuerte resistencia a la aprobación de la ley de comunicación, los medios han mostrado gran voluntad para construir apoyos en el espacio nacional e internacional y oponerse a un proyecto político que ha demostrado tener la capacidad y el apoyo necesarios para suprimir sus privilegios.

En esta línea, han instrumentado un doble movimiento, nacional e internacional, para aglutinar intereses y reivindicaciones corporativas bajo el lema de la defensa de la *libertad de expresión*. A nivel nacional, a través de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos, AEDEP, lograron construir una voz mediática unificada, logrando convocar, además, a los exponentes de la política tradicional y a las cámaras empresarias. Ello explicaría que Ley de Comunicación haya sido resistida desde posiciones políticas tan distintas como la Concertación, movimiento político de derecha liberal y el Movimiento Popular Democrático, partido de inspiración maoísta.

Internacionalmente los medios y sus aliados, lograron convocar, a través de la Sociedad Interamericana de Prensa, a ONG como Reporteros sin Fronteras y Human Rights Watch. De este modo, consiguieron asociar su resistencia a la sanción de la ley de comunicación a una defensa de los derechos humanos de características muy *sui generis*. Recordemos que la intervención de la Relatoría para la Libertad de Expresión de la CIDH, a propósito de la causa judicial contra diario El Universo, ha estado intermediada precisamente por estas ONG.

Así, la apelación a un organismo internacional de defensa de los derechos humanos respondió a la intervención de opiniones movilizadas desde las empresas privadas y desde ONG que, tal como se ha denunciado, reciben financiamiento de entidades comprometidas con la deslegitimación de las transformaciones políticas generadas en América Latina en años recientes. En este sentido, se ha mencionado que organizaciones como la National Endowment for Democracy, NED, fundación creada durante el gobierno de Ronald Reagan, han jugado un papel importante en la provisión de recursos y en el posicionamiento internacional de las reivindicaciones empresariales frente a las iniciativas regulatorias del gobierno ecuatoriano.

Desde hace casi tres años, los medios de comunicación ecuatorianos han dejado de hacer periodismo y, en lugar de información, promueven campañas de propaganda sostenidas y auto-referenciales en contra de la regulación de su actividad y en contra del gobierno que la impulsa, olvidando una vez más a los públicos y sus derechos a la información. Esta jugada los catapultó como actores políticos. De este modo, quedaron absolutamente reconocidos como la cara visible de una oposición que carece de capacidad de movilizar y de construir un proyecto político articulado.

La aprobación de la Ley de Comunicación resulta indispensable para democratizar la comunicación como condición necesaria para democratizar la sociedad. Por desgracia, la estrategia comunicacional del gobierno de Rafael Correa no ha logrado fracturar las alianzas entre los medios empresariales y los dirigentes políticos del heterogéneo arco opositor. Los tres años transcurridos desde el inicio del debate de la ley han evidenciado que el poder mediático, en Ecuador, no es solo una metáfora.

22 FRASER, N (1992). "Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente", in: CRAIG, C (Comp.) (1992). *Habermas y la esfera pública*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts and London, England.