



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

Tensiones mediáticas en el gobierno de Rafael Correa: caso las sabatinas.

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación

AUTOR:

Evelyn Fernanda Guzmán Cajilema

TUTOR:

Mg. Jenny de los Ángeles Proaño

AMBATO - ECUADOR

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutora del Trabajo de Investigación sobre el tema “Tensiones mediáticas en el gobierno de Rafael Correa: caso las Sabatinas” de la señorita Evelyn Fernanda Guzmán Cajilema, egresada de la carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencia Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que el trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 18 de julio de 2023



.....
TUTORA:

Mg. Jenny De Los Ángeles Proaño Zurita

CI: 1713480661

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “TENSIONES MEDIÁTICAS EN EL GOBIERNO DE RAFAEL CORREA: CASO LAS SABATINAS”, así como también las ideas, análisis y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 18 de julio de 2023



.....
Evelyn Fernanda Guzmán Cajilema

CI: 1850140177

AUTORA

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normas de institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además, apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 18 de julio de 2023



.....
Evelyn Fernanda Guzmán Cajilema

CI: 1850140177

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “TENSIONES MEDIÁTICAS EN EL GOBIERNO DE RAFAEL CORREA: CASO LAS SABATINAS” presentado por la Srta. Evelyn Fernanda Guzmán Cajilema de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Comunicación de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato..... del 2023

Para constancia firman:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA:

Todos mis logros se los dedico a mi madre Dominga Cajilema quien me brindó su apoyo incondicional, además de inculcarme buenos valores para cumplir todos mis sueños.

Asimismo, a aquella niña que prometió luchar por sus sueños para hacerle sentir feliz y orgullosa a una maravillosa mujer, quien fue padre y madre para sus seis hijos.

AGRADECIMIENTO:

Agradezco a Dios por darme la fuerza y sabiduría para luchar por mis objetivos, por regalarme una familia hermosa que ha estado conmigo en todo momento.

A mi madre Dominga y a mis hermanos Carlos, Tatiana, Cristian, Jessica y Belén por su apoyo incondicional y por su confianza depositada en mí.

A mis compañeros y amigos que hicieron de esta etapa la más maravillosa, especialmente a mi amiga Andrea que siempre me motivó para lograr mis objetivos.

Asimismo, a mi novio Alex quien me brindó todo su apoyo durante esta etapa de mi vida.

Finalmente, agradezco a la profe Jenny Proaño, por sus conocimientos impartidos para lograr culminar mi investigación.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA:.....	i
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DEL AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA:	vi
AGRADECIMIENTO:	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE MATRICES.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes de investigación	1
1.2 Comunicación política: un acercamiento teórico	1
1.2.1 Comunicación política en América Latina	4
1.2.2 Mediatización de la política.....	7
1.3 Comunicación de Gobierno.....	8
1.3.1. Tipos de comunicación gubernamental	10
1.3.2 Medios, populismo y poder	11
1.3.3 Democratización y desdemocratización de la comunicación	13
1.3.4 Democracia en el Gobierno de Correa.....	14
1.4 Los medios y las estrategias de campaña política.....	16

1.4.1 Políticas de comunicación en el Ecuador	20
1.4.2 Tensiones en las políticas públicas del Gobierno Correista	23
1.5 Objetivos	27
1.5.1 Objetivo General	27
1.5.2 Objetivos específicos	27
CAPÍTULO II	28
MARCO METODOLÓGICO	28
2.1 Metodología.....	28
2.2.2 Enfoque	31
2. 3 Materiales y recursos	31
2.4 Matriz de análisis.....	32
2.4.1 Matriz de espacios temporales en el discurso de Correa	32
2.4.2 Matriz de análisis de discurso político.....	32
CAPÍTULO III.....	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
3.1 Análisis y discusión de resultados.....	34
3.2 Matriz de espacios temporales en el discurso de Correa.....	35
3.2.1 Matriz de análisis de discurso político	38
3.3 Discusión de resultados	75
CAPÍTULO IV.....	79
4.1 Conclusiones	79
MATERIALES DE REFERENCIA	79

ÌNDICE DE MATRICES

Matriz 1. Espacios temporales en el discurso de Correa.....	32
Matriz 2. Análisis del discurso político de Correa.	33
Matriz 3. Espacios temporales en el discurso de Correa, Enlace ciudadano 191.	37
Matriz 4. Análisis de discurso político de Correa, Enlace Ciudadano 191.....	46
Matriz 5. Espacios temporales en el discurso del Correa, Enlace Ciudadano 208. ...	49
Matriz 6. Análisis del discurso político de Correa, Enlace Ciudadano 208.....	59
Matriz 7. Espacios temporales en el discurso del Correa, Enlace Ciudadano 523. ...	62
Matriz 8. Análisis del discurso político de Correa, Enlace Ciudadano 523.....	74

ÌNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Caricatura de Bonil	25
Figura 2. Caricatura de Bonil	26
Figura 3. Discurso en el Enlace ciudadano · 191	39
Figura 4. Discurso en el Enlace ciudadano · 191	43
Figura 5 Discurso en el Enlace ciudadano · 191	44
Figura 6. Auditorio en el Enlace ciudadano · 191	46
Figura 7. Enlace ciudadano · 208, aptura de la caricatura publicada por diario el Comercio	49
Figura 8. Enlace ciudadano · 208, Correa rompe el ejemplar de la Hora	52
Figura 9. Enlace ciudadano 208, Correa en el discurso	53
Figura 10. Enlace ciudadano · 208, captura de la nota periodística.....	55
Figura 11. Enlace ciudadano · 208, gestos de Rafael Correa.....	57
Figura 12. Enlace ciudadano · 208, Gestos de Rafael Correa.....	57
Figura 14. Auditorio en el enlace ciudadano · 208	59
Figura 13. Enlace ciudadano · 208, ciudadanía presente en el enlace.	59
Figura 15. Enlace ciudadano · 523, discurso de Correa.....	63
Figura 16. Enlace ciudadano · 523, Correa rompe el periódico de La Hora.....	70
Figura 17. Enlace ciudadano · 523, gestos de Correa.	69
Figura 18. Enlace ciudadano · 523, gestos de Correa	70
Figura 19. Enlace ciudadano · 523, ciudadanos presentes en la última sabatina	74

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación titulada “**TENSIONES MEDIÁTICAS EN EL GOBIERNO DE RAFAEL CORREA: CASO LAS SABATINAS**”, parte de una serie de estudios, donde se realizó el análisis del discurso emitido por el expresidente Correa hacia los medios de comunicación privados, esto con la finalidad de identificar las tensiones que existieron entre estos dos actores dentro de las sabatinas, los enunciados analizados se tomaron del segmento “La libertad de expresión ya es de todos”. La metodología que se utilizó se fundamentó en la elaboración de matrices de análisis de discurso político, conteniendo categorías como: tiempo, lugar, recursos mediáticos utilizados, repetición, dramatización, sentimientos, emociones, ironía y humor, contexto comunicacional, tipo de *ethos*, actores presentes en el discurso, papel de los medios y el rol de los ciudadanos. Por otro lado, la tesis se divide en: Capítulo I, marco teórico, dedicado a fortalecer una base teórica sólida con diversos autores que abordaron temas como comunicación política, estrategias de comunicación y medios de comunicación. Capítulo II, metodología, donde se presentó el desarrollo de un estudio cualitativo. Capítulo III, análisis y discusión de resultados, en este capítulo se presentó el desarrollo de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la metodología, conjuntamente con la respuesta a la pregunta de investigación. Por último. Capítulo IV, donde se expusieron las conclusiones que se llegó en la investigación.

Palabras clave: comunicación política, análisis del discurso, medios de comunicación, sabatinas.

ABSTRACT

The present research entitled "**MEDIA TENSIONS IN THE GOVERNMENT OF RAFAEL CORREA: THE CASE OF THE SABATINAS**", is part of a series of studies, where the analysis of the speech issued by former President Correa to the private media was carried out, this in order to identify the tensions that existed between these two actors within the Sabatinas, the statements analyzed were taken from the segment "Freedom of expression belongs to all". The methodology used was based on the elaboration of political discourse analysis matrices containing categories such as: time, place and media resources used, repetition, dramatization, feelings, emotions, irony and humor, communicational context, type of ethos, actors present in the discourse, role of the media and the role of citizens. On the other hand, the thesis is divided into: Chapter I, theoretical framework, dedicated to strengthen a solid theoretical base with various authors who addressed issues such as political communication, communication strategies and media. Chapter II, methodology, where a qualitative study was presented and developed. Chapter III, analysis and discussion of results, this chapter presented the development of the results obtained through the application of the methodology, together with the answer to the research question. Finally. Chapter IV, where the conclusions reached in the research were presented.

Key words: political communication, discourse analysis, mass media, sabatinas.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de investigación

Esta investigación parte de una serie de tesis de maestría y doctorado que se tomaron como referencia, con la finalidad de sistematizar la investigación sobre el tema: “Tensiones mediáticas en el gobierno de Rafael Correa: caso las Sabatinas”, estos recursos bibliográficos son de utilidad para la construcción teórica y metodológica de la investigación presentada.

Tesis de maestría	
Nombre:	Comunicación, democracia y dictadura: la prensa en los intentos de golpe de Estado a Guillermo Rodríguez Lara y Rafael Correa en Ecuador.
Autor:	Suelen Jenifher Granda Avilés
Año:	2020
Universidad	FLACSO- Ecuador
Link:	https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/17022/2/TFL_ACSO-2020SJGA.pdf
Utilidad:	El autor plantea conceptos teóricos sobre democracia y dictadura, además de explicar el rol de los medios de comunicación en el proceso político que ayudaron a identificar el rol de los medios de comunicación, en especial de la prensa, como estos medios actuaron frente al golpe de Estado de Guillermo Rodríguez Lara y Rafael Correa.

Tesis de maestría	
Nombre:	El Enlace Ciudadano una estrategia de comunicación que usa los códigos del espectáculo mediático para construir identidades políticas.
Autor:	Jaqueline Ocampo Olalla
Año:	2018

Universidad	FLACSO - Ecuador
Link:	https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/17022/2/TFLACSO-2020SJGA.pdf
Utilidad:	Esta investigación aporta con contenidos teóricos y metodológicos sobre la comunicación política y el análisis de la estructura de los enlaces ciudadanos en el gobierno de Rafael Correa y el efecto que generó este programa en la ciudadanía.

Tesis de doctorado	
Nombre:	La negociación de las escenas mediática: los gobiernos de izquierda y los grandes grupos mediáticos nacionales en América del Sur. Los casos de Argentina (2003-2015) y Uruguay (2005-2015).
Autor:	Ivan Schuliaquer
Año:	2018
Universidad	Universidad de Buenos Aires
Link:	http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/2444
Utilidad:	Esta investigación ayudó a entender como funcionaron los gobiernos de la izquierda en América Latina, identificados por ser gobiernos con una nueva forma de gobernar y de reconocer a los medios de comunicación como sus principales adversarios u opositores políticos.

Tesis de doctorado	
Nombre:	Comunicación de Gobierno en el populismo Latinoamericano: El caso de Rafael Correa, Ecuador
Autor:	Caroline Ávila Nieto
Año:	2017
Universidad	Pontificia Universidad Católica de Chile
Link:	https://repositorio.uc.cl/handle/11534/21604
Utilidad:	La autora con esta investigación identifica el papel de la comunicación dentro de un gobierno, además de comparar las estrategias utilizadas por el gobierno ecuatoriano para llegar a los

	ciudadanos de una forma más efectiva sin la intervención de los medios de comunicación privados.
--	--

Tesis de maestría	
Nombre:	La democracia y la mediatización del discurso político. Estudio del proceso constituyente en los editoriales de El Mercurio Y La Tercera.
Autor:	Cristóbal Carmona
Año:	2017
Universidad	Universidad de Chile
Link:	https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/187539/Tesis%20%20discruso-politico-el-mercurio-la-tercera.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Utilidad:	Esta investigación aporta conocimientos sobre la mediatización y el análisis crítico del discurso para entender cómo y con qué finalidad se crean. Además, para comprender cuál es el papel de los medios de comunicación frente a un acontecimiento político.

Tesis de maestría	
Nombre:	Prensa y poder: el grupo de diarios de América frente a las leyes de comunicación de Argentina y Ecuador.
Autor:	Gustavo Javier Fuchs Alvarado
Año:	2014
Universidad	FLACSO- Ecuador
Link:	http://hdl.handle.net/10469/7714
Utilidad:	En esta investigación el autor indaga sobre los conflictos que existen entre los medios de comunicación, los grupos económicos y el gobierno. A la vez contextualiza temas como la democratización de los medios y el poder que tiene los medios en el sistema político.

Tesis de maestría	
Nombre:	La disputa ideológica entre los medios y el gobierno: análisis comparativo de discurso en los editoriales de los diarios nacionales El Universo, El Comercio y El Telégrafo, tras la sentencia del juicio instaurado por el presidente ecuatoriano Rafael Correa contra diario El Universo, en 2011.
Autor:	María Fajardo
Año:	2013
Universidad	FLACSO- Ecuador
Link:	https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3791
Utilidad:	Esta investigación aporta con conocimientos teóricos y metodológicos sobre los conflictos entre los medios de comunicación privados y el gobierno, a través de un análisis de contenido discursivo de los medios de comunicación y como el gobierno los desafiaba públicamente por atentar contra la libertad de expresión.

1.2 Comunicación política: un acercamiento teórico

Según Carlos Muñiz (2019) la concepción propuesta por Steven Chaffee en los años setenta sobre la comunicación política se refiere al papel que desempeña la comunicación en el ámbito político. Esto implica la interacción entre la política y los medios, la participación de los ciudadanos en el entorno político y su capacidad para ejercer influencia en él. También aborda la forma en que los políticos se comunican con los ciudadanos y cómo los medios de comunicación presentan las noticias políticas a la población.

Mientras que Gianpietro Mazzoleni (2012) citado por Maira Vaca (2018), como una conexión compleja entre la política y los medios de comunicación, especialmente desde el surgimiento de la comunicación masiva. En este contexto, tanto la política como los medios revelan que los riesgos involucrados en este proceso son significativos. Estos riesgos van desde ciudadanos que se convierten en meros consumidores de noticias políticas insignificantes hasta gobiernos impulsados por los

medios. En este panorama, la política se presenta como un mundo espectacular en el que las campañas políticas, la personalidad y el rendimiento se elevan por encima de los asuntos políticos fundamentales, como el bienestar de los ciudadanos.

La comunicación política puede ser comparada con un triángulo equilátero en el cual se intercambian discursos entre los actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política. Estos actores se ubican en los vértices del triángulo, siendo los políticos, periodistas y ciudadanos. Debido a que sus intereses suelen entrar en conflicto, estos discursos se mantienen en constante tensión y se resuelven a través de consensos, cooptación o imposiciones. Estas tensiones deben equilibrarse entre sí para mantener el sistema en un estado de inestable equilibrio (Amado, 2016, p.97).

La comunicación política también estudia la relación que existe entre los tres actores como son: los políticos, los medios de comunicación y la ciudadanía, donde sus discursos e intereses son diferentes. Cuando los medios y los políticos se unen, generan una captación y seducción que les hace creer que solo lo publicado existe, sin dejar oportunidades de opinar a la ciudadanía sobre esos temas, más aún, cuando la principal víctima de este proceso es la política, porque de cierto modo deja de ser confiable.

Del mismo modo, la comunicación política entendida por Néstor Restrepo (2019) no solo es una práctica antigua en los grupos humanos, sino que también ha sido objeto de estudio por parte de diversos pensadores a lo largo del tiempo. Esta conexión entre ambos ámbitos ha existido desde siempre. A medida que ha avanzado el tiempo, los partidos políticos, los medios de comunicación y los políticos han ido evolucionando y diferenciándose, emancipándose de formas progresivas y estableciéndose como resultado de nuevas formas de expresión de las identidades sociales.

Existen cinco ventajas de la comunicación política que para Dominique Wolton (1998) son: a) la interacción de los tres actores (políticos, medios de comunicación y opinión pública), b) maneja dimensiones como: la política, la democracia, la información y la comunicación, a través de del siguiente proceso: 1) aparecen temas y conflictos políticos en el espacio público, 2) los medios de comunicación difunden la información y los periodistas informan y crean críticas sobre esos temas, 3) la opinión pública crea diferentes perspectivas de lo transmitido por los medios; c) señala la trascendencia de los discursos políticos que provocan conflictos en el espacio público

y su permanencia dentro de este, debido a que causan un debate entre los tres actores; d) plantea que la comunicación permite que la política transforme el discurso político en un espectáculo, donde se evidencian los sentimientos sobre la razón. Por último, el autor señala que el público está presente en las interacciones de la política, información, comunicación y los tres actores de la comunicación política.

La comunicación política es un desafío debido a que se basa en conceptos que ya están cargados de significado. Sus relaciones son inherentemente problemáticas y sus manifestaciones abarcan múltiples dimensiones. Para el autor, la comunicación política es un campo de conocimiento que se caracteriza por ser interdisciplinario y por la diversidad de enfoques que abarca, debido a la naturaleza transversal de los problemas que plantea (Gerstlè, 2015, p. 17).

Cualquier tipo de manipulación o control de la comunicación implica un manejo sobre la sociedad en su conjunto. En otras palabras, la manera en que se diseñan los mensajes, los códigos que se les asignan y las realidades a las que se refieren, tienen un impacto significativo en la relevancia y la difusión de un tema en la sociedad. Incluso pueden determinar si dicho tema llega a formar parte de una realidad construida o simplemente reflejada por el emisor y compartida por el receptor. En este sentido, los límites del lenguaje también son los límites del pensamiento. Esta idea se asemeja a la forma de dominación de la sociedad imaginada por George Orwell, donde un Estado crea un nuevo lenguaje, conocido como neolengua, que condiciona el pensamiento de los hablantes y hace imposible cualquier forma de reflexión sobre la realidad que nos rodea.

En el desarrollo de la comunicación política, los medios de comunicación son importantes para persuadir al electorado a través de mensajes e imágenes. Para Gianfranco Pasquino (1990) los medios de comunicación masivos, en especial la televisión en la escena política, ha originado un espectáculo mediático-político que establece un cambio en la relación entre el liderazgo político y la comunicación política, que cambia las interacciones entre los líderes políticos y los electores, también con las organizaciones sociales y representativas, los partidos políticos, entre otros. Del mismo modo, las incorporaciones de los medios de comunicación masivos en la política permiten que aparezca el liderazgo político, en el que la personalidad de los hombres y las mujeres se construyen individualmente, dejando aparte la

institucionalidad política, pues es necesaria la construcción de la personalidad dentro de un proceso político.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, la comunicación política y la comunicación digital en las campañas políticas se han fusionado, generando una nueva forma de interacción comunicativa entre los políticos y los votantes. Esto ha permitido que los actores políticos segmenten sus opciones de acuerdo a los intereses ideológicos para obtener más votos. Según Restrepo (2019) la participación de Internet en el ámbito político transformó el desarrollo de las campañas electorales de los últimos tiempos, llevándolas al ciberespacio. En este nuevo escenario, los debates ya no se centran únicamente en lo que los partidos políticos consideren prioritario, sino en lo que plantea la sociedad en el entorno virtual. En cierto sentido, los ciudadanos no solo desean ser receptores pasivos, sino que aspiran a ser escuchados activamente.

La comunicación política actúa en un espacio de desigualdades y contradicciones, donde el poder condiciona el control de la comunicación y la elaboración de estrategias. Del mismo modo, se puede determinar que el progreso de la comunicación política es proporcional a la decadencia de las instituciones políticas, el discurso político con cargas ideológicas y la lucha por obtener la hegemonía.

1.2.1 Comunicación política en América Latina

Los medios de comunicación atravesaron una crisis global a finales del siglo XX, por la difusión de las nuevas tecnologías que afectaron a la prensa tradicional de manera regional, debido al aumento de líderes de izquierda en América Latina que tensionó la relación con los medios de comunicación tradicionales, no obstante, los medios siguen siendo uno de los actores más importantes en este espacio político.

Según José Natanson (2014), esta tendencia global se ha manifestado de manera particular en algunos países de América Latina. Varios países de la región atravesaron crisis económicas que marcaron el fin del ciclo neoliberal, acompañadas de estallidos sociales y represiones que variaron en su grado de violencia. El cambio del neoliberalismo hacia lo que se conoce como la “nueva izquierda” se llevó a cabo de forma más o menos constitucional, pero no estuvo exento de consecuencias. En este proceso, se produjo la desaparición de sistemas partidarios que habían estado en

funcionamiento durante años. Casos notables incluyen el Punto Fijo en Venezuela, el modelo de “democracia pactada” en Bolivia y el sistema ecuatoriano, los cuales dejaron de existir en un corto lapso de tiempo.

Para Natanson (2014) en América Latina, el sistema político experimentó una reconfiguración gracias al liderazgo de líderes muy populares como Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa y Néstor Kirchner. Estos líderes lograron reconstruir la autoridad presidencial y presentaron un programa de reformas. Sin embargo, esta reconfiguración solo afectó a una parte del sistema político, específicamente al grupo oficialista, dejando a la oposición sumida en conflictos personales y problemas internos. No obstante, este vacío fue aprovechado por actores como los medios de comunicación, quienes asumieron en varios países un papel político en representación de la oposición. En algunos casos, estos actores contaron con el respaldo de poderes fácticos, como las Fuerzas Armadas, la iglesia, los organismos financieros y los propios medios de comunicación. Ejemplos de esto son los gobiernos autónomos en Bolivia o la burocracia petrolera en Venezuela.

Para Philip Kitzberger (2020) los gobiernos de la llamada “izquierda populista” en América Latina, se observó una dinámica de confrontación con los actores tradicionales de los medios de comunicación y el periodismo. Estos conflictos generaron una polarización en el espacio público y fueron impulsados por el Estado, en alianza con diversas demandas de la sociedad. Además, se plantearon reformas legales ambiciosas que no tenían como objetivo redefinir el orden comunicativo de los medios.

Entre 2004 y 2014 se sancionaron leyes regulatorias en varios países de América Latina, que para los opositores eran leyes creadas con el propósito de callar o “amordazar” a la prensa. Para Luisa Ochoa, Angélica Castro y Esteban Cubero (2017) estas regularizaciones tuvieron sus propios contextos que iniciaron con cambios políticos de nuevos gobiernos y también en la transformación de las Constituciones Nacionales, donde se aprobaron las siguientes leyes y reglamentos en cuanto a la comunicación:

Bolivia: Ley General de Telecomunicaciones (2014), en esta ley se prohibió la creación de monopolios y oligopolios de medios de comunicación, además de aprobar la creación de medios de comunicación comunitarios con las mismas oportunidades.

Ecuador: Ley Orgánica de Comunicación y Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación (2013), al igual que en Bolivia se prohibió la creación de monopolios y oligopolios de medios de comunicación, aborda el aumento de frecuencias de medios públicos y comunitarios, además de regular los contenidos en los medios tradicionales.

Venezuela: la Ley Orgánica de Telecomunicaciones de 2000, propuso la democratización de los medios y apoyó a la creación de medios comunitarios, es así que Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (2007), propuso temas como la soberanía nacional y la construcción de contenidos nacionales.

Argentina: Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual (2009) y Uruguay: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2015), los dos países tenían cierta similitud en sus leyes, debido a que los medios comunitarios eran reconocidos y apoyados por movimientos sociales. Además, no se incluían reformas sobre los contenidos informativos y periodísticos.

Los países latinoamericanos se caracterizan por poseer medios de comunicación privados sin tradición de medios públicos y comunitarios, generando tensiones entre el Estado y los medios, “esto se verifica en la decisión de muchos presidentes de crear un “by pass mediático” que les permita comunicarse directamente con la sociedad, el impulso a leyes regulatorias y la ampliación del complejo a medios públicos” (Rincón, 2010, p.15). Con la incorporación de los medios comunitarios en países latinoamericanos, el manejo de la comunicación política en estos gobiernos promovió a los ciudadanos el derecho a la información sobre las gestiones realizadas por sus mandatarios, debido a que estos políticos utilizaban estos medios como espacios de rendición de cuentas. De cierto modo, a través de estos espacios los ciudadanos conocieron y criticaron el trabajo de cada uno de sus representantes, sin contar que estas fueron estrategias que permitían a los gobernantes mantenerse en campaña permanente.

Además, durante este período se produjeron rupturas con grupos elitistas en relación con la política. Soledad Segura y Silvio Waisbord (2016), citados por Kitzberger (2020), identifican tres rupturas significativas: 1) Se politizó un ámbito de la política que solía ser relegado, ya que en otros gobiernos las decisiones se limitaban a acuerdos entre élites políticas y mediáticas, lo cual perjudicaba a los ciudadanos. 2) Se incorporaron actores marginados, como la sociedad civil, en el desarrollo de la creación de políticas públicas. 3) Se restringieron los intereses comerciales en favor de una mayor intervención estatal y de enfoques alternativos en el ámbito de las comunicaciones.

1.2.2 Mediatización de la política

La mediatización de la política es un proceso por el cual los medios de comunicación masivos, en especial la televisión, construye e imponen ideas sobre la realidad de la política. Por ello, “los medios de comunicación forman parte activa de los sistemas democráticos, son actores de intermediación entre las élites políticas y los ciudadanos” (Ortega, 2011; Castells, 2009, citado por Navarro y Rodríguez, 2017, p. 144). Los ciudadanos siguen la actividad política no de forma directa sino mediatizada.

Siguiendo a Mazzoleni y Schulz (1999), entendemos mediatización como el proceso por el que los medios interfieren en el proceso político y, si bien esto no supone el control mediático de las instituciones políticas, sí implica una creciente pérdida de su autonomía (Chavero, 2018, p.125)

Para Franklin Cornejo (2022) el poder se define como el control sobre la comunicación y la información, tanto por parte del Estado y los medios de comunicación como por parte de las organizaciones. Desde esta perspectiva, la comunicación de masas, es decir, la comunicación que alcanza a toda la sociedad, se configura y se administra a través de relaciones de poder establecidas en la industria de los medios de comunicación y en la política estatal. En lo que respecta a la televisión, esto se manifiesta en la relación entre el índice de audiencia y el negocio, lo que justifica, por ejemplo, la oferta de contenido sensacionalista en detrimento de la información orientada al conocimiento y al fortalecimiento de valores humanos.

Según Brants et al. (2020), la información política desempeña un papel importante en el control democrático, así como en la formación de consenso y en la percepción de la realidad política. Por esta razón, los partidos políticos buscan estar cerca de los medios de comunicación, ya que a través de ellos pueden llegar de manera más efectiva a los ciudadanos.

Para Cornejo (2022), los gobiernos en el siglo XXI, tanto en distintas partes del mundo como en América Latina, se están alejando de sus auténticas prioridades, como la función de ser mediadores en la seguridad y velar por el bienestar general de la población. En el contexto latinoamericano, los sistemas mediáticos han sido escasamente regulados, pero han estado sometidos a un fuerte control por parte de diferentes gobiernos con la colaboración de los propietarios de los medios de comunicación. Esto ha resultado en un sistema mediático que se ha convertido en una serie de negociaciones entre los actores políticos en el poder y las empresas relacionadas con los medios de comunicación.

Carolina Ávila (2017) menciona que la influencia de la mediatización política también es evidente en la conformación de las agendas políticas, que en muchos casos suelen ser planteadas por los medios, “en pocas palabras cuando dirigen sus cámaras a ciertas realidades políticas o locales, los medios están en condiciones de imponer la agenda política”, pero dada su relación mutua, la agenda política es el resultado de la interrelación entre el actor político y los medios de comunicación. Por tanto, los medios de comunicación no asumen un rol mediático, sino político porque interfieren en la actividad política. El equilibrio de este proceso está determinado por el nivel de autonomía de los políticos y los medios.

1.3 Comunicación de Gobierno

Para Mario Riorda (2011) la comunicación gubernamental es un método a través del cual un gobierno democrático intenta hacer explícitos sus propósitos y orientaciones a un amplio número de personas, para obtener apoyo y generara consenso en el desarrollo de sus políticas públicas. Para estos autores gobernar es comunicar, pues sostiene que la gestión implica generar consenso, lo cual solo se puede lograr mediante la comunicación política. Así entonces, este concepto describe el rumbo general del gobierno, el cual permite a los ciudadanos distinguir el futuro deseado o comprender

los temas clave a representarse en el futuro. Dicho de otro modo, es la representación que el gobierno desea transmitir de sí mismo, es toda la planificación comunicacional y de trabajo que pretende consolidar y describir el objetivo de gobierno, a través de la habilidad de insertar poder en el lenguaje, pues genera relatos y significados que luego serán apropiados por los ciudadanos y transformarán la realidad.

Para Iliana Paz (2020) dentro de un sistema democrático, un gobierno legítimo debe nacer de las opiniones que los electores expresan mediante su voto en elecciones libres. Esta legitimidad no es suficiente para que un gobierno se mantenga en el poder, para ello es fundamental que el poder sea ejercicio de manera legítima. La gobernabilidad dependerá en gran parte de que el poder sea ejercido en sintonía con estados prevalecientes de opinión pública, en otras palabras, que esté fundado sobre el consenso de los ciudadanos. La palabra “consenso” hace referencia a un sentir conjunto, común, compartido. En un sistema democrático, se presume que existe un consenso en tres niveles: a) de los valores últimos que fundan la comunidad; b) de las reglas de juego, es decir, el régimen político; (c) de las políticas públicas del gobierno.

La comunicación gubernamental debe cumplir un doble rol, brindar a los ciudadanos información sobre las políticas del gobierno y dar a conocer las propias opiniones del gobierno sobre los asuntos que surgen durante el transcurso del día. Esto no debe entenderse como un proceso unidireccional, sino por, su obligación de establecer una retroalimentación permanente con los ciudadanos, quienes deben tener acceso a la información pública y ante quienes el gobierno debe rendir cuentas de su gestión.

Por la relación que se da entre gobernantes y ciudadanos, autores como Rosa Salas y Salvador Villegas (2015) sostienen que dicha comunicación gubernamental es uno de los grandes pilares de una gestión, porque su objetivo es generar consenso, debido a que el flujo de información entre los gobernantes y los ciudadanos fluye casi en tiempo real, permitiendo acercamiento entre estos, es por ello que la idea de Riorda donde sostiene que si la comunicación gubernamental no actúa bien, no hay consenso, y si no hay consenso, no hay buena gestión.

Riorda & Luciano Elizalde (2013) sustentan que la comunicación aporta estrategias para influir, afectar o activar distintos sectores de la sociedad. Si no se utiliza bien la comunicación, no es posible que las estrategias tengan efectos. Para ello, los autores

plantean siete principios que definen los desafíos de la comunicación gubernamental, existen como son: 1) comunicación directa: crean nuevas forma de comunicación, rechazando los acuerdos de mediación de los medios de comunicación; 2) actuación con partners o socios: trabajan con organizaciones o agencias de comunicación para garantizar la comunicación del gobierno; 3) elaboración de mitos de gobierno: es una forma de generar consenso que hace sentir a los ciudadanos parte del gobierno, por ejemplo el mito. “La patria ya es de todos” donde el gobierno prometía un mejor futuro; 4) criterios de organización ágil, flexible y alistada para el cambio: los equipos de comunicación deben estar preparados personal y profesionalmente para actuar en momentos de cambio; 5) convergencia como paradigma, más innovación y tecnología: adaptarse a las nuevas tecnologías generando actos innovadores para la gestión gubernamental; 6) microtargeting: se incluye la hipersegmentación para llegar con un mensaje comunicacional más individualizado; 7) comunicación como legitimación: los gobiernos crean estrategias antes de difundirla para que los mensajes sean legítimos.

1.3.1. Tipos de comunicación gubernamental

Dentro de este grupo se encuentran tres tipos de comunicación de gobierno que se dividen en:

- Proactiva: Busca instalar la agenda discusión pública, esto es los temas y cuestiones de que se ocupan los medios de comunicación y los líderes de opinión más relevantes. La tarea requiere transmitir no solo el contenido, sino sobre todo el sentido de los diferentes anuncios que genera un gobierno.
- Reactiva: Procura a dar respuesta a los hechos que se suceden en la comunidad, así como también dar réplicas apropiadas a situaciones imprevistas a través de mecanismos definidos de antemano. Entre otras cuestiones, define quién es el responsable de comunicar en momentos de crisis, qué comunicar, a través de qué medios y con qué estilo, evitando la aparición de comunicadores “negativos”.
- Contable: Intenta que los ciudadanos alcancen cierto conocimiento de los logros y actividades de la gestión, que ya han sido cubiertos como noticia por parte de los medios de comunicación, y los recuerde para poder tenerlos en cuenta al momento de comparar al gobierno con la oposición, por ejemplo, en vistas a las próximas elecciones (Noguera, 2019, citado por Paz, 2020, p.143).

Para Paz (2020) la estrategia de comunicación política del gobierno debe tener la capacidad de tomar la iniciativa y establecer la agenda de discusión pública a través de los medios de comunicación. Esto es fundamental para que la sociedad perciba la importancia de los programas de gobierno y cómo se relacionan con sus propias prioridades. Es necesario lograr que los ciudadanos identifiquen claramente los logros de la administración actual y los distinguan de los de sus predecesores. Para lograrlo, es crucial transmitir los mensajes de manera clara y convincente a través de voceros debidamente preparados, ya sea de forma directa o indirecta.

Por ende, la comunicación gubernamental además de otras características, cuenta con dos factores comunicacionales, uno es el mito de gobierno, que sería la explicación por parte del gobierno de las líneas de actuación que enmarquen sus políticas públicas y decisiones, como slogan, el proyecto de gestión, que se proyecta en el mensaje que se quiere dar junto con los principios y deberes que es reflejado con este.

La comunicación gubernamental “es gestión, es condición, es planificación y debe ser planteada en términos estratégicos” (Echavarría & Maurizi, 2017, p.13). Debe estructurarse con base en objetivos claros y metas a cumplir, teniendo en cuenta una realidad compleja e impredecible (en constante movimiento y cambio) y que los actores intervienen en el escenario político son distintos, con discursos diferentes y contradictorios, incluso cuando las diferencias y contradicciones se presentan en un gobierno. El énfasis está puesto en comunicar lo posible, lo políticamente viable con el fin de disminuir las expectativas de las personas y minimizar los riesgos de los temas que no se traten para los Gobiernos.

1.3.2 Medios, populismo y poder

Los medios públicos en Ecuador son un tema complejo, controvertido y escaso. Para Gabriela Sánchez & María Punín (2021) el sistema de medios públicos ecuatorianos diseñado en el proyecto correísta nació con el objetivo de contribuir a una comunicación más plural y diversa e intentó competir con los medios privados de alcance nacional que, por años estuvieron, mayoritariamente, controlados por la banca privada del país.

Los medios de comunicación públicos han surgido recientemente y han generado controversia en su concepción y aplicación. Esta relación entre la comunicación y la política se hace evidente en este ámbito y genera un debate público sobre la información. En Ecuador, la Constitución de (2008) y la Ley Orgánica de Comunicación de (2013), promulgadas durante el auge ideológico del socialismo del siglo XXI y la nueva izquierda latinoamericana, han desempeñado un papel clave en el establecimiento de los medios de comunicación públicos. La implementación de un sistema de medios públicos en el país ha contribuido a la integración de sectores excluidos, la democratización de la comunicación y la mejora del periodismo.

No obstante, también se ha descrito como una ley restrictiva que permitió al gobierno monopolizar los medios de comunicación públicos y fortalecer el autoritarismo. Bajo el liderazgo de Correa, una figura altamente carismática, se empleó una retórica polarizadora para establecer una comunicación directa con las masas, debilitando así las instituciones democráticas con el objetivo de mantenerse en el poder, una característica fundamental de las estrategias populistas. Además, se apoyó en expertos en diversas áreas para ganar legitimidad. En el gobierno de Correa, el populismo se transformó en elitismo, donde se nombraba a estos expertos como postneoliberales que afirmaban saber cómo construir una sociedad justa y racional, sin tomar en cuenta las opiniones y aportes de la ciudadanía.

Para Hernán Reyes (2014) los medios de comunicación públicos se caracterizan por ser una forma de poder distinta, ya que su financiamiento puede provenir tanto del Estado como de la publicidad, generando una gestión y operación mixta que combina elementos públicos y privados. En el ámbito de la economía política de los medios, los medios públicos no tienen como objetivo principal obtener beneficios económicos. De hecho, según las recomendaciones de la UNESCO (2015) sobre buenas prácticas para los medios públicos, se considera que la financiación pública es la más adecuada. No obstante, es importante tener en cuenta que estos medios también deben cumplir funciones empresariales, ya que se encargan de la producción y distribución de contenidos.

Por otro lado, en relación a la revitalización del periodismo en los medios de comunicación públicos, se presentan diversos retos. Estos desafíos abarcan la

necesidad de examinar las políticas de gestión administrativa y periodística, disminuir la dependencia de las cadenas de radio y televisión gubernamentales, fomentar una mayor participación ciudadana, fortalecer la conexión con las audiencias y ofrecer una variedad de producciones mediáticas. Además, se resalta la importancia de adoptar los avances tecnológicos y adaptarse al concepto de “prosumidor mediático”, es decir, aquellos consumidores que también desempeñan un papel activo en la producción de contenido.

Las políticas de medios son fundamentalmente un proceso político en el cual diversos actores buscan promover o impedir ciertos tipos de estructuras y comportamientos en los medios de comunicación. Estas políticas de comunicación abarcan distintos ámbitos, pero el enfoque principal se centra en las regulaciones legales, donde los actores políticos y gubernamentales pueden estar motivados por evitar la exposición a diferentes ideas que podrían desafiar su poder en el ámbito político. Por lo tanto, el poder reputacional desempeña un papel crucial en permitir que ciertos actores e intereses tengan un acceso privilegiado para influir decisivamente en los procesos de formulación de políticas de medios. La falta de transparencia y rendición de cuentas en estas políticas se relaciona con la exclusión de estos procesos decisorios del escrutinio parlamentario, lo cual suele dar lugar a relaciones predominantes entre los gobiernos y los actores involucrados.

1.3.3 Democratización y desdemocratización de la comunicación

La democratización de la comunicación hace referencia al acceso igualitario de la información o comunicación que es fundamental para el desarrollo de la sociedad. Charles Tilly (2007) citado por Isabel Ramos (2013) considera a la democratización no como un estado sino como un “proceso” que supone el aumento de la igualdad entre los líderes del gobierno y los miembros de la población sujeta al autoritarismo, los recursos y las políticas del gobierno y la protección de la población frente a decisiones arbitrarias de los políticos.

Así mismo, para Ramos (2013) las relaciones entre gobernantes y ciudadanos que tiendan a incrementar la desigualdad y desprotección, se relacionan a la desdemocratización, la contienda política puede contribuir a la formación de alianzas y coaliciones entre actores políticos reconocidos, miembros de sectores dirigentes y

ciudadanos excluidos del poder, aumentando en intensidad y en amplitud, la participación en la política pública.

Para Jorge Vargas (2019) la desdemocratización se entiende como pérdida del contenido democrático, es así que cuando se advierte que hay una desdemocratización del sistema político se refiere a procesos que recortan, debilitan o erosionan la agencia moral y política de la ciudadanía de un sistema político que, cumpliría razonablemente con los parámetros de una democracia

Para Reyes (2014) existen tres cuestiones importantes para evaluar el carácter democratizador o desdemocratizador incorporado en Ecuador desde el 2007: la institucionalidad democrática; el empoderamiento o no de la ciudadanía desde la conciencia y ejercicio de sus derechos; la participación real en la deliberación acerca del cambio, así como en la construcción de nuevos sentidos colectivos. Hasta 2007, la institucionalidad estaba destrozada en Ecuador y a partir de ese año se relegitimó el Estado, lo cual, frente a la concepción de la lucha por la hegemonía enfrentada al pueblo y al poder del Estado bajo las condiciones de la globalización, de la crítica neoliberal y la privatización de las funciones del Estado.

En concordancia con otros países que han adoptado un enfoque postneoliberal, se logró modificar el panorama de los medios de comunicación a través de cambios en las regulaciones y la implementación de políticas públicas, con el objetivo de fomentar la democratización. Esta transformación habría sido prácticamente inviable sin la intervención determinante del Estado. A través de la regulación y la creación de condiciones normativas y prácticas, se impulsó la expansión de la esfera pública mediante el desarrollo de espacios de comunicación alternativos, así como la diversificación y mejora de la calidad de los contenidos mediáticos.

1.3.4 Democracia en el Gobierno de Correa

El expresidente Correa exhibía similitudes con los neopopulistas al desafiar el predominio de la partidocracia, aunque se distinguía de ellos por sus políticas económicas nacionalistas y redistributivas que se oponían al neoliberalismo. Su enfoque buscaba promover la igualdad de derechos y, sobre todo, garantizar que los sectores marginados por gobiernos anteriores tuvieran voz y fueran escuchados. Para

Vargas (2019) la democracia consiste en la equidad de derechos, por ello plantea que los ciudadanos retienen poder sobre los gobernantes y a la vez gobiernan. El problema es que en este proceso puede existir igualdad o desigualdad política. La democracia no es producto de determinadas condiciones culturales o institucionales, existentes o no, en una determinada sociedad, sino, los efectos de un esfuerzo constante por recuperar el derecho de ser parte de un Estado igualitario.

Según Reyes (2014), la relación de estos gobiernos con la democracia puede ser vista desde dos perspectivas. Por un lado, algunos los consideran como alternativas a los regímenes excluyentes de la partidocracia neoliberal, mientras que otros los ven como autoritarios. Estos gobiernos implementan proyectos que presentan notables diferencias tanto en el ámbito económico como político. Además, se distinguen por su presunta naturaleza “populista”, lo que lleva a evaluaciones analíticas radicalmente dicotómicas: o bien se proponen una democratización real o tienden a apartarse de los principios de gestión democrática del gobierno, mostrando tendencias autoritarias.

Según Carlos De la Torre (2012), citado por Reyes (2014), existe una divergencia en la evaluación de estos gobiernos desde la perspectiva liberal de la democracia, que se enfoca en garantizar los derechos de la oposición, el pluralismo y las libertades civiles. Algunos argumentan que estos gobiernos muestran características autoritarias, ya que concentran el poder en el Ejecutivo, retratan a los opositores como enemigos malignos que amenazan los intereses del proceso revolucionario, confrontan a los medios de comunicación privados y las elecciones se llevan a cabo en condiciones que favorecen a quienes están en el poder, sin ofrecer las mismas garantías a la oposición. Como resultado, se considera que estos gobiernos representan una nueva forma de autoritarismo que utiliza los instrumentos de la democracia.

En el contexto de Ecuador, la oposición política expresaba de manera reiterada la percepción de un régimen que atentaba contra las libertades civiles y, en su búsqueda de autoritarismo, descalifica a los medios de comunicación privados como opositores falsos, creando así un “estado de propaganda” que genera temor y silencio. El tema central que ha generado confrontaciones intensas entre los discursos políticos y mediáticos, y ha sido el foco principal de la política gubernamental en el ámbito de la información y la comunicación, es la Ley Orgánica de Comunicación.

Desde nuestra perspectiva, esta disputa va más allá de un debate normativo y refleja una lucha clásica por la hegemonía. Se vuelve más intensa debido a la enérgica defensa de los privilegios por parte de sectores económicos y políticos que se beneficiaron no solo del modelo neoliberal, sino incluso de su crisis. Además, se debe a la falta de propuestas políticas alternativas por parte de aquellos que fueron señalados como los responsables de la crisis institucional que se experimentó entre 1997 y 2005.

Para De la Torre (2015) el tecnopopulismo de Correa se caracterizó por afirmar que poseía la verdad, basada en el conocimiento de expertos y en la voz unificada del pueblo, personificada en un líder carismático. Sin embargo, al evaluar la participación de la ciudadanía en las decisiones políticas, es importante tener en cuenta lo sucedido en gobiernos anteriores, donde la sociedad estuvo mayormente excluida del ámbito mediático. El derecho a participar fue confundido con la supuesta “libertad de elección”, que solo estaba al alcance de unos pocos. En el ámbito de la comunicación, las voces que se oponían al proyecto neoliberal fueron sistemáticamente excluidas, y la sociedad civil o el pueblo solo eran visibilizados en relación a aspectos negativos. En contraste, con la llegada de Correa al poder, los sectores olvidados fueron incluidos, representando los intereses del sector popular y no solo de grupos específicos como las élites económicas y políticas.

1.4 Los medios y las estrategias de campaña política

Para Ismael Crespo, Antonio Garrido, Ileana Carletta & Mario Riorda (2011) la política debe convertirse en un hecho comunicable por medio de estrategias de campaña, siempre que haya política existirá la comunicación. En esta concepción, el papel de la comunicación política obtiene importancia, porque los actores de la comunicación política tienen limitaciones de carácter temporal para interactuar de manera rápida y dinámica, y así encontrar los resultados determinados. De cierto modo, se debe entender que no hay política sin comunicación, que no hay estrategia sin mensaje, que no hay mensaje sin estrategia, pero que esa comunicación es para nosotros la esencia de la estrategia de campaña. Esta es la logística electoral que en nuestros días se le exige a la comunicación: ser esencia e instrumento al mismo tiempo.

Para Martha Medina (2015) el Ecuador no había tenido mayor movimiento de “politing”¹ en las campañas presidenciales anteriores a la de 2006. Los candidatos ofrecían los mismos discursos que sus opositores, las expectativas políticas se reducían al impacto y la favorabilidad que podrían ofrecer algunos medios privados o a las fuertes presiones que ejercieran los grupos económicos del país.

El éxito de Rafael Correa estuvo relacionado con la capacidad de canalizar las necesidades de los diferentes grupos y organizaciones populares ecuatorianas, quienes encontraron en Alianza PAÍS la razón de ser del ecuatoriano, fundamentada en un proyecto nacional popular reivindicador del control estatal y nacional de los recursos propios (Medina, 2015, p. 430).

Los ciudadanos vieron a Correa como un amigo, una persona transparente sin vicios de corrupción y totalmente honesta con su patria. Sus discursos en campaña estaban orientados a una lucha entre la ciudadanía y los partidos tradicionales, los cuales eran tildados de corruptos y mafiosos. Para De la Torre (2012) en los discursos y frases de campaña del exmandatario no era extraño escuchar capitalismo salvaje, bancocracia y partidocracia. Esas y otras intervenciones afectaban a la institucionalidad de la República en esos tiempos, que en ese instante estaba orientado a convertirse en un Estado fallido, que una nación en vía de desarrollo, pues tenían que enfrentarse a la inconsistencia del poder ejecutivo del cual habían destituido varios presidentes electos democráticamente y la opinión de los ecuatorianos se resumía en el grito ¡que se vayan todos!

Rafael Correa y su equipo de campaña era importante generar en la opinión pública electoral ecuatoriana, un mensaje de serenidad, el cual estaba amparado en la reafirmación de la lucha contra la corrupción estatal; esto permitía no perder de vista su mensaje anticorrupción, ignorando todas las distracciones que los fuertes oligopolios económicos y empresariales del Ecuador le ponían en el escenario electoral, hecho que lo obligó a aprender a “liderar sin perder la humildad” (Libert & Faulk, 2019, p. 433).

Para De la Torre (2012) Alianza PAÍS² se arriesgó a utilizar una de las prácticas más antigua del marketing electoral, el *canvassing*³, acción que para los especialistas de la

¹ Marketing político que determina la eficacia, efectividad y eficiencia.

² Fue un movimiento político ecuatoriano izquierdista

³ Campaña puerta a puerta.

comunicación política esto es aprovechado si en la visita se deja una huella, como prospectos, folletos, programa de las elecciones o alguna publicación. Los comités familiares eran la agrupación más cercana a la individualidad de cada uno de los ciudadanos identificados como personas que podían empoderarse en su territorio y sin mediaciones.

A cada comité familiar se le entregaba un “paquetico de información” el cual contenía: un folleto con los postulados de gobierno y un vídeo con la vida de Rafael Correa, porque no era muy conocido entre la población ecuatoriana. En el trabajo de campaña que se hacían puerta a puerta, les entregaban el material propagandístico y después de una semana volvían a visitarlos para comprobar si el material entregado fue consumido.

La campaña de Correa estuvo en las manos de Vinicio Alvarado de la empresa Creacional. Alvarado había trabajado para la campaña de Abdala Bucarán en 1988 y Jaime Nebot en 1996. Emilio Espinoza que había trabajado con Bucarán estuvo a cargo de la radio. Marisol Cadena fue la Consultora de imagen de Correa. Santiago Pérez estuvo a cargo de los sondeos de opinión. De un total de \$1.130.654,15 se invirtió \$1.108.457,32 en televisión (De la Torre, 2015, p.139).

Este grupo de estrategias presentó a Correa como un candidato joven que luchaba contra la corrupción, las desigualdades y por una nueva patria, su estrategia fue proyectar al candidato como un líder fuerte, pues en sus recorridos “golpeaba con el cinturón el techo del vehículo, mientras gritaban “a los diputados, ¡dale Correa!” (De la Torre, 2015, p.139). Correa en intervenciones atacaba a sus contrincantes, pues en todos sus discursos sostenía palabras como “mentirosos, mafiosos y dinosaurios” que, con el mandato de él, el grupo de corruptos se extinguirían.

Asimismo, el grupo Alvarado utilizó internet y redes sociales como YouTube y una página web www.rafaelcorrea.com, para obtener votos de los jóvenes, pues en este sitio web se proyectaba los recorridos que realizaba, su plan de gobierno, fotos, videos, sus lemas “patria vuelve” y “pasión por la patria”, además de incluir su canción de campaña “Sueños”, en este producto audiovisual relatan a un país libre, con igualdad de derechos, donde predominaba frases como: “quiero a Correa presidente, para ser un país distinto y libre como el mar”. Con esta producción, Correa generó sentimientos

en el colectivo, que convirtió en el desarrollo de su campaña como una forma de Ciudadanía vs Partidocracia.

A pesar de las estrategias usadas por Correa durante su candidatura, varios analistas electorales coincidieron en que no fueron efectivas y, peor aún, pronosticaron que sería una campaña fracasada. Según Larrea (citado por Medina, 2015), esto se debe a que la gente no se alimenta de patriotismo, revolución ciudadana o incluso una nueva Constitución. Sin embargo, Correa logró construir una campaña sólida que se autenticaba como una propuesta de izquierda moderna, que defendía los derechos y la igualdad que el pueblo ecuatoriano merecía, presentándose como uno de ellos. Una vez en el poder, el gobierno de Correa implementó dos estrategias para establecer un vínculo directo entre el líder y el pueblo: una campaña permanente y los enlaces ciudadanos. Estas medidas fueron destacadas por De la Torre (2014) y buscaban reforzar la conexión y cercanía entre Correa y el pueblo ecuatoriano.

En su campaña el exministro Alvarado, publicista de Correa estuvo a cargo de la campaña mediática de su gobierno, el exmandatario estuvo en constante campaña permanente que le permitió ganar las elecciones, sus discursos jugaban con mejores días de libertad “pueden decidir continuar con el cambio o volver al pasado”. Por ello, incluyó estrategias de la campaña permanente como: las cadenas nacionales y la publicidad en varios medios de información. Durante su gobierno generó 453 cadenas que se emitieron por más de 1300 horas de duración, con la finalidad de rendir cuentas.

De modo que, todas las semanas se transmitían al menos una cadena de televisión donde se informa de las actividades del Gobierno, en su mayoría los programas se centran en visitas a varios sectores del país, inauguración y supervisión obras. En estas cadenas también se promovían las propuestas del Gobierno. Las cadenas recurrían al nacionalismo con el slogan “¡la patria ya es de todos!”, conjuntamente con la canción patriótica patria querida, además de sostener los lemas electorales como: “pasión por la patria” y “la patria vuelve”, que apelaban al patriotismo y describían a Correa como la encarnación de los valores patrios.

Los enlaces ciudadanos desempeñaron un papel fundamental en las estrategias de comunicación política durante el gobierno de Correa. A través de estos enlaces, el exmandatario buscaba consolidar su liderazgo, manteniendo su carisma mediante un

discurso ideológico. Según Mauro Cerbino, Marcia Maluf e Isabel Ramos (2017), los enlaces ciudadanos, conocidos como “sabatinas”, se transmitían todos los sábados por radio, televisión y plataformas digitales como YouTube y Facebook. Se llevaban a cabo en diferentes regiones del país y tenían una duración aproximada de cuatro horas.

Estos enlaces se presentaban como una forma de rendición de cuentas, en la cual Correa exponía sus actividades, sin dejar de mencionar sus logros, pero también mencionando trivialidades como lo que comió, dónde se hospedó y las conversaciones que sostuvo. Según De la Torre (2015), el exmandatario consideraba a los medios de comunicación como una de las estrategias más importantes para llegar a los ciudadanos y establecer un vínculo directo entre el presidente y la sociedad civil, sin la intermediación de los partidos políticos y las instituciones democráticas. En este sentido, el gobierno se convirtió en el anunciante más grande en televisión.

Para Ugo Pimentel (2019) la Contraloría General del Estado (CGE) señaló que las sabatinas significaron fuertes egresos de dinero del presupuesto del Estado, ya que solo entre 2013 y 2017, se destinaron 6,7 millones de dólares para el montaje de los escenarios en diferentes sectores del país.

1.4.1 Políticas de comunicación en el Ecuador

En este espacio se pretende identificar y analizar las políticas públicas de comunicación en Ecuador, es decir, las que fueron implementadas a partir de que el país ingresó al denominado proceso de la “Revolución Ciudadana”, dentro del socialismo del Siglo XXI. Para Iliana Salguero (2021) dichas políticas tomaron forma desde que el exmandatario del Ecuador Rafael Correa asumió el poder presidencial, cargo que duró una década (2007 al 2017) que estuvo marcada por la aprobación de nuevas leyes y reformas.

La aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) (2013) presenta varios artículos que se relacionan con los conceptos y las características de los medios de comunicación y el rol del periodista, expresa las normas deontológicas del periodismo, le dice al periodista y a los medios qué deben hacer y qué no deben hacer con respecto al tratamiento de cierta información por lo que generó un largo debate en torno a los puntos que se incluyeron en el articulado, pues según los expertos esta ley tenía

contradicciones al momento de su ejecución, pero sin duda fue y ha sido parte clave de las políticas públicas de comunicación en el Ecuador.

Después de analizar brevemente de la (LOC), podemos observar que una gran ausencia fue la falta de mecanismos para fomentar nuevas formas de hacer y pensar el periodismo, ya que la atención se centró principalmente en los medios de comunicación existentes. Además de esta política pública, el gobierno de Correa implementó otras medidas en el ámbito mediático, como la creación de medios de comunicación públicos en 2008.

Prensa (El Telégrafo), radio (Radio Pública del Ecuador) como en televisión (Ecuador Tv). A estos medios hay que añadir los oficiales (El Ciudadano, Radio Ciudadana y El Ciudadano TV), portavoces de la actividad y discursos del gobierno central, la vicepresidencia y los gobiernos autonómicos descentralizados (GAD). Además, se crea la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica (Andes) (Cerbino et al,2017, p.129).

Para Miltòn Salazar (2018) es urgente avanzar en la consolidación de medios públicos y comunitarios, así como aplicar de manera equilibrada y rigurosa la regulación estatal. Esto tiene un impacto profundo en la transformación del imaginario colectivo y en la correcta transmisión del discurso del líder político. Por otro lado, Omar Rincón (2010) sostiene que estos medios se oponen a los medios privados, ya que en Ecuador existen alrededor de mil medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y prensa, sin contar los medios digitales. Según el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), hay 849 frecuencias de radio y 84 canales de televisión abierta registrados, así como unos 100 medios impresos, entre diarios y revistas. El 90% de estos medios eran de propiedad privada, mientras que el 10% restante, creado por Correa, son medios públicos y comunitarios. Estos últimos no solo difieren en su contenido, sino también en la independencia de los periodistas, quienes no están obligados a llenar páginas u horas de transmisión para obtener ingresos publicitarios. Sin embargo, los enfrentamientos entre el expresidente y los medios de comunicación privados “parecen haber conformado una especie de “club de la pelea”, como si uno representara toda la política y el otro toda comunicación (Rincón, 2010, p.188).

¿Cuántas voces ciudadanas se excluyeron debido a que no se ajustaban a intereses políticos específicos a través de la Ley

Orgánica de Comunicación? Si durante el proceso de creación de la ley se restringió la diversidad a la fama y la influencia logradas, entendiendo esto no solo como lo que nos distingue, sino también como lo que compartimos, lo que nos une y que debería ser el punto de encuentro para la comprensión, la claridad y el intercambio beneficioso (Noguera, 2013, p. 70).

Con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), presenciamos cierto reconocimiento de inclusión, aunque no se establecieron ni promovieron mecanismos para hacerla más efectiva y basada en el respeto y la comunicación. Sin embargo, en la actualidad, el presidente de Ecuador Guillermo Laso, ha derogado esta ley, eliminando más de 90 artículos relacionados con el trabajo de los medios de comunicación y el ejercicio periodístico, Estefanía Celi (2023). En su lugar, se plantea un nuevo texto alternativo conocido como la “Ley de Libertad de Expresión y Comunicación”, que aborda los derechos y directrices del trabajo periodístico, así como propone una nueva redacción en la normativa actual. Estos cambios incluyen el derecho a la autorregulación de los medios, el derecho a la réplica y la protección de las comunicaciones personales.

Según Diana Viveros y Claudia Mellado (2018), la implementación de la LOC en Ecuador tuvo un impacto significativo en el desarrollo del periodismo en el país. A pesar de ello, los periodistas continuaron realizando su labor de acuerdo con sus principios éticos y líneas editoriales, si bien fueron más cautelosos para evitar confrontaciones con el gobierno y cumplir con la nueva legislación que exige a los medios proporcionar contenido de utilidad para el público. Por un lado, los críticos del gobierno sospechan que la ley fue creada con el propósito de controlar la información difundida por los medios de comunicación, silenciar la voz de los periodistas, restringir su capacidad de investigar temas que cuestionen a las instituciones públicas o al poder estatal, y exigir a los medios que actúen como facilitadores del gobierno. De esta manera, se argumenta que se publicaron noticias exclusivamente de interés gubernamental con el fin de generar temor y coartar la libertad de expresión de los periodistas.

Por otro lado, los partidarios del Correísmo afirmaron que el propósito de implementar la LOC nunca fue por restringir la libertad de expresión ni controlar la agenda informativa de los medios. Por el contrario, según sus argumentos principales,

explicaron que era necesario regularla, así como entre otros aspectos de la comunicación, para garantizar que la información publicada fuera veraz, precisa, contrastada y contextualizada. Además, se justificó la idea de que la información no debería estar impulsada por motivos comerciales, sino que se considerara como un bien público destinado al servicio, sin favorecer a las élites económicas, fomentando así un periodismo más participativo e inclusivo para los ciudadanos.

Para Xavier Riascos (2019) la comunicación ha sido un elemento de poder de gran importancia, hasta el punto de ser considerado como un poder inherente a la sociedad. Los medios de comunicación han sido utilizados por las autoridades para informar a la población, pero también han servido como un medio para la emisión de mensajes, protestas y participación ciudadana. No obstante, se ha seguido principalmente un modelo tradicional de comunicación, con un emisor que envía un mensaje al receptor, lo cual en muchas ocasiones no generaba un impacto significativo o, en el mejor de los casos, solo era recibido por el receptor.

Es evidente que en la actualidad la participación de organizaciones y ciudadanía es parte de la comunicación política, es necesario conocer la manera de orientar a la sociedad a superar la estructura de los medios masivos en la comunicación y encontrar nuevos escenarios para la participación democrática de la sociedad, como respuesta de este planteamiento el internet en general y las redes sociales son un instrumento indiscutible para facilitar la comunicación y participación de la sociedad en la comunicación política.

1.4.2 Tensiones en las políticas públicas del Gobierno Correista

La tensión entre los medios de comunicación y el gobierno de Correa alcanzó un grado de complejidad en 2009, en torno a la Ley Orgánica de Comunicación o “Ley Mordaza” como lo titulaban en los medios de comunicación, debido a que para los medios no se trataba de un proyecto de ley sino de un atentado a la libertad de expresión. En esta propuesta se incorporaban aspectos cruciales para mejorar el periodismo en Ecuador, entre ellos:

Las medidas antimonopolio; la prohibición de que los dueños de bancos sean también dueños de medios; la figura de la responsabilidad ulterior respecto de las consecuencias

sociales de los mensajes mediáticos; la distribución equitativa de frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios; la cláusula de conciencia y las condiciones laborales de los trabajadores de prensa; el derecho a la réplica y la rectificación; el acceso a las nuevas tecnologías; los derechos de los niños; la producción nacional; el control de la publicidad estatal; los organismos reguladores; la Defensoría del Público; las veedurías ciudadanas (Rincón, 2010,p.188).

Para Reyes (2014) justo después de asumir el cargo, Correa adoptó el papel de “presidente mediático” y estableció una estrategia de comunicación directa con la sociedad, eludiendo la intermediación de los medios de comunicación. Esto se logró a través de enlaces semanales de larga duración, de tres horas o más, transmitidos de manera ininterrumpida por una amplia red de emisoras de radio y canales de televisión relevantes. Además, se crearon medios de comunicación públicos con agendas y enfoques diferentes a los de los medios privados. También se llevó a cabo la “incautación” por parte del Estado de empresas de información y comunicación que pertenecían a grupos financieros que habían defraudado a sus clientes.

Asimismo, se implementaron políticas públicas que implicaban la participación activa y a menudo controvertida de la Secretaría Nacional de Comunicación (Secom) para abordar y corregir lo que el gobierno consideraba desinformación frecuente y malintencionada. Además, en junio de 2013 se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) y se establecieron las instituciones de regulación, desarrollo y control necesarias para su aplicación.

Frente a esta reestructuración del sistema de medios, la intervención del gobierno en sus propias dinámicas informativas y la pérdida de credibilidad del supuesto estatus de imparcialidad, objetividad y neutralidad de los principales conglomerados mediáticos privados y periodistas, se lograron avances significativos. Estos esfuerzos tuvieron éxito al visibilizar y posicionar, incluso a nivel internacional, lo que se ha descrito como una política autoritaria que viola los derechos y libertades, particularmente restringiendo la libertad de expresión de los empresarios de medios, los periodistas y los consumidores de medios.

Es importante realizar un acercamiento a las prácticas de resistencia mediática de los colectivos sociales. Las narrativas e imágenes que estos elaboran, expresan los

significados y las identidades políticas que los constituyen, configuran parte del repertorio de resistencias con los que emprenden el camino de la contienda. Para Salazar (2018), hoy el medio político juega un papel clave en la transformación o reproducción de los significados: si existe un dispositivo mediático de gubernamentalidad ¿cuál es la tarea de los movimientos sociales y de los colectivos contrahegemónicos? La respuesta a esta incógnita radica en hacer un uso contraconductual de los medios de comunicación, enfrentar los dispositivos con la creación de medios alternativos, ciudadanos, tácticos, independientes, de contrainformación, comunitarios, autónomos, radicales, populares, marginales, libres. Para Pimentel (2019) los principales medios mediáticos del Correísmo fueron, el canal Telemazonas que fue uno de los medios más cuestionados, debido a que su situación se complicó a partir de la normativa constitucional que prohíbe a los banqueros tener medios de comunicación y bancos al mismo tiempo. El propietario de Telemazonas era Fidel Egas, principal accionista de Banco Pichincha, por su parte el diario El Universo entro en conflictos por las caricaturas expuestas por Xavier Bonilla (Bonil), quien tuvo que pedir disculpas y hacer aclaraciones por sus dibujos.



Figura 1. Caricatura de Bonil

Fuente: Facebook El Universo (2013)

El 26 de diciembre allanaron el domicilio de Fernando Villavicencio, asesor del asambleísta opositor Kléver Jiménez. El fiscal general de la Nación, el 27 de diciembre, informó que hubo una orden judicial que se emitió frente a la

demanda presentada contra los imputados. Una demanda por presunto espionaje de información reservada de correos electrónicos de altos funcionarios del Régimen. El presidente Correa manifestó el mismo día por Twitter: “(...) Tenemos todo filmado, así que no les servirá de mucho victimizarse como de costumbre (Galindo, 2023, p. 61-62).

Para Correa, Bonil era un mentiroso y corrupto por plasmar en sus caricaturas lo que acontecía en el país, especialmente con el líder político, el exmandatario utilizaba Twitter para descalificar y rechazar la labor periodística de Bonil. Otra de las caricaturas realizadas fue la siguiente, debido a que, en el enlace ciudadano del 5 de abril del 2014, Correa describió al caricaturista como una persona deshonesta, mostrando un video publicado en la cuenta de Facebook de Bonilla.



Figura 2. Caricatura de Bonil

Fuente: Facebook El Universo (7 de abril del 2014)

El proyecto de ley del sistema de comunicación social tenía al país enfrentado en dos bandos: los que quieren controlar el poder “corrupto” de los medios y los que quieren controlar la “dictadura” del presidente. El gobierno ha diseñado un sistema integral de control de la esfera pública basado en la alta propaganda, la creación de medios públicos y la contundencia comunicativa del presidente.

El gobierno ha escogido a los periodistas y a los medios como la oposición política. Y los periodistas se creyeron políticos. La lucha es sin reglas y por ahora va ganando el presidente. Hay un estilo de gobierno basado en la confrontación y desde esa lógica se informa (Rincón, 2010, p.115).

De acuerdo con Fundamedios, entre 2008 y 2015 se registraron 1409 incidentes que

atentaron contra la libertad de expresión, especialmente críticas dirigidas hacia el trabajo de los medios de comunicación. Durante este periodo, el expresidente solía exhibir imágenes de sus opositores, periodistas, políticos, entre otros, lo cual generó desconfianza en la población respecto a la labor de los medios. A pesar de esto, Correa utilizaba los medios para transmitir programas de televisión en los que informaba y entretenía al público. En sus discursos, Correa desacreditaba a los medios, pero estos también respondían a sus mensajes, lo que ocasionaba tensiones entre ambas partes. En este escenario, no existía una posibilidad real de diálogo entre el expresidente y los medios, y de alguna manera cada uno se consideraba víctima del otro. Por lo tanto, tanto el expresidente como los medios construían la imagen de su oponente y de sí mismos.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Analizar los discursos mediáticos del gobierno de Rafael Correa en las Sabatinas.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar las formas discursivas utilizadas por el expresidente Rafael Correa en las Sabatinas.
- Construir una matriz de análisis discursivo de Rafael Correa en las Sabatinas.
- Debatir los discursos mediáticos hallados en la matriz de análisis.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Metodología

La presente investigación se enfoca en analizar el discurso político del expresidente Correa en los programas mediáticos llamados enlaces ciudadanos, y conocidos coloquialmente “sabatinas”. Los discursos presentes en estos programas, reflejan un entramado de juegos del habla, destinados a persuadir e influenciar a las audiencias, que estaban a favor o en contra del gobierno. “El discurso político tiene como meta incitar a pensar y a actuar más que la intención de demostrar. No se trata de establecer una verdad por la razón, independientemente de las opiniones, sino de intentar transformar opiniones marcadas de emoción” (Charaudeau, 2009, p.293). Además, la finalidad de estos discursos era recrear los valores de un líder carismático, salvador del pueblo que denuncia y ataca a los enemigos del pueblo como, medios de comunicación privados y corruptos.

Esta investigación parte de una metodología descriptiva, por ello se toma como punto de partida la revisión teórica sobre la comunicación política, estrategias de comunicación, entre otras teorías. Autores como: Dominique Wolton, Omar Rincón, Mario Riorda, Adriana Amado, Isabel Ramos, Carlos de la Torre, fueron utilizados para tener una contextualización sobre el problema de investigación.

Asimismo, se construye una matriz de análisis de discurso político de Correa, que se toma como referencia del libro de Mauro Cerbino, Marcia Maluf e Isabel Ramos (2016) “Enlaces ciudadanos del presidente Rafael Correa: entre la exaltación del pueblo y el combate de los medios” FLACSO- Ecuador, donde se desarrollan criterios para entender los discursos políticos que se existen dentro de las sabatinas, sobre la construcción del otro como enemigo.

Además, de la revisión audiovisual de los enlaces ciudadanos publicados en la plataforma digital YouTube. La matriz de análisis se divide en dos momentos. Primero se determina elementos de tiempo, lugar y recursos mediáticos utilizados en sus

discursos como: fragmentos de noticias, jingles entrevistas realizadas por los medios y comics. En un segundo momento la descripción que detalla los hechos donde inicia el conflicto, se toma en cuenta elementos como la repetición, dramatización, sentimientos, emociones, ironía y humor. Además, se identificó los destinatarios del discurso, el contexto comunicacional, tipo de *ethos*, actores presentes en el discurso, papel de los medios, rol de los ciudadanos, entre otros. De esta manera se describe los enunciados emitidos contra los medios de comunicación.

2.2 Métodos

2.2.1 Objeto de estudio

En esta investigación se analiza las sabatinas, un espacio de rendición de cuentas a la ciudadanía emitidas por el gobierno de Correa, en el que el exmandatario se convertía en catedrático, periodista, cantante, educador, bailarín y presentador. Del mismo modo en sus discursos incluía segmentos como “la caretucada de la semana” y “el cantinflada de la semana” donde se burlaba de periodistas, políticos, activistas y mujeres, otro de sus espacios fue “la libertad de expresión ya es de todos”, donde enfatizaba las publicaciones que realizaban varios medios de comunicación sobre la gestión de su gobierno.

Se elige 3 de las 523 sabatinas transmitidas durante su mandato. 1) Enlace ciudadano #191 realizada el 9 de octubre del 2010 en el salón amarillo del palacio de Carondelet, Quito- Pichincha, noticias publicadas por varios medios de comunicación, una semana después del 30 de septiembre (intento de golpe de estado, por parte de los miembros de la policía nacional); 2) #208 emitido el 12 de febrero del 2011 desde Cotacachi-Imbabura, donde el expresidente rompe un ejemplar de “La Hora”, de la misma manera confronta a otros medios; 3) # 523 última sabatina transmitida el 20 de mayo de 2017, parque Samanes- Guayaquil, resumen de los conflictos con los medios durante todo su período de gobierno.

2.2.1.1 Estructura de la sabatina

Para Jacqueline Ocampo (2018) el enlace ciudadano estaba dividido en cuatro partes: tecnológico, escenográfico, de contenido y actores, mismos que ayudaron a fortalecer

el discurso de Correa.

1. Tecnológico: las sabatinas eran transmitidas por medios tradicionales como: radio y televisión, y plataformas digitales como: YouTube, Facebook y Twitter. Este espacio tecnológico ayudó a legitimar el discurso del expresidente, para que el mensaje llegue a casi toda la población.

2. Escenográfico: las sabatinas iniciaron en el salón amarillo del palacio de Carondelet, donde hubo pocas decoraciones y en el transcurso del tiempo se desarrollaron en varios sectores del país donde montaban tarimas, carpas, amplificaciones y pantallas que se ubicaban en lugares estratégicos para que la ciudadanía visualizara el contenido expuesto por el exmandatario.

3. De contenido: se incluía reportajes para promocionar el turismo, los beneficios de las obras ejecutadas y las necesidades de cada uno de los sectores donde se desarrollaban los enlaces. Las sabatinas estaban formadas por: la agenda semanal de las actividades que realizaba el gobierno, anuncios sobre nuevos proyectos, mensajes emitidos para los medios de comunicación privados y el resumen del enlace traducido al kichwa.

Las sabatinas se dividían en: informativos, aquí se compartía noticias sociales, económicas, políticas, culturales entre otros; hilarante, en este espacio ridiculizaba y desprestigiaba a sus opositores, utilizando el humor como una estrategia discursiva del poder, y de personalización, Correa se caracterizaba por tener un espíritu nacionalista, donde valoraba el esfuerzo de trabajo, los valores y familiaridad que tienen los ecuatorianos.

4. Actores: la participación de actores en este espacio fue fundamental porque de eso dependía la percepción de los mensajes que recibían los espectadores.

a) Narrador principal: es preciso mencionar que Correa ocupaba este rol en casi todas las sabatinas. Cuando estaba ausente lo reemplazaba sus ex vicepresidentes Lenin Moreno (2007-2013) y Jorge Glas (2013-2017).

b) Narrador secundario: este papel fue ocupado por Arturo Tello conductor de los enlaces, autoridades locales y representantes del gabinete presidencial.

c) Artistas: eran los que alegraban y entretenían a la ciudadanía con sus presentaciones.

d) Intermediarios: fueron las personas que incluían a las minorías sociales y étnicas, a través del lenguaje de señas y la traducción al kichwa emitido por José Maldonado, conocido como el Mashí (compañero).

2.2.2 Enfoque

El presente estudio se desarrolló desde un enfoque cualitativo, la aplicación de este ayudó a realizar una investigación de carácter descriptivo, por tanto, a través de una matriz se analizó el discurso político de Correa para identificar los elementos discursivos utilizados por el exmandatario, cómo construía sus mensajes para defender al pueblo o atacar a sus opositores y los recursos mediáticos utilizados por Correa para desafiar a sus adversarios, esto con el fin de obtener una mejor comprensión del discurso que se emitió en los segmentos analizados.

2.3 Materiales y recursos

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó:

Materiales: libros, internet, esferos, impresiones, computadora, teléfono celular y la plataforma digital YouTube.

Recursos Humanos: la investigación que realiza la estudiante Evelyn Guzmán con la guía de la docente tutora Mg. Jenny Proaño.

Recursos Económicos: la investigadora adquiere servicios que son indispensables para realizar la investigación: una buena señal de internet, electricidad y otros gastos de materiales de oficina.

Recursos Institucionales: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Universidad Técnica de Ambato.

2.4 Matriz de análisis

2.4.1 Matriz de espacios temporales en el discurso de Correa

Nro. de Sabatina				
Lugar				
Fecha				
Duración total				
Segmento				
Minuto de inicio				
Minuto final				
Recursos mediáticos utilizados	Frase semanal	Fragmentos de las noticias	Jingles ⁴	Entrevistas realizadas por los medios

Matriz 1. Espacios temporales en el discurso de Correa

2.4.2 Matriz de análisis de discurso político

Repetición ⁵		
Dramatización ⁶		
Sentimientos y emociones ⁷		

⁴ Pieza musical corta utilizada para fines publicitarios.

⁵ Con la repetición de palabras, frases o ideas se obtiene mayor impacto en la comunicación.

⁶ Imitar con su propia voz o recrear las noticias publicadas por los medios de comunicación.

⁷ Se representa en el discurso como la construcción de sentimientos de pertenencia de un grupo, donde se expresan sentimientos que pueden ser de alegría, enojo, gratitud, optimismo, pasión, entre otros.

Ironía y humor ⁸			
Destinatario de discurso	Prodestinatario		Contra destinatario
Contextos comunicacionales	Explicación	Demostración	Persuasión
Tipo de <i>ethos</i> ⁹	<i>Ethos</i> de identidad		<i>Ethos</i> personal
	Tono del discurso		
	Gestos		
	Postura		
	Vestimenta		
Adjetivos a los medios			
Figuras retóricas			
Actores presentes en el discurso			
Papel de los medios de comunicación			
Rol de los ciudadanos			

Matriz 2. Análisis del discurso político de Correa.

⁸Estos elementos sirven para ridiculizar a los adversarios, esto normalmente ocasiona risas en el auditorio, esto generalmente genera combate con el opositor.

⁹ Construcción de la imagen personal del enunciador, a través de la autenticidad y la dignidad.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de resultados

Para el presente estudio se realizó un análisis de discurso político donde se plasma las tensiones entre los medios de comunicación y el gobierno de Rafael Correa, para ello se observó tres enlaces ciudadanos “sabatinas” en la plataforma digital YouTube, donde exponen las notas informativas publicadas por los medios de comunicación, esto se detalla a través de una matriz de análisis donde se explica el discurso realizado por Correa hacia los medios. De acuerdo con la metodología se aplicaron las siguientes matrices: a) Análisis de espacios temporales en el discurso político donde se puede identificar los contextos discursivos de Correa; b) Análisis de discurso político de Correa, en esta matriz se detalla los enunciados emitidos a los medios de comunicación.

3.2 Matriz de espacios temporales en el discurso de Correa

Nro. de Sabatina	191			
Lugar	Salón amarillo del palacio de Carondelet, Quito- Pichincha			
Fecha	9 de octubre del 2010			
Duración total	2:12:04			
Segmento	“La libertad de expresión ya es de todos”			
Minuto de inicio	1:41:27			
Minuto final	1:57:21			
Recursos mediáticos utilizados	Frase de la semana	Fragmento de noticia	Jingles	Entrevistas realizadas por los medios
	X	X	X	


	<p>Cada vez hay menos medios “rentables”, es decir, aquella cuya función de información se cumple en apego a la búsqueda de la verdad y donde los intereses de los grupos propietarios no determinan la línea editorial.</p> <p>Alfonso Gumucio Dagron</p>	<p>Expreso 3/10/2010: Detalle de la estadía de Correa en el hospital de la policía. Durazos y agua para el presidente</p> <p>Por más de diez horas el jefe de estado permaneció en la habitación 302, hasta allí llegó su secretario de delegación de los policías sublevados (...). En bata hospitalaria recibió durazos, claudias y bebió agua aromática.</p> <p>Universo 05/10/2010: Noticia 1: Correa dispuso adelantar por tres horas su liberación. El operativo militar de rescate al presidente de la república del hospital de la policía, estaba planificado para las 23h00, sin embargo, por pedido del mandatario, según fuentes militares, el operativo se adelantó tres horas (...). El presidente insistió en que se realice el operativo en ese momento.</p> <p>Link de la noticia: https://www.eluniverso.com/2010/10/05/1/1355/correa-dispuso-adelantar-tres-horas-liberacion.html/</p> <p>Noticia 2: Gobierno aumentará sueldos a oficiales de la Policía y las FF.AA.</p>	<p>J1: “Y todos los días, y todos los días, los diarios publicaban porquerías, todos los días”.</p> <p>J2: “Mienten, mienten, que forma de mentir”.</p>	
--	--	--	---	--

		<p>Link de la noticia: https://www.eluniverso.com/2010/10/05/1/1355/retroactivo-subes-salario-mandos-medios-fuerza-publica.html/</p> <p>El Comercio 05/10/2010: El Gobierno sube los sueldos de cuatro rangos de la Policía y FF.AA.</p> <p>La Hora 06/10/2010: Policía sin poder. La guardia policial de la presidencia, Asamblea y ministerios fue retirada ayer. Militares la reemplazan.</p>		
--	--	---	--	--

Matriz 3. Espacios temporales en el discurso de Correa, Enlace ciudadano 191.

3.2.1 Matriz de análisis de discurso político


Repetición	- “Prohibido olvidar” (3) - “Se miente, se miente y se vuelve a mentir” (4)	Con la repetición de estas frases o palabras, Rafael Correa pretendía que el mensaje genere afecto en las personas y de esta manera no se olviden de los hechos que marcaron al país. El exmandatario enfatizó que la prensa miente, creando en los ciudadanos incertidumbre sobre la credibilidad de los medios, debido a que con la repetición trataba de hacer llegar el mensaje de una forma más clara.
Dramatización	Correa con sus alocuciones dejaba en ridículo a los medios de comunicación, esto con la proyección de las notas informativas publicadas por los diferentes medios, donde destruía la nota periodística y reconstruía la nota con los acontecimientos que supuestamente sí paso.	
Sentimientos y emociones	El expresidente recurrió a gestos emocionales como: “Hay noticias ¡absolutamente falsas! que molestan! y frente a tal drama, que a estos periódicos no los lea nadie”. Correa con sus expresiones proyectaba un sentimiento de enojo e indignación hacia los medios de comunicación que publicaban noticias de acontecimientos que no pasaron el 30S.	


<p>Ironía y humor</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 30%;">  <p>Figura 3. Discurso en el enlace ciudadano ·191</p> </div> <div style="width: 65%;"> <p>“La libertad de expresión desde que se inventó la imprenta, es la voluntad del dueño de imprenta [risas]. Algunos dicen que estamos contra la prensa libre, como quisiéramos que en este país haya prensa libre. Si eso es lo que buscamos, ¿qué significa prensa libre? Independiente, imparcial, neutra, que informe, aquí lo que hay es “actores políticos disfrazados de prensa”.</p> <p>La ironía y el humor se relaciona como una forma de contraponerse al opositor, por ello Rafael Correa enfatizaba que en el país hay ciertos medios que hacen de la comunicación empresas con fines de lucro, que no son ni imparciales, ni objetivos, además de desinformar a la ciudadanía. Al emitir estos enunciados acerca de sus adversarias lo hace con seriedad y risa.</p> </div> </div>	
<p>Destinatario de discurso</p>	<p style="text-align: center;">Prodestinatario</p>	<p style="text-align: center;">Contra destinatario</p>
	<p>Representantes de distintos barrios y organizaciones de Quito, migrantes ecuatorianos que se encuentran fuera de Ecuador, ciudadanos de Manabí, Esmeraldas, Guayaquil, Santa Elena.</p>	<p>Medios de comunicación</p> <p>-Expreso, El Universo, El Comercio, La Hora</p>

Contextos comunicacionales	Explicativo	Demostrativo	Persuasivo
	<p>En este contexto, el expresidente aclaró cómo se dieron los hechos en el 30S, desmintiendo a la prensa.</p> <p>El Universo publicó que por pedido e insistencia del mandatario el operativo de rescate tenía que adelantarse.</p> <p>“Cuando le responden que no se puede ¡insiste que adelante 3 horas! Todo eso es mentira, esto ya lo desmintió el coronel que comando la operación, esto es absolutamente mentira (...). Una interceptación telefónica señalaba el presidente iba a ser llevado a nono apurando</p>	<p>Correa en este contexto construía su discurso con pruebas que fortalezcan sus enunciados. Al contrario de los medios de comunicación, el expresidente mencionaba en sus discursos que los medios tergiversan la información.</p> <p>El Universo difundió un editorial con el titular ¿Por la fuerza todo? Donde redactaban que por la sublevación policial el gobierno cedió al aumento de sueldos de la Policía y la FF.AA. Sin embargo, el exmandatario afirmó que todo lo que dicen estos medios es mentira.</p> <p>“El editorial del Universo dice que habíamos cedido a la fuerza y cuatro días después de lo sucedido aumentamos los sueldos a las FF. AA y a la Policía Nacional,</p>	<p>Correa persuadía a la ciudadanía enfrentando a sus opositores, pues construía mensajes que desacreditaba a los medios introduciendo en las personas enunciados sobre la desinformación de la prensa.</p> <p>“Se les demuestra que se equivocaron, mintieron, mala fe, incompetencia, jamás corrigen. Lo cual es</p>

<p>el rescate, que en la jerga policial es desaparecer una persona”.</p> <p>Correa explicó que lo único veraz de esa nota es que lo iban a desaparecer y que la prensa miente, con esta información supuso que él tiene la verdad y que la gente ya no debe creer en los medios de comunicación.</p>	<p>contradiendo lo que dice el presidente “por el diálogo todo por la fuerza nada”, señores eso es ¡mentira! Esos cuatro rangos que aumentan sueldos ya estaba decidido hace rato, ya estaba presupuestado, solo faltaba el ejecútese (...). Yo había recibido a delegaciones de policías, capitanes, mayores de FF. AA y todos estábamos de acuerdo en el error, entonces esto es una nueva mentira de diario El Universo”.</p> <p>Correa con su discurso evidenciaba que los medios mentían, ya que no aumentaron los sueldos a estos rangos tras la revuelta policial, sino que aclaro que hubo un problema en la homologación y sea antes o después de este hecho se iba a ejecutar ese error.</p> <p>Además, en este contexto proyectó una entrevista realizada al ministro de defensa Javier Ponce donde expuso “no hay ningún</p>	<p>inconstitucional, pero así son se creen dueños del país”.</p> <p>El exmandatario convencía a la audiencia que él les da oportunidad de corregir sus errores, los medios deciden callar.</p>
---	--	--

		<p>aumento generar de sueldos de salarios en las FF. AA y en la Policía, lo único que existe es la corrección de las cuatro categorías”</p> <p>Con esto el discurso del expresidente se consolida y los medios de comunicación terminan como mentirosos.</p>		
Tipo de <i>ethos</i>	<i>Ethos de identidad</i>		<i>Ethos personal</i>	<i>Ethos combativo</i>
Tono de la voz	<p>Manejaba un tono de voz grave para desacreditar la información que difunden ciertos medios, este tono normalmente se relaciona con la autoridad. Asimismo, un tono alto para expresar adjetivos hacia los medios de comunicación.</p>	<p>Correa en su discurso presentaba un carácter fuerte, energético que defendía la soberanía del pueblo, proyectaba seguridad en sus</p>	<p>Utilizaba un lenguaje energético, emocional y aguerrido para desafiar a los medios de comunicación y a políticos que se</p>	

	<p>Gestos</p>	<p>En todo su discurso mueve sus manos para señalar algo o a alguien. Los gestos de la cara son de alegría, burla y enojo.</p> <p>Gesto de alegría</p>  <p>Figura 4. Discurso en el enlace ciudadano · 191</p>	<p>enunciados, atacaba a los medios y no se sometía a ellos.</p>	<p>oponían a sus políticas.</p> <p>Atacaba a sus opositores con mensajes negativos, tal es el caso de El Universo, a quien lo relacionaba con tener empresas fantasmas.</p> <p>“El editorial de diario el perverso, el mayor diario de las Islas</p>
--	----------------------	--	--	--

		<p>Gesto de enojo</p>  <p>Figura 5 Discurso en el enlace ciudadano · 191</p>		<p>Caimán, porque sepan ustedes que este diario es propiedad de empresas fantasmas en las Islas Caimán, así es el nivel ético de esta gente”.</p>
	Postura	<p>Establecía contacto visual con los interlocutores, mantenía una postura recta que emitía confianza y seguridad a la hora de exponer algo.</p>		
	Vestimenta	<p>Utilizaba un traje formal, chaqueta color azul y una camisa celeste.</p>		
Adjetivos a los medios	<p>“perversos”, “mentirosos”, “sinvergüenzas”, “mala fe”, “incompetentes”, “prepotentes”, “soberbios”</p>			

Figuras retóricas	“actores políticos disfrazados de prensa”, “el editorial del diario el perverso”, “empresas con fines de lucro”
Actores presentes en el discurso	<p>El gobierno, medios de comunicación, asesores, ciudadanos, secretaria “Marianita”, ministro de defensa Javier Ponce.</p> <p>En este espacio se menciona a las personas que el expresidente incluía en su discurso, sea para justificar o contraponer algo.</p>
Papel de los medios de comunicación	<p>“Marianita” ¿cuándo en la vida yo tuve bata hospitalaria? ¿cuándo comimos duraznos, claudias? ¿cuándo usted llevo después? Usted estuvo todo el tiempo conmigo, ¡todo es falso!, pero de donde se inventan esas cosas. Ustedes dirán que es irrelevantes, ¡por supuesto que es irrelevante!, lo relevante aquí es que es ¡mentira! Yo nunca me cambié de ropa, siempre estuve vestido listo a salir, no me dejaban salir. No comimos nada durante el día, no tuvimos agua aromática, ni durazno, ni claudias”.</p> <p>El expresidente explicaba que todo lo que dicen los medios es falso, pues a través de una noticia publicada en el diario Expreso donde mencionaban que el jueves 30 de septiembre Correa estaba en bata hospitalaria, comió y bebió agua aromática. El exmandatario desmiente esta noticia, además afirmaba que los medios de comunicación deben redactar y verificar bien la información que publicaban.</p>

Rol de los ciudadanos



Figura 6. Auditorio en el enlace ciudadano · 191


“La gente sabe quién dice la verdad y quién miente, porque es como arar en el mar con ciertos medios de comunicación del país”.

El expresidente siempre se dirigía a los ciudadanos, es por ello que aparecen como receptores de la información. Los ciudadanos a pesar de no intervenir en este espacio apoyaban al presidente, aplaudían, reían y escuchaban. Correa era acogido por el pueblo por incluir a sectores antes relegados, él velaba por el bien común, por ello en la sabatina se pudo visualizar a personas de diferentes etnias.

Matriz 4. Análisis de discurso político de Correa, Enlace Ciudadano 191.

3.2.2 Matriz de espacios temporales en el discurso de Correa

Nro. de Sabatina	208			
Lugar	Coliseo de Club Nacional de Cotacachi- Imbabura			
Fecha	12 de febrero del 2011			
Duración total	3:03:21			
Segmento	En esta sabatina no se presenta ningún segmento sobre el trabajo de los medios de comunicación, sin embargo, se analiza varios minutos donde Correa ataca a los medios.			
Minuto de inicio	00:09:30, 2:15:33			
Minuto final	00:12:49, 2:44:44			
Recursos mediáticos utilizados	Frase semanal	Fragmento de noticia	Jingles	Entrevistas realizadas por los medios
		X	X	X

		<p>La Hora, febrero 2011: La consulta va porque va. Entre insultos, advertencias y compromisos se cumple el primer día de la agenda del gobierno.</p> <p>El Comercio 07/02/2011: Indígenas de Imbabura organiza movilización contra el Régimen. El gobierno intenta medir fuerzas con el movimiento indígena de Cotacachi.</p> <p>Link de la noticia: https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/indigenas-de-imbabura-organizan-movilizacion.html</p> <p>El Comercio 4/02/2011: Caricatura difundida por el viaje de Rafael Correa a la Antártida.</p> 	<p>J1: “Mienten, mienten, que forma de mentir”</p> <p>J2: “Y todos los días, y todos los días, los diarios publicaban porquerías, todos los días”.</p>	<p>Ecuador Tv: Pruebas de carga en el puente Los Caras.</p> <p>Entrevistado: Jorge Jadàn, jefe de obras civiles del Cuerpo de Ingenieros del Ejército (CEE).</p> <p>Respuesta: De acuerdo a lo que exige el contrato se tiene que hacer estas pruebas de carga en la que permite someter a la superestructura del puente a una</p>
--	--	---	--	---

		<p>Figura 7. Captura de la caricatura publicada por diario el Comercio y presentada en el enlace ciudadano ·208</p> <p>Hoy.com.ec 9/02/2011: Correa promueve el sí en Molleturo. En su llegada a Molleturo, Correa aprovechó para promover el sí a la consulta popular.</p> <p>El Universo 10/02/2011: Desnivel en el puente “Los Caras” por falta de compactación de asfalto. El Cuerpo de Ingenieros del Ejército encontró esta falla desde diciembre de 2010.</p> <p>Link de la noticia: https://www.eluniverso.com/2011/02/10/1/1447/desnivel-puente-falta-compactacion-asfalto.html/</p>		<p>carga máxima de diseño.</p> <p>Periodista: Son esas pruebas las que permitieron al CEE realizar mantenimiento en la pila 44, ocasionados por el exceso de velocidad de los conductores.</p>
--	--	--	--	--

Matriz 5. Espacios temporales en el discurso del Correa, Enlace Ciudadano 208.

3.2.2.1 Matriz de análisis de discurso político

<p>Repetición</p>	<ul style="list-style-type: none"> - “Esta prensa corrupta” (28) - “Están desesperados por la consulta popular” (6) - “Prensa libre e independiente” (10) - “Si, al derecho de expresarnos en las urnas” (16) 	<p>Correa con la repetición de frases y palabras quiso que su mensaje tenga mayor impacto comunicacional, por ello resaltaba varias veces que la prensa es corrupta, que solo busca su beneficio. También, hablaba de la desesperación que tenían los medios de comunicación por el sí se aprobaba la consulta popular, ya que en ella se incluían preguntas que prohibían a los dueños y accionarios de las empresas de comunicación privada tener acciones en otras empresas fuera del ámbito comunicacional.</p> <p>“¿Por qué están desesperados?, porque de aprobarse la consulta, una de las preguntas es que si quieren un Consejo que regule los excesos de esta prensa corrupta (...). Si a cualquiera de ustedes estos sicarios de tinta les quieren robar la honra, la dignidad ¿Cómo se defienden contra estos señores? ¿Cómo lo hacen?, para eso es una de las preguntas es una de las preguntas de la consulta y por eso están desesperados, porque quieren seguir impunes estos sicarios de tinta”.</p> <p>Las frases o palabras que no se analizan en este casillero es porque el expresidente lo utilizaba en todo su discurso, pero se plasma en las diferentes categorías de esta matriz.</p>
--------------------------	---	---

<p>Dramatización</p>	<p>Correa imitaba a sus opositores presentando frases que decía la prensa y aclaraba que en su gobierno no van hacer lo mismo que hicieron en regímenes anteriores.</p> <p>“La prensa corrupta dice, “no hay que atentar contra la autonomía de la corte constitucional”, que doble moral (...). Los periódicos, la prensa, los medios de comunicación ya declararon inconstitucional la consulta, no sean sinvergüenzas ese no es su trabajo, manipular no es su deber, ese es el problema. Han estado acostumbrados a poner y quitar presidentes, a gobernar, legislar y juzgar. Como con este gobierno ¡se les acabo la fiesta!, tenemos todos los días los ataques de esta ¡prensa corrupta! con nosotros no van a tener esos abusos de poder que tenían antes. Como ya declararon inconstitucional la consulta “hay del que se atreva a decir lo contrario, es un vendido, un sinvergüenza”, esa es la prensa libre e independiente sinvergüenzas”.</p> <p>Con la dramatización buscaba que los medios repitan la noticia y construyan nuevas notas periodísticas para responderles y dejarles en ridículo frente a los ciudadanos.</p>
<p>Sentimientos y emociones</p>	<p>El expresidente mencionó que El Comercio publicó una nota sobre la sabatina que se iba a realizar en Imbabura, donde exponen que el exmandatario fue a ese sector para enfrentar a un dirigente indígena de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) y para unir fuerzas con el movimiento indígena. Sin embargo, Correa argumentó que este sector ya fue seleccionado anteriormente.</p>

“Estos sacan que hemos venido acá para medir fuerzas con el movimiento indígena, para bloquear un dirigente indígena posible candidato a la CONAIE, citan supuestas palabras del gobernador que nunca dijo ¿Qué es lo que quieren? que haya enfrentamientos entre ecuatorianos, que haya muertos para vender un poco más de periódicos. Esos dólares estarán llenos de sangre, que vergüenza. Pero no es nuevo lo mismo hicieron con Eloy Alfaro, cuidado, revisen la historia ¿Quiénes asesinaron a Eloy Alfaro? o ustedes creen que ese 28 de enero de 1912 Alfaro llegó a Quito y los quiteños son asesinos y los mataron, ¡fueron bombardeados durante días, semanas por veneno difamación del clero reaccionario, de los conservadores y de la prensa corrupta! (...). Esta noticia quería generar enfrentamientos, que irresponsabilidad de la prensa corrupta”.



Figura 8. Enlace ciudadano ·208, Correa rompe el ejemplar de la Hora

Correa proyectaba sentimientos de enojo al transmitir ese enunciado, a la vez se indignaba sobre la labor de la prensa, pues recalca que esto solo quería generar enfrentamientos entre ecuatorianos. Por ello, tras este suceso mostró un ejemplar de diario La Hora, donde publicaron que el exgobernante culminó su primer día del gabinete itinerante en Cotacachi con insultos y advertencias, no obstante, lo desmintió y molestó rompió La Hora en dos partes.

<p>Ironía y humor</p>	<p>El expresidente mencionaba que durante su viaje a la Antártica ningún medio de comunicación del país publicó información sobre el viaje a la Atlántica a diferencia de los medios de Chile, por ello en su discurso de una forma irónica enfatiza que los medios de comunicación son “libres e independientes”.</p> <div data-bbox="629 443 1211 842" style="text-align: center;">  </div> <p>Figura 9. Enlace Ciudadano 208, Correa en el discurso</p> <p>“Viajas a la Antártica, noticia que dio la vuelta al mundo ocupa las primeras páginas de los periódicos de Chile, pero aquí prácticamente ni se publicó ¿verdad?, esa es “la prensa libre e independiente” [sonrisa]. Primera vez que un presidente de la República está en la Antártica, pero aquí no es noticia, “la prensa libre e independiente”.</p> <p>Al emitir estos enunciado Correa solo sonreía y demostraba que los medios creaban notas informativas solo a su conveniencia.</p>	
<p>Destinatario de discurso</p>	<p style="text-align: center;">Prodestinatario</p>	<p style="text-align: center;">Contra destinatario</p>
	<p>Ciudadanos de Cotacachi, migrantes que se encontraban en diferentes países, autoridades locales, alcalde de Esmeraldas, prefecto de Santo Domingo, alcalde de la Concordia, Asambleístas Paco Velasco e Irina Cabezas y otras autoridades.</p>	<p>Medios de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ecuavisa, Teleamazonas - La Hora, El Universo, Diario Hoy versión electrónica, El Comercio

Contextos comunicacionales	Explicativo	Demostrativo	Persuasivo
	<p>“La semana anterior viajamos a la Antártica, noticia que dio la vuelta al mundo, ocupó las primeras páginas de los periódicos de Chile, pero aquí prácticamente ni se publicó, esa es la prensa “libre e independiente”</p> <p>Algunos medios de comunicación ecuatorianos publicaron pequeñas notas sobre la llegada de Correa a Chile y el retorno del expresidente al país. No hubo noticias con titulares que ocupaban las primeras planas a diferencia de los medios chilenos que realizaron varias notas informativas de los momentos del viaje.</p>	<p>El Universo y Ecuavisa informaron que el puente más grande del país tenía que someterse a reparaciones y en Teleamazonas comunicaron que se suspendió el tráfico del puente Bahía-San Vicente por reparaciones. Una vez realizado el análisis de lo publicado por diario El Universo se comprobó que en este medio primero detallaron las fallas y el mantenimiento que se realizó en este puente añadiendo que a la par de este problema se ejecuta las pruebas de carga, además afirmaban que este problema se detectó desde diciembre de 2010.</p> <p>En este contexto Correa presentó una entrevista realizada a Jorge Jadàn jefe</p>	<p>Correa en su discurso convencía a los ciudadanos a no creerle a la prensa, sobre todo en el contexto de la consulta popular del 7 de mayo del 2011.</p> <p>“La prensa como está desesperada por la consulta popular ha estado sin escrúpulos estos últimos días, nunca tiene escrúpulos cierta prensa, pero en verdad que ha estado brutal”.</p>



Figura 10. Enlace ciudadano ·208, captura de la nota periodística de un medio de Chile presentada en la sabatina.


Correa explicaba que algunos medios de comunicación solo informan lo que a ellos les conviene y cuando se trataba de noticias que le hacían daño al gobierno. En este contexto comunicacional, él da detalles de los hechos para que la información se más clara.

de obras civiles del CEE, donde mencionó que el desnivel de la calzada se detectó tras realizar las pruebas de carga. Asimismo, añadió la intervención de María Duarte quien fue ministra de transporte y obras públicas. “Ciudadanos no se dejen engañar, las pruebas de carga son parte del contrato, esos camiones pesados se ponen sobre las pilas, se hacen las pruebas y si no pasan esas pruebas el Gobierno Nacional y el Ministerio no le puede recibir a la obra al CEE”.



En este sentido, el contexto demostrativo ayudó a justificar el discurso de Correa y de esta forma sea más creíble, esto con la presentación de entrevistas e intervenciones de representantes de las instituciones encargadas de ejecutar las obras.

Persuadía a los ciudadanos utilizando la siguiente frase:” Si, al derecho de expresarse en las urnas”, de esta manera convencía a la gente a votar “Si”, a pesar de mencionar que no estaba haciendo campaña de alguna manera convenció a la ciudadanía de votar “Si”, más aún cuando los medios de comunicación promovían el “no”.

Tipo de <i>ethos</i>	<i>Ethos</i> de identidad		<i>Ethos</i> personal	<i>Ethos</i> combativo
	Tono de voz	Su tonalidad de voz dependía de sus enunciados, cuando hablaba de los medios tenía un tono de voz alto de indignación o en ocasiones un tono bajo, especialmente cuando se reía de sus adversarios.	Proyectaba un carácter fuerte y energético que defendía su verdad, se burlaba de la prensa, se enojaba y atacaba a los medios. En su intervención recomendaba a la	Transmitía sus enunciados con confianza donde combatía y desafiaba el rol que cumplían los medios, utilizaba adjetivos como:
	Gestos	En el discurso el exmandatario movía las manos de acuerdo a los enunciados que realiza. Su rostro reflejaba molestia, tranquilidad y felicidad. Enojo	ciudadanía consumir “lo oficial” de los diarios públicos, desacreditando con mayor fuerza a los medios privados. “No sean engañados por estos sinvergüenzas,	manipuladores, mentirosos desinformadores, entre otros. Esto con la finalidad de que los ciudadanos se convenzan de sus

		 <p data-bbox="846 639 1301 708">Figura 11. Enlace Ciudadano ·208, gestos de Rafael Correa</p> <p data-bbox="1016 743 1128 770">Felicidad</p>  <p data-bbox="846 1153 1290 1222">Figura 12. Enlace ciudadano ·208, Gestos de Rafael Correa</p>	<p data-bbox="1350 236 1700 762">compren el Telégrafo, Pepe el Verdadero, vean la página web de la presidencia, esta gente quiere que nos matemos entre ecuatorianos para desestabilizar al gobierno y para vender más periódicos. Ya no crean en esta prensa corrupta”</p> <p data-bbox="1350 820 1693 1018">Con esto el expresidente fortaleció más su discurso, más aún cuando la ciudadanía le apoyaba.</p>	<p data-bbox="1729 236 2042 320">enunciados, crean en él y no en los medios.</p> <p data-bbox="1729 376 2018 576">“Yo no les tengo miedo, ni les tendré miedo, presa corrupta, sinvergüenzas”.</p> <p data-bbox="1729 632 2018 1158">Las alocuciones del expresándote creaban más conflictos con los medios, ya que los medios sacaban más contenido sobre estas intervenciones. Sin embargo, Correa utilizaba ese material para atacarlos.</p>
--	--	---	---	---

	Postura	Mantén contacto visual con el auditorio, su postura era recta para emitir seguridad y confianza.		
	Vestimenta	Corre usó ropa semiformal, una camisa blanca con figuras bordadas, realizadas por los artesanos de Zuleta- Imbabura y una chompa color café con bordados.		
Adjetivos a los medios	“Farsantes”, “difamadores”, “corruptos”, “sinvergüenzas”, “mala fe”, “infames”, “sicarios de tinta”, “prensa corrupta”, “faltos de ética”, “doble moral”, “sin escrúpulos”			
Figuras retóricas	“Prensa libre e independiente, lo que son es dependientes de sus bolsillos”, “que el pueblo decida si quiere continuar con estos sicariatos de tinta”			
Actores presentes en el discurso	Medios de comunicación de Chile, medios ecuatorianos en especial la prensa, asambleístas, ciudadanos y los indígenas imbabureños.			

<p>Papel de los medios de comunicación</p>	<p>Correa insistía que los medios de comunicación desinforman, mencionaba que los conflictos son con los dueños de los medios, donde resaltaba que los dueños son politiqueros que solo quieren defender sus intereses. Se dedicaba a evidenciar los errores de los medios con su segmento “la libertad de expresión ya es de todos” que en esta sabatina elegida no se presentó, sin embargo, pese a no contar con este segmento los ataques a los medios si se evidenciaron, pues en los conflictos los medios de comunicación son los principales protagonistas.</p>
<p>Rol de los ciudadanos</p>	<p>Los ciudadanos se reían, aplaudían y apoyaban al presidente, debido a que después de su intervención sobre las preguntas de la consulta popular en el auditorio se escuchó a un grupo de personas diciendo “si a la consulta”, además cuando Correa rompió el ejemplar de La Hora los ciudadanos silbaban, aplaudían, sonrían y se escuchaba decir “correcto, correcto” a las acciones del exmandatario.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  <p>Figura 14. Auditorio en el enlace ciudadano ·208</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>Si a la consulta popular, a tu derecho de expresarte en las urnas”. En su discurso resaltaba el derecho que tiene los ciudadanos a votar, contraponiendo a los medios de comunicación que para Correa promovían el “No” en la consulta, pues supuso que los medios tenían miedo que la ciudadanía se decidiera en las urnas y los resultados no sean lo que ellos esperan.</p> </div> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;">  <p>Figura 13. Enlace ciudadano ·208, ciudadanía presente en el enlace.</p> </div>

Matriz 6. Análisis del discurso político de Correa, Enlace Ciudadano 208.

3.2.3 Matriz de espacios temporales en el discurso de Correa


Nro. de Sabatina	523			
Lugar	Parque Samanes- Guayaquil			
Fecha	20 de mayo del 2017			
Duración total	3:16:58			
Segmento	“La libertad de expresión ya es de todos”			
Minuto de inicio	1:49:33			
Minuto final	2:29:07			
Recursos mediáticos utilizados	Frase semanal	Fragmento de noticia	Jingles	Entrevistas realizadas por los medios
	X	X	X	X
	“El periodismo mercenario se apropia o	Teleamazonas 2007 sobre el decreto 486, Jorge Ortiz	J1: “Quieren tapar el sol con su amargura,	Giron Tv año 2012, sobre la Ley de aguas,

	<p>genera disputas de poder y se pone del lado del grupo al que obedece o se pertenece. El periodismo mercenario usa la tradición, el prestigio y la reputación -falsas o reales- de las que goza convirtiéndolo en servilismo disimulado. La honestidad, de la que se jacta, no es más que un vulgar cinismo” Leonardo Sai</p>	<p>periodista “La barbaridad y la carnicería que se está perpetrando en nuestros mares, desenas de playas cubiertas de sangre y de animales asesinados a sangre fría y a punta de machete no pueden dejar de estremecer e incluso de causar horror”</p> <p>Alfonso Pérez director de ecuadorenvivo.com en el año 2017 hizo una intervención sobre la primera vuelta electoral donde manifestaba lo siguiente: “Que las Fuerzas Armadas hagan lo que yo quisiera hacer, porque para eso se necesitaría que vayan con un anzuelo de esos que sirve para pescar pez espada ¡le pongan en la lengua,</p>	<p>dicen que la justicia es dictadura y el pueblo mira su cara dura. Me ha dado urticaria, me ha dado flojera esas dosis diarias de prensa embustera”</p> <p>J2: “Mienten, mienten, que forma de mentir”</p> <p>J3: “Y todos los días, y todos los días, los diarios publicaban porquerías”</p>	<p>intervención de Yaku Pérez: “Nos preocupa el tema de la identificación con los aretes que el Gobierno Nacional pretende imponernos en estos días. Hoy nos van a poner el impuesto también a las vaquitas, si dejamos esta vez que nos pongan el impuesto a nuestras vaquitas, mañana seguro podrán a nuestros caballitos, burritos y chanchitos ¿Estamos dispuestos a aceptar compañeros y compañeras?”</p>
--	---	---	---	--

		<p>al calumniador de los sábados, lo arrastren hasta el parque El Elegido y le prendan fuego”.</p> <p>Radio Democracia: Gonzalo Rosero mencionó que por salvar la frecuencia con la aprobación de la Ley de Comunicación iba a autoclausurar su noticiero.</p>	<p>J4: “Hoy resulta que es lo mismo ser derecho que traidor”</p>	
--	--	--	--	--

Matriz 7. Espacios temporales en el discurso del Correa, Enlace Ciudadano 523.

3.2.3.1 Matriz de análisis de discurso político

<p>Repetición</p>	<p>- “La libertad de prensa es la libertad de empresa” (4)</p> <p>- “Medios mercenarios” (9)</p>	<p>Con estas repeticiones el exmandatario intentaba que el mensaje llegue con mayor claridad, marcando el papel de los medios en la sociedad, un trabajo que para Correa dependía de los intereses del dueño del medio.</p>
<p>Dramatización</p>	<p>Frente a la intervención realizada por Alfonso Pérez en el 2017, Correa expresó lo siguiente:</p> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  </div> <div style="flex: 2; padding-left: 10px;"> <p>“Todavía estoy esperando que me diga esto frente a frente, son cobardes, son brabucones de pantalla y hasta pelucones, “de esos anzuelos que se pesca pez espada” ¿quién de ustedes pesca pez espada? [risas], son tan pelucones hasta para eso son pelucones, no dicen bocachico, trucha “pez espada” [risas].</p> <p>Imitó a su adversario de una forma graciosa con su voz y sus expresiones generando en los espectadores risas, por el contrario, su adversario en su discurso alzaba su voz y decía sus enunciados con enojo.</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">Figura 15. Enlace ciudadano ·523, discurso de Correa</p>	

<p>Sentimientos y emociones</p>	<p>- “¡Cuántas mentiras! han planteado en todos estos años, todas se les han derrumbado, pero una y otra vez intentaron desestabilizar al gobierno, engañar y dañar el corazón de la gente, quitarle su buen ánimo, que odio y así el país este dividido. Debemos exigir a esos ¡medios mercenarios! que están proveyendo un derecho no una mercancía”.</p> <p>- “La prensa corrupta, la prensa mercantil, nuestro más grande adversario en todos esto años, yo no como cuento a estas alturas y para que digan demócrata tengo que decir que la prensa es lo mejor del mundo, que todos los periodistas son honestos, que están por encima del bien y el mal no compañeros. Hay periodistas honestos que dejan la vida por cumplir con su deber y hay los periodistas <i>rocolas</i>, los que le dan una moneda y le tocan el disco que le pidan”.</p> <p>Con esta referencia dio a entender los sentimientos y emociones hacia la problemática de la desinformación de los medios privados, que por beneficio propio dañan al gobierno y al pueblo. Asimismo, enfatizó que hay periodistas honestos que realizan bien su trabajo. Se proyectaron sentimientos como: el amor a la patria, lo positivo y negativo de los periodistas, la esperanza de tener en el país medios que informen e indignación sobre la prensa que quiere favorecer sus bolcillos y desestabilizar su país.</p>
<p>Ironía y humor</p>	<p>“Cuando yo llegué había un sistema tan absurdo hecho por Lucio Gutiérrez, ustedes saben que no era muy listo que digamos [risas], decía que si había pesca incidental del tiburón tenían que llevarlo a la playa y quemarlo, obviamente nadie hacía eso (...). Hicieron una campaña diciendo que había cambiado votos por aletas, que he hecho un pacto con los pescadores para que nos apoyen en alguna elección y por eso estaba sacrificando a los</p>

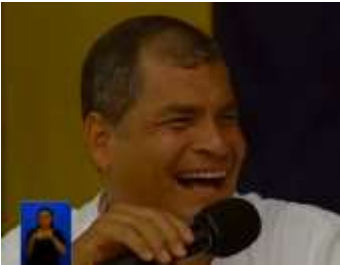
	<p>tiburones, cada tiburón que se agarraba incidentalmente lo sacaban en primera página destripado hasta con el número de cédula [risas], es impresionante el poder de la prensa”.</p> <p>El expresidente con el decreto 486 en 2007 prohibió la pesca y el uso de maquinaria para capturar tiburones, además incluía que los tiburones que se pescaban incidentalmente tenían que ser registrados con la autoridad competente para comercializarlos, siempre y cuando se cumpliera con los acuerdos estipulados en el decreto. La información publicada por los medios ocasionó movilizaciones por la desinformación “por un supuesto holocausto de tiburones”. Expresaba irónicamente y con humor este enunciado generando risas en el auditorio</p>		
Destinatario de discurso	Prodestinatario		Contra destinatario
	<p>Ciudadanos de Guayaquil y de varios sectores del país, migrantes que se encontraban en diferentes países y ciudadanos que miraban el enlace a través de Televisión y plataformas digitales.</p>		<p>Medios de comunicación y periodistas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Teleamazonas, Ecuavisa -Hoy, El Comercio, El Universo, El Expreso, La Hora - Alfonso Pérez director del portal electrónico ecuaorevivo.com - Gonzalo Rosero, radio Democracia
	Explicativo	Demostrativo	Persuasivo



Contextos comunicacionales

<p>En el año 2012 el gobierno promovió una regulación para crear una base de datos que certificaba la sanidad del ganado y evitaba el robo de estos. Sin embargo, el expresidente mencionó que los medios de comunicación también manipularon esta información.</p> <p>“La información de areteo lo distorsionaron, dijeron que era para cobrar impuestos a chanchos y cuyes. Así engañan a la gente y le dañan el corazón. Aquí el mensaje es ¿Cómo nos pudieron engañar durante todo este tiempo? ¿Cómo es que nos pueden seguir engañando? Lo de la Ley de aguas produjo heridos, agresiones terribles policías contra civiles, esto no justifica a los violentos, pero es claro que son usados por esta prensa corrupta”.</p>	<p>En junio del año 2013 se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación y algunas periodistas resaltaron que ante este suceso iban a clausurar sus programas para evitar el cierre de los medios de comunicación. Tal es el caso de Gonzalo Rosero de Radio Democracia.</p> <p>En este contexto el expresidente no presentó ninguna entrevista solo mencionó lo siguiente: “Acuérdense lo que hicieron con la Ley de Comunicación, no defendiendo el derecho del ciudadano, defendiendo los derechos de la prensa que quieren tener patente el curso para hacer lo que les da la gana, quieren ser un poder sin contrapoder, dijeron que iban a cerrar los medios, que se</p>	<p>Ante la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, medios de comunicación como Teleamazonas rechazaban esta Ley, sin embargo, Correa en su discurso sabatino mencionó que estos medios exigían cambios a la Ley solo por defender sus intereses particulares.</p> <p>“La información no es una simple mercancía, los medios privados no lo entienden, en su prepotencia dicen el periódico es mío, publicó lo que me da la gana y oculto lo que me da la</p>
---	--	---

<p>Correa explicaba porque los indígenas realizaron estas movilizaciones, culpaba a la prensa y a sus opositores de tergiversar la información.</p>	<p>acababa la libertad de expresión todo fue mentira”.</p> <p>Con este enunciado Correa dijo que estos medios de comunicación no cerraron. No obstante, en el año 2010 antes de la aprobación de la Ley de Comunicación Jorge Ortiz, renunció a su programa en Teleamazonas, esto con el fin de no ser un “obstáculo” en la venta de este medio, debido a que Teleamazonas fue uno de los medios televisivos más criticados en el gobierno de Correa.</p>	<p>gana. Hay si Correa o alguien critica, “atenta contra la línea editorial” ¡que caretucos Dios mío! ¡qué caretucos!”, entendamos que ellos están proveyendo un derecho no un churrasco, no un disco compacto”</p> <p>El exmandatario persuadía que la ciudadanía debe exigir el derecho a una información veraz, la Ley de Comunicación sirvió como instrumento para parar los engaños de la prensa.</p> <p>“Un poderoso instrumento es la Ley de</p>
---	---	---

			Comunicación, pero también se requiere conciencia ciudadana, exigir, empoderarnos para que cumplan con su deber os medios (...). Les insisto la Ley de Comunicación es un poderoso instrumento”
Tipo de <i>ethos</i>	<i>Ethos de identidad</i>		<i>Ethos personal</i>
	Tono de la voz	Usaba un tono de voz grave, especialmente cuando debatía las notas periodísticas publicadas por los medios de comunicación, asimismo usaba un tono alto para hacer preguntas de ese tema.	Correa se defendía de las acusaciones de la prensa proyectando una imagen de carácter energético, firmeza y altivez, este <i>ethos</i> se presentaba en los conflictos con los medios de comunicación y la opción. En su discurso también mencionaba a un líder político como

	<p>Gestos</p>	<p>El movimiento de sus manos era constante, con ello señala a sus opositores, con la mano izquierda hace puño al hablar de su gobierno. En su discurso se puede identificar gestos emocionales como alegría, tranquilidad, molestia e indignación.</p> <p>Alegría</p>  <p>Figura 17. Enlace ciudadano ·523, gestos de Correa.</p>	<p>Eloy Alfaro que ayudaba a fortalecer sus enunciados.</p> <p>“Debemos rechazar a estos mentirosos, porque no defendieron el derecho de los ciudadanos, sino defendieron los intereses de la prensa, quieren ser un poder sin contrapoder”</p> <p>“Los ciudadanos que salen a manifestar son inducidos asustados por esta prensa corrupta, así como fueron no justifican a los asesinos de Alfaro, lean que paso en esa época y como diario el Comercio metía cizaña para impulsar a que se atente</p>	
--	----------------------	---	---	--

		<p>Molestia</p>  <p>Figura 18. Enlace ciudadano ·523, gestos de Correa</p>	<p>contra el viejo luchador (...). También fueron cómplices la prensa que día a día envenenaba el corazón de la gente para que agredieran al viejo luchador”.</p> <p>Con el uso del mito de un líder consolidaba su discurso, porque detallaba que la prensa también fue cómplice por la desinformación, con esto Correa proyectaba su imagen más fuerte y creíble.</p>	<p>“Teleamazonas el mejor representante a nivel de canal de televisión de la prensa corrupta, a nivel escrito se pelea Diario La Hora. El Universo, El Comercio y El Expreso, ayer saco un compendio de lo peor de los enlaces ciudadanos, como disque calumniaba, insultaba,</p>
	<p>Postura</p>	<p>Su postura era recta, reflejaba seguridad, en ocasiones giraba su cuerpo o solo su cabeza para mirar a la derecha o derecha izquierda del auditorio.</p>		
	<p>Vestimenta</p>	<p>Vestía una camisa de color blanco con las mangas recogidas y un pantalón color beige, su vestimenta</p>		 <p>Figura 16. Enlace ciudadano ·523, Correa rompe el periódico de La Hora.</p> <p>incitaba a golpes, ¡rompía</p>

		<p>era más relajada porque se emitió en la región Costa.</p>		<p>periódicos!, bueno para que tengan materia para el día lunes aquí está La Hora”.</p> <p>Correa representaba la imagen de un mandatario desafiante que atacaba a sus adversarios y promovía la lucha contra sus opositores para descalificarlos. En esta sabatina tuvo una actitud más desafiante ya que ante la ovación de la gente rompió otro ejemplar el diario La Hora, desafiando a sus opositores.</p>
--	--	--	--	---

<p>Adjetivos a los medios</p>	<p>“Prensa mafiosa”, “prensa mercenaria” “prensa mercantil”, “prensa corrupta”, “oposición mentirosa”, “poder fáctico”, “caretucos”, “politiqueros”, “sicarios de tinta”, “prensa comercial”, “brabucones de pantalla”, “sinvergüenzas”, “prepotentes”.</p>
<p>Figuras retóricas</p>	<p>“Presa mafiosa que defiende sus intereses”, “Hay periodistas rocola, que les dan una moneda y les tocan el disco que les pidan” “Confunden la libertad de prensa con la libertad de empresa”, “Sicarios a paredes prestadas, detrás de un micrófono”, “Nadie les cree a esos payasos de los medios de comunicación”, “negocios de comunicación”.</p>
<p>Actores presentes en el discurso</p>	<p>En este espacio tuvieron presencia el gobierno, los medios de comunicación, los ecuatorianos y varios personajes de la oposición política como: Alfonso Pérez, Yaku Pérez, entre otros.</p>
<p>Papel de los medios de comunicación</p>	<p>El papel de los medios de comunicación era publicar las notas informativas, debido a que eso era lo que exponía Correa en su discurso, es por esto que afrentaba a los medios, este rol fue importante porque se pudo visualizar que hubo mayor enfrentamiento con el gobierno.</p> <p>“Yo veo una arremetida de la prensa mercenario, para que de nuevo sean ellos los que imponen el programa de gobierno, los que imponen la ley, la agenda legislativa. Ojalá los chicos de periodismo, ciencias políticas y</p>

	<p>de ciencias sociales estudien y vean que desde la prensa nos ponen prioridades, ahora resulta que el principal problema de este país es la ley de comunicación”.</p> <p>El expresidente desafiaba a los medios de comunicación por no se someterse a ellos, revela a los ciudadanos que los medios de comunicación privados pertenecen a dueños involucrados en otros negocios y que tienen medios de comunicación para controlar y defender sus beneficios particulares, por ello los llamaba “prensa mercenaria”.</p>
<p>Rol de los ciudadanos</p>	<p>En la sabatina se pudo visibilizar varias tomas de los ciudadanos presentes en el discurso emitido por Correa, quienes solo eran receptores de esa información. Los ciudadanos saludaban moviendo sus manos, reían, aplaudían e izaban las banderas del Ecuador y de Alianza país, este acto se identifica como una estrategia de campaña política donde los ciudadanos apoyaban y respaldaban al expresidente.</p>



Figura 19. Enlace ciudadano .523, ciudadanos presentes en la última sabatina de Correa.

“Los ladrones son otros, los que estando en el gobierno tomando decisiones, congelaron los depósitos de la gente y pusieron una intermediaria para comprar los certificados de depósitos de la gente que no podía sacar su propia plata y se los compraba al 40% de su valor nominal, jugando con el dolor, las lágrimas, la sangre de nuestro pueblo”.

Correa afirmaba que le molestan esos “politiqueros” que quieren robar la dignidad del pueblo, faltando a bien común.

Matriz 8. Análisis del discurso político de Correa, Enlace Ciudadano 523.

3.3 Discusión de resultados

Para determinar los resultados del presente estudio se parte de una pregunta de investigación, la cual detalla lo siguiente ¿Cómo se generó las tensiones entre los medios de comunicación y el gobierno de Rafael Correa dentro de las sabatinas?

Partiendo de las matrices expuestas en este trabajo, las sabatinas fueron el dispositivo comunicacional más importante en el gobierno de Correa, en este espacio el exmandatario contestaba y elaboraba respuestas para enfrentarse a los medios de comunicación privados. “Correa respondía a las estrategias de los medios con tácticas que usan formas y contenidos para transformar el mensaje de aquellos, ya sea para rectificarlos, otorgarles un contexto diferente o encauzarlos según sus propósitos” (Cerbino et al, 2016, p.141). En las sabatinas el expresidente tenía un poder de respuesta, cada noticia la enfrentaba dando su opinión y el contexto de los hechos, al mismo tiempo se burlaba de los medios y emitió mensajes a la audiencia para que hicieran conciencia del contenido que consumen de los medios.

También utilizaba recursos mediáticos como frases, fragmentos de noticias, jingles y entrevistas realizadas por los medios de comunicación. Elegía frases escritas por especialistas en comunicación y sociólogos, este recurso lo utilizaba para abrir el segmento “la libertad de expresión ya es de todos” donde enfatizaba que cada vez hay menos medios de comunicación confiables y lo que publicaban los medios eran solo con fines comerciales, pues para el exmandatario los medios solo defendían sus propios intereses, al usar estas frases reforzaba su discurso sobre los medios. Con respecto a los fragmentos de las noticias y las entrevistas, estos fueron utilizados por Correa para contrastar las notas periodísticas publicadas por los medios de comunicación, en el análisis se encontró que la mayor parte de las confrontaciones lo realizaba hacia la prensa como: La Hora, El Universo, El Expreso, El Comercio, Diario HOY y otros portales digitales, y en cuestión de los medios televisivos Teleamazonas y Ecuavisa. Sin embargo, expuso más a diario El Comercio, El Universo y la Hora.

Correa al terminar sus enunciados usaba *jingles*, este recurso le ayudó a reforzar su discurso porque en cada uno de estos se mencionan frases o palabras que desacreditaban a los medios de comunicación privados, por ejemplo: “mienten” “los diarios publicaban porquerías”, “hoy resulta que es lo mismo ser derecho que traidor”,

“prensa embustera”, cada uno de estos recursos se reprodujeron de 1 a 3 veces durante la sabatina, además se visualizó que algunos de los ciudadanos cantaban estas piezas musicales cortas.

Correa en su discurso expresaba que la libertad de expresión es de todos, y no solo de los medios de comunicación, pues para él todos tenían derecho a una información relevante, “el mandatario transformaba el lugar de enunciación de la comunicación, antes exclusivo de los medios, en un espacio que pretendía ser público, o al menos “oficial” según sus propias palabras” (Cerbino et al, 2016, p.142). Un espacio donde lo “oficial” fue emitido por el exmandatario frente al desgaste de contenido de los medios de comunicación privados. Propuso su “verdad” frente a las “mentiras de los medios”, esto se representaba como una manera de combate entre estos dos actores.

Asimismo, usaba ideas y palabras que desacreditaban a los medios de comunicación, a través de la repetición de alocuciones como: “prohibido olvidar” esta idea se repitió tres veces y hace referencia a que la ciudadanía no debía olvidarse de los acontecimientos que marcaron al país como por ejemplo el 30S, con la repetición el exmandatario pretendía que la comunicación sea más efectiva. “Esta prensa corrupta” se reiteró veintiocho veces, al emitir estas palabras la confrontación con los medios fue mayor porque calificaba a los medios como corruptos que solo defendían intereses personales, esto además causaba incertidumbre en la ciudadanía sobre la credibilidad de estos medios. “Prensa libre e independiente” al enunciar esta frase lo hizo de una forma irónica, porque para él es todo lo contrario, esta frase se repitió diez veces. Ideas como “Si, al derecho de expresarnos en las urnas” se repitieron dieciséis veces, en este caso el contexto de esta frase se da en torno a la consulta popular, debido a que los medios de comunicación promovieron el “no” a la consulta, el exmandatario repitió varias veces esta frase con el fin de hacer respetar el derecho de los ciudadanos a expresarse en las urnas.

En el análisis del contexto comunicacional explicativo de los enunciados que expuso Correa en las tres sabinas analizadas: 1. publicación realizada por diario El Universo después del 30S; 2. el viaje a la Atlántica del expresidente; y 3. la distorsión de la información sobre el arete en el año 2012, usó este contexto discursivo porque compartía información y conocimiento que era receptado por la audiencia, al hacer

esto transmitía su verdad utilizando un discurso de enseñanza, donde los ciudadanos aprendían que los medios de comunicación privados trataban de involucrarse en la vida política y no cumplían con principal función. Asimismo, utilizó el contexto persuasivo donde expresaba enunciados llenos de seguridad que se acercaba al pueblo, utilizando el “nosotros” como forma de identificarse con el pueblo y alejarse de los “otros” (medios de comunicación, grupos elites económicas, opositores políticos), su discurso era adecuado para desprestigiar a los medios de comunicación, con ello identificaba la influencia que tenían los medios sobre la ciudadanía en la manera de actuar y pensar de estos, por ello construía sus discurso con frases como: “Dañan y envenenan el corazón de la gente “y reconocía lo manipuladores y engañosos que podían ser. Los tres contextos comunicativos analizados son indispensables porque ayudaron a identificar como el expresidente deslegitimaba las notas informativas de los medios de comunicación privados.

El *ethos* también formó parte del discurso contra los medios de comunicación, porque a través de la imagen de un líder carismático, enérgico y defensor del pueblo podía hacer que los ciudadanos confíen en el discurso del líder. Correa fue capaz de entusiasmar y hacer que la gente crea en él, la legitimidad que poseía el exmandatario fue una forma de defender al pueblo enunciando la verdad, se representaba como un presidente “honesto, pero con carácter” y energético que supo usar el poder que el pueblo le facultó.

Si bien el Gobierno compite con los medios de comunicación por obtener el consenso de la opinión pública (Cerbino et al. 2014), lo hace utilizando, por un lado, los recursos tecnológicos propios de la producción mediática y, por el otro, los recursos simbólicos de la condición de receptores, en el sentido de que realiza un uso propio de la información recibida. Mientras introduce componentes lúdicos –teatralización, mímica, ironía– para burlar y desacreditar a los medios, dirige a estos una demanda política y ética de que asuman responsabilidades por la información, ejerciten la veracidad y la objetividad y, sobre todo, terminen con la “manipulación” al pueblo ecuatoriano (Cerbino et al, 2016, p.327).

Correa añadió a su discurso los mitos de gobierno que le sirvió como una estrategia de comunicación para consolidar el *ethos* personal, de identidad y combativo. En sus enunciados mencionaba su amor a la patria, donde defendía los intereses de los sectores más vulnerables del país. Evocaba la historia de Eloy Alfaro como un líder luchador, que fue asesinado por la difamación de los conservadores y desinformación de la “prensa corrupta”, el expresidente “acudía a la identificación con Alfaro para reforzar su lucha contra los poderes dominantes –Iglesia y medios de comunicación– que “hoy se oponen a la Revolución Ciudadana de Correa” como ayer se opusieron a la Revolución Liberal de Alfaro” (Cerbino et al, 2016, p. 330-331).

El exmandatario identificó a los medios de comunicación privados como sus principales adversarios, los cuestionaba e invalidaba como representantes de información, manejando adjetivos que los descalificaba, estos son: “perversos”, “mentirosos”, “sinvergüenzas”, “incompetentes”, “mala fe”, “prepotentes”, “soberbios”, “farsantes”, “difamadores”, “prensa mercenaria”, “caretucos”, “politiqueros”, entre otros. Asimismo, de figuras retóricas como: “empresas con fines de lucro”, “hay periodistas rocola, que les dan una moneda y les tocan el disco que les pidan” “confunden la libertad de prensa con la libertad de empresa”, “sicarios a paredes prestadas detrás de un micrófono”, “nadie les cree a esos payasos de los medios de comunicación”, entre otros. Estos adjetivos y figuras retóricas se repetían con mucha frecuencia, mediante estas alocuciones Correa legitimaba su discurso y restaba credibilidad a los medios que los reconocía como empresas privadas que proveen información, misma que debe ser veraz.

CAPÍTULO IV

4.1 Conclusiones

Se concluye que el expresidente Rafael Correa reconoció a los medios de comunicación privados como actores políticos y como sus principales opositores. Los medios intervenían en la vida política, generando contenido que muchas veces era falso. Por otra parte, en el gobierno de Correa se implementó las sabatinas como una estrategia de comunicación directa con los ciudadanos y a la vez como una herramienta para atacar y despojar a los medios de comunicación de su función como mediadores de información. Además, utilizó los mismos recursos de los medios para contrarrestar el discurso de estos, creando en los ciudadanos una nueva visión sobre los medios de comunicación.

Se pudo comprobar que la mayor parte de los ataques lo realizaba a la prensa privada. Mediante la investigación realizada sobre el objeto de estudio seleccionado, se determinó que la comunicación política de ese gobierno tuvo efectos sobre las nuevas formas de pensar de la ciudadanía, además por el debate constante con los medios de comunicación quienes antes de la llegada al poder del expresidente tuvieron privilegios de imponer la agenda política.

Las sabatinas como estrategia de comunicación fueron importantes no solo para la difusión de información del gobierno de Correa, sino, para la deslegitimación de los discursos de los medios de comunicación privados. Con el discurso confortativo, persuasivo y explicativo de Correa, los ciudadanos presenciaron el descenso de los medios de comunicación como actores que proveían información confiable y veraz.

Asimismo, los conflictos se generaban porque Correa criticaba a los medios por la desinformación, tergiversación y difamación en notas periodísticas que no eran contrastadas, por ello en sus discursos el expresidente les otorgaba adjetivos como “corruptos, manipuladores, sinvergüenzas, payasos” entre otros. Combatió con los medios de comunicación privados por la lucha contra las desigualdades sociales, la corrupción, la soberanía de los ecuatorianos, el amor a la patria y el derecho a la verdad.

Las tensiones entre los medios de comunicación privados y el gobierno son discursos emitidos en el espacio público por estos dos actores. Los medios crean y difunden información sobre la política, es decir, las acciones y decisiones del gobierno de turno, en cambio, el gobernante expone las notas periodísticas de los medios de comunicación a los ciudadanos, en este conflicto los dos actores se atacan entre sí, siendo uno víctima del otro, dejando a los ciudadanos como simples espectadores.

También, las tensiones se originaron porque los medios de comunicación pertenecían a grandes grupos de poder económico del país, que tenían la facultad de intervenir en la vida política y de esta forma manipular a la opinión pública, sin embargo, con el gobierno de izquierda este cambio, debido a que eran líderes populistas que protegían el bien común.

En el contexto de la consulta popular del 2011, Correa confrontaba a los medios por ser los principales opositores de la consulta, explicaba al pueblo de que trataba la consulta, añadiendo una idea de derecho que se debe respetar en los ciudadanos, explicaba y demostraba a la ciudadanía los errores de los medios con mayor fuerza. Con la Ley de Orgánica de Comunicación (LOC), las tensiones entre los dos actores fueron más constante porque el gobierno intentaba parar “los abusos de la prensa corrupta”, por otra parte, los medios trataban de demostrar que el ataque del gobierno de izquierda era una estrategia para continuar con su “régimen dictatorial”, asimismo explicaban que el gobierno controlaba y censuraba la información de los medios, denominando a la LOC como “Ley mordaza”.

Por ello, es importante destacar que en las sabatinas se generaron críticas en torno a la libertad de expresión, que para los opositores de Correa atentaba y limitaba a la diversidad de opiniones en los medios. Sin embargo, para el exmandatario la libertad de expresión siempre estuvo del lado de los opositores que solo buscan un beneficio particular. Por ello con la LOC trató de regular a los medios de comunicación para que la información fuera contrastada y no perjudique el buen nombre de los ciudadanos. No obstante, actualmente con el gobierno de la derecha de Guillermo Lasso esta Ley se reformó.

MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias bibliográficas

1. Amado, A. (2016). Política Pop de líderes populistas a telepresidentes. Buenos Aires: Ariel.
2. Asamblea Constituyente del Ecuador. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. Montecristi. Disponible en: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
3. Charaudeau, Patrick. (2009). La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. Disponible en: https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2009_d_Argum-_y_persuasio_Hom_Bolivar_.pdf
4. Chavero, P. (2018). Mediatización de la política en los nuevos gobiernos latinoamericanos: de la confrontación a la reconciliación. *Revista Internacional De Comunicación Y Desarrollo (RICD)*, 119-128. Disponible en: <https://doi.org/10.15304/ricd.2.8.5149>
5. Carmona, C. (2017). La democracia y la mediatización del discurso político. Estudio del proceso constituyente en los editoriales de El Mercurio Y La Tercera. [Tesis maestría]. Universidad de Chile. Disponible en: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/187539/Tesis%20-%20discruso-politico-el-mercurio-la-tercera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Celi, E. (2023). Lo que se queda y lo que se eliminaría de la Ley de Comunicación. *Revista Primicias*, 12-29. Disponible en: <https://www.primicias.ec/noticias/politica/cambios-ley-comunicacion-reforma-lasso/>
7. Cerbino, M., Maluf, M., Ramos, I., (2016). Los Enlaces Ciudadanos del presidente Rafael Correa: entre la exaltación del pueblo y el combate de los medios. FLACSO Ecuador.
8. Crespo, I., Garrido, A., & Riorda, M. (2011). Manual de comunicación política y estrategias de campaña. Editorial Biblos.

9. De la Torre, C. (2015). De Velasco a Correa: Insurrecciones, populismos y elecciones, 1994- 2013. Quito. Universidad Andina Simón Bolívar.
10. De la Torre, C. (2014). El gobierno de Rafael Correa: posneoliberalismo, confrontación con los movimientos sociales y democracia plebiscitaria. *Revista Temas y Debates*(20), 157-172. Disponible en: http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/2068/de_La_Torre.pdf?sequence=1
11. De la Torre, C. (2012). Rafael Correa un populista del siglo XXI. *Rafael Correa: Balance de la Revolución Ciudadana*, 151-170. Disponible en: <http://lanic.utexas.edu/project/etext/llilas/vrp/delatorre.pdf>
12. Echavarría, C., & Maurizi, V. (2017). La comunicación gubernamental: ¿herramienta para la legitimación de políticas o condición de posibilidad de la participación ciudadana? *Revista Companam*, 1-13. Disponible en: https://www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar/files/companam/ponencias/Comunicacion%20Pol%C3%ADtica%20y%20Derechos%20Humanos/ComunicacionyPolitica_echevarria.pdf
13. Fajardo, M. (2013). La disputa ideológica entre los medios y el gobierno: análisis comparativo de discurso en los editoriales de los diarios nacionales El Universo, El Comercio y El Telégrafo, tras la sentencia del juicio instaurado por el presidente ecuatoriano Rafael Correa contra diario El Universo, en 2011. [Tesis maestría]. Universidad Andina Simón Bolívar. Disponible en: <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3791>
14. Fuchs, G. (2014). Prensa y Poder: El grupo de diarios de América frente a las leyes de Comunicación de Argentina y Ecuador. [Tesis maestría]. FLACSO Ecuador. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10469/7714>
15. FUNDAMEDIOS. (30 de diciembre del 2015). Con un récord negativo de 377 agresiones, 2015 cierra como el peor año para la libertad de expresión en el Ecuador. Fundamedios. Disponible en: <https://www.fundamedios.org.ec/con-un-record-negativo-de-368-agresiones-2015-cierra-como-el-peor-ano-para-la->

16. Galindo, M. (2023). La derrota simbólica de Rafael Correa ante la transgresión caricaturesca de Xavier Bonilla, “Bonil”, desde el diario El Universo, período 2013-2015. FLACSO Ecuador. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10469/19096>
17. Granda, S. (2020). Comunicación, democracia y dictadura: la prensa en los intentos de golpe de Estado a Guillermo Rodríguez Lara y Rafael Correa en Ecuador. [Tesis maestría]. FLACSO Ecuador. Disponible en: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/17022/2/TFLACSO-2020SJGA.pdf>
18. Gerstlé, J. (2015). La comunicación política. Santiago de Chile. *Revista LOM Ediciones.*, 5(11), 12-36. Disponible en: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index>.
19. González, A. C. (2016). Comunicación Política y democracia en América Latina. *Revista Ecuatoriana de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 1(1), 119-129. Disponible en: <http://revistasojs.utn.edu.ec/index.php/recsyj/article/view/552/473>
20. Kitzberger, P. (2020). Posguerras mediáticas en américa latina: la reforma de la ley orgánica de comunicación en el Ecuador poscorreísta. *Revista Postdata*, 25(2), 1-10. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012020000200417
21. Libert, B., & Faulk, R. (2019). El éxito de una campaña de Marketing. España: Obama, INC Madrid.
22. Medina, C. M. (2015). Rafael Correa: Estrategia de politing en el siglo XXI. *Revista Opción*, 31(3), 429-445. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045567022>
23. Muñiz, C. (2019). Estudios de comunicación política desde una visión múltiple.

Perspectivas de la comunicación, 12(2), 1-15. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48672019000200007

24. Muñoz, A. (1998). *Comunicación Política*. Madrid: Universitas.
25. Natanson, J. (2014). La triple crisis de los medios de comunicación. *Nueva Sociedad*, 249, 1-11. Disponible en: https://static.nuso.org/media/articles/downloads/4002_1.pdf
26. Nieto, C. (2017). *Comunicación de Gobierno en el populismo Latinoamericano: El caso de Rafael Correa, Ecuador*. [Tesis doctorado]. Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en: <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/21604>
27. Noguera, Y. R. (2013). Pensando la comunicación, los medios comunitarios y el sexismo desde el texto de la Ley Orgánica de Comunicación. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 22(3), 55-72. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/10/ley-comunicacion-ecuador.html>
28. Ocampo, J. (2018). *El Enlace Ciudadano una estrategia de comunicación que usa los códigos del espectáculo mediático para construir identidades políticas*. [Tesis maestría]. Universidad Andina Simón Bolívar - Ecuador. Disponible en: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/17022/2/TFLACSO-2020SJGA.pdf>
29. Pasquino, G. (2020). Liderazgo político y comunicación política. *Revista Psicología Política*, 1(6), 65-85. Disponible en: <https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N1-3.pdf>
30. Paz, M. I. (2020). La comunicación de gobierno. *Revista Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*. Año XI., 14, 13-197. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/pyp/wp-content/uploads/sites/64/2020/05/PAZ-MINUTELLA-La-comunicacion-de-Gobierno-139-143.pdf>
31. Pimentel, U. (2019). Las relaciones entre Rafael Correa y la prensa ecuatoriana en

- el período 2006-2017: un análisis desde el discurso verbal y no verbal. *Revista Digital UCE*(19), 1-20. Disponible en: <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1739/1647>
32. Ramos, I. (2013). Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *Íconos - Revista De Ciencias Sociales*, (46), 67–82. Disponible en: <https://doi.org/10.17141/iconos.46.2013.133>
33. Restrepo, E. N. (2019). La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales. *Revista Correspondencias y Análisis*, 5(12), 1-26. Disponible en: <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n10.09>
34. Reyes, H. (2014). Activismo estatal y democratización social en Ecuador. Tensiones contrahegemónicas frente al poder mediático (2007-2013). *Nueva Sociedad*, 249, 1-11. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/activismo-estatal-y-democratizacion-social-en-ecuador-tensiones-contrahegemonicas-frente-al-poder-mediatico-2007-2013/>
35. Riascos, J. V. (2019). Comunicación política en Ecuador. Análisis de la presencia en medios sociales de los asambleístas ecuatorianos. *Revista Obra Digital*, 7(16), 105-117. Disponible en: <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/350991/442316>
36. Ricón, O. (2010). *¿Por qué nos odian tanto?. Estado y Medios en Latino América*. Bogotá.
37. Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 2(3), 96-111. Disponible en: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>
38. Riorda, M., Elizalde, L. (2013). ¿Hacia dónde va la comunicación gubernamental en América Latina? *Más poder local*, (19), 12-14. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4753491>
39. Ríspoldo, F. (2020). El campo de la comunicación política: El lugar de la

comunicación de gobierno. *Postdata*, 25(1), 1-10. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012020000100041

40. Salas, A. R., & Villegas, J. S. (2015). La participación de los medios de comunicación en la arena política: aproximación desde la ciencia política. *Revista Ciencia Política. Perspectiva Multidisciplinaria*, 201-220. Disponible en: <http://eprints.uanl.mx/8179/>
41. Salazar, M. (2018). Resistencias mediáticas e imágenes de la gubernamentalidad: activismo y comunicación política en Manizales (Colombia). *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (16), 93-110. Disponible en: <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.6>
42. Salguero, E. (2021). Estudio de las Políticas Públicas de Comunicación en Ecuador: período de Gobierno de la Revolución Ciudadana (2007 - 2017). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10803/671313>
43. Sánchez, G., & Punín, M. (2021). Del dicho al hecho. Democratización mediática y medios públicos en Ecuador. *Revista Comunicación y medios*, 30(44), 1-10. Disponible en: <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/61145/70287>
44. Schuliaquer, I. (2018). La negociación de las escenas mediática: los gobiernos de izquierda y los grandes grupos mediáticos nacionales en América del Sur. Los casos de Argentina (2003-2015) y Uruguay (2005-2015). [Tesis doctorado]. Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/2444>
45. Vaca, M. (2018). Regímenes políticos y medios de comunicación. Hacia una reconsideración de la dicotomía entre los modelos autoritario y liberal. *Foro Internacional*, 58(3), 1-10. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-

013X2018000300537#fn60

46. Vargas, J. (2019). Democratización y des-democratización: Estados, ciudadanía y las nuevas tecnologías del poder. Disponible en Programa Estado de la Nación: <https://estadonacion.or.cr/democratizacion-y-des-democratizacion-estados-ciudadanias-y-las-nuevas-tecnologias-del-poder/>
47. Viveros, D., Mellado, C (2018). La Ley de Comunicación y su impacto en la materialización de los roles profesionales periodísticos en las noticias de la prensa de referencia en Ecuador. *Comunicación y sociedad*, (32), 143-169. Disponible en: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i32.6587>
48. Wolton, D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo.
49. YouTube.
- Te lo Recordamos. (9 de octubre del 2010). Enlace Ciudadano · 191 [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EEeEwItxevE&t=7040s>
- Presidencia de la República del Ecuador. (12 de febrero del 2011). Enlace Ciudadano · 208 Cotacachi Provincia de Imbabura [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZveEQIKtBVw>
- Mundo Revolución. (20 de mayo del 2017). Enlace Ciudadano Nro. 523 – Último Enlace de Rafael Correa [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=C-CnUFsM2s4>