

MÁS ALLÁ DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS: EL “ENLACE CIUDADANO” COMO ESCENARIO DE DISPUTA POLÍTICO-MEDIÁTICA EN ECUADOR¹

PALMIRA CHAVERO

FLACSO-Ecuador y GIGAPP

pchavero@flacso.edu.ec

ISABEL RAMOS

iramos@flacso.edu.ec

FLACSO-Ecuador

MAURO CERBINO

mcerbino@flacso.edu.ec

FLACSO-Ecuador

La llegada al poder en Ecuador de Rafael Correa (2007–2017) supuso el inicio de la transformación del escenario político y mediático del país; en materia de comunicación, la Ley Orgánica de Comunicación (2013) fue la principal medida del gobierno de Correa, pero ésta vino acompañada de otras actuaciones significativas. La primera herramienta comunicativa que implementó Correa fue el “Enlace Ciudadano”, un programa de rendición de cuentas convertido por momentos en plataforma de disputa electoral. En este *paper* analizamos la evolución del discurso de Rafael Correa a través de una comparación entre los “Enlaces Ciudadanos” de 2011 (momento previo a la consulta popular convocada antes de la aprobación de la Ley de Comunicación) y los emitidos en 2015 (a los dos años de vigencia de la ley). Para ello, realizamos un análisis del discurso tras la definición de una serie de variables que nos permiten comprobar cómo ha evolucionado la relación del presidente Correa con los partidos, con los ciudadanos y con los medios. Especial énfasis se pondrá en analizar el “Enlace Ciudadano” desde la mediatización de la política como una perspectiva imprescindible para pensar en la gobernabilidad contemporánea en Latinoamérica.

Palabras clave: medios de comunicación; rendición de cuentas; Ecuador; “Enlace Ciudadano”; disputa política

BEYOND THE ACCOUNTABILITY OF ACCOUNTS: THE “CITIZEN LINK” AS A STAGE OF POLITICAL- MEDIA DISPUTE IN ECUADOR”

The government of Rafael Correa in Ecuador (2007) marked the beginning of the transformation of the political and media landscape of the country; in communication, the Communications Law (2013) has been the main measure of the Correa government, but there has been by other significant actions. The first communication tool implemented Correa was “Enlace Ciudadano”, program accountability converted in electoral platform dispute. In this paper we analyze the evolution of Rafael Correa speech, through a comparison between the “Enlace Ciudadano” of 2011 (prior to the referendum before the adoption of the Communication Law) and those issued in 2015 (two years of the law). We define a number of variables that allow us to see how the relationship has evolved President Correa with the parties, citizens and media. Special emphasis will be placed on analyzing the “Enlace Ciudadano” from the media coverage of politics as an essential tool for thinking about governance contemporary Latin American perspective.

Keywords; mass media; accountability; Ecuador; “Enlace Ciudadano”; political dispute.

1 Los datos presentados pertenecen a los proyectos “La agenda de los medios de comunicación de Ecuador y su relación con los actores políticos y ciudadanos (2015)” y “La disputa por el clima de opinión: de la mediatización de la política a la politización de los medios en Ecuador”, financiados por FLACSO-Ecuador. Los autores agradecen la colaboración de Jenny Proaño, Edison Morales (estudiantes de la Maestría de Comunicación de FLACSO-Ecuador), Gustavo García y Marcia Maluf (investigadores de ambos proyectos).

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR Y SU RELACIÓN CON EL SISTEMA POLÍTICO

La acción del Estado ecuatoriano ha favorecido históricamente la concentración de la propiedad de las empresas mediáticas en manos privadas, su estrecha vinculación con el capital financiero y la formación de conglomerados mediáticos, a través de un conjunto de normas legales que fueron promovidas sucesivamente por gobiernos de distintos signos desde, al menos, 1935 (Cerbino et al. 2014). En este contexto, en el que los medios tuvieron durante décadas el dominio sobre la selección y priorización de los problemas tematizables, sobre la promoción de las formas políticas acordes a los intereses del capital e, incluso, sobre el establecimiento de las agendas políticas, se puede afirmar que el sistema político fue incapaz de mantener verdadera independencia de los medios, dejando a éstos el liderazgo de la producción y difusión de representaciones sociales convergentes con los intereses de los sectores dominantes.

Además de las influencias políticas que han ejercido en Ecuador sobre la construcción de opinión pública, los medios de comunicación como dispositivos tecnológicos han impactado en las prácticas políticas, que tienden a adoptar las formas y las lógicas propias de los medios (Gingras 1998), las cuales —espectacularización, personalización e inmediatez, entre otras— no habrían dejado de resultar convenientes a los políticos, ya que les evita la necesidad de producir justificaciones y argumentos en torno a sus ideas políticas. A este respecto, siguiendo a Laclau (2005), la lógica de la simplificación y de la imprecisión —a las que contribuye el formato mediático— es la condición misma de la acción política en lo contemporáneo.

En lo legislativo, hasta la llegada al gobierno de Rafael Correa², la actividad periodística en Ecuador se regía por la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista, de 1975, que obligaba a la titulación y colegiación. En 1995 se modificó la Ley de Radiodifusión y Televisión aprobada por la dictadura militar de 1975, posibilitando la participación, con voz y voto, de los gremios empresariales en la entidad estatal encargada de asignar las frecuencias de radio y televisión³. En 2004, por

2 Rafael Correa llega a la presidencia de la República de Ecuador tras la formación del movimiento Alianza País y con el proyecto político autodenominado “Revolución Ciudadana”.

3 Registro Oficial n°691, del 9 de marzo de 1996.

iniciativa ciudadana y con gran apoyo de los dueños de medios, se aprobó la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), aunque su aplicación no ha resultado todo lo eficiente que se esperaba. En 2008 se aprueba la nueva Constitución y en ella se incluye, por primera vez, un capítulo específico en el cual se garantizan los denominados “derechos de la comunicación”, entre los que se incluye el acceso a la información, la libertad de expresión, la obligación del Estado de impedir la formación de monopolios u oligopolios mediáticos y el funcionamiento de medios públicos, privados y comunitarios en igualdad de condiciones. En noviembre de ese mismo año se constituyó, por decreto ejecutivo, una comisión especializada para auditar las concesiones de frecuencias de radio y televisión. El informe constata la connivencia entre empresarios y funcionarios públicos de gobiernos anteriores en el reparto y el acaparamiento de las frecuencias de radio y TV.

A partir de ese momento, el Gobierno da un plazo de un año para aprobar una Ley Orgánica de Comunicación; el proyecto se debatió en la Asamblea Nacional desde el 21 de noviembre de 2009, pero de forma interrumpida y en medio de una fuerte campaña de deslegitimación instrumentada por los grandes medios nacionales (Ramos, 2010). En diciembre de 2009, el proyecto de ley se somete a una evaluación de la Comisión Interamericana sobre Derechos Humanos (CIDH) a petición del Gobierno. De esta manera, se consigue consenso para excluir cualquier forma de censura directa. En 2010 se produce un primer debate y, a partir de ahí, el proceso se estanca (Checa, 2012) debido a las discrepancias surgidas en la Asamblea Nacional, incluso al interior de la bancada oficialista, sobre cuestiones como la composición de las entidades de aplicación de la Ley, las competencias del defensor de las audiencias y la posibilidad de regular la difusión de determinados contenidos.

Ante la falta de consenso para la futura ley, Correa decide incorporar algunas preguntas relativas a este proyecto en el referéndum constitucional y la consulta popular que se realiza el 7 de mayo de 2011 (con un total de 10 preguntas). La pregunta principal en lo que nos atañe fue planteada en los siguientes términos:

¿Está usted de acuerdo con que la Asamblea Nacional, sin dilaciones dentro del plazo establecido en la Ley Orgánica de la Función Legislativa, expida una Ley de Comunicación que cree un Consejo de Regulación que regule la difusión de contenidos de la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios; y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o medios emisores?

En total, votaron 8.634.376 ciudadanos ecuatorianos. Los resultados para esta pregunta respaldaron el “Sí”, si bien la diferencia no resultó tan amplia como cabía esperar: el 44,96% de los ciudadanos que votaron respaldó la propuesta frente al 42,04% que votó en contra, a lo que hay sumar un 5,26% de voto nulo y 7,73% de voto en blanco. La Ley Orgánica de Comunicación, finalmente, se aprueba el 25 de junio de 2013, pasando a convertirse en la principal política pública en esta materia que rige el funcionamiento mediático en Ecuador en la actualidad.

Además de la política pública en materia de comunicación, el gobierno de Rafael Correa ha tomado otras medidas en el sector mediático: la creación (2008) de medios de titularidad pública, tanto en prensa (*El Telégrafo*), radio (*Radio Pública del Ecuador*) como en televisión (*Ecuador TV*). A estos medios hay que añadir los oficiales (*El Ciudadano*, Radio Ciudadana y El Ciudadano TV), portavoces de la actividad y discursos del gobierno central, la vicepresidencia y los gobiernos autónomos descentralizados (GAD). Además, se crea la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica (Andes). Junto a estos medios, el gobierno de Correa puso en marcha el que se ha convertido en la principal herramienta comunicacional, el “Enlace Ciudadano”, propuesto como programa de rendición de cuentas semanal. El primer “Enlace Ciudadano” se emitió el 20 de enero de 2007 desde el Palacio de Carondelet en Quito. En el programa, que tuvo una duración de una hora y en el que Correa apareció acompañado de tres periodistas, el entonces Presidente de la República presentó este espacio como “un nuevo estilo de gobernar donde el presidente está al servicio de su pueblo, de su gente, respondiendo a las inquietudes

y a las preguntas”⁴ e incluso advertía de la intención futura de incorporar llamadas telefónicas de los ciudadanos para mantener un contacto directo, así como la idea de dar comienzo a “Gabinetes Itinerantes” a lo largo del país, con el objetivo de darlo a conocer desde el punto de vista turístico y posibilitar el contacto entre los pobladores de zonas periféricas y los funcionarios de alto nivel de su gobierno. Este primer programa fue retransmitido por 53 radios del país⁵ y se planteó netamente como un programa de rendición de cuentas del principal actor político.

Desde esa primera emisión, el programa se fue modificando en contenido y forma, hasta convertirse en un espacio de una amplia duración (en torno a las 4 horas) y con secciones propias para diferenciar los contenidos tratados. El “Enlace Ciudadano”, según datos de la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM), se transmitía por un promedio de 370 radios y 90 emisoras de televisión, además de una conexión en *streaming* con unas 10.000 visitas⁶. El “Enlace Ciudadano”, como principal instrumento de comunicación de Correa, se propone como una herramienta de mediación directa con el ciudadano, pero lo hace desde una posición eminentemente política, es decir, politiza las expresiones que utiliza en ese espacio por medio de una clara referencia a sus adversarios políticos, haciendo prevalecer la polarización de un “nosotros” vs. “ellos”.

La Ley Orgánica de Comunicación (2013) vino a profundizar el conflicto entre el gobierno de Rafael Correa y los medios de comunicación privados, quienes mantienen una disputa —al menos pública— permanente y aparentemente irreconciliable. El enfrentamiento que mantiene el expresidente de Ecuador con los medios de comunicación privados del país (a quienes denomina “prensa corrupta”) encuentra un precedente en la Venezuela de Hugo Chávez. En el país caribeño, la brecha se profundiza a partir de la crisis política de 2002, cuando se incrementan las ofensivas del gobierno chavista a los medios privados acusándolos de “golpistas”, “terrorismo mediático” o “instrumentos del imperialismo” y se da un aumento de los espacios en medios públicos (Kitzberger, 2009). Brasil, Argentina o, en menor medida, Chile, son también ejemplos de confrontación entre el gobierno y los me-

4 “Enlace Ciudadano” emitido el 20 de enero de 2007 y disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=cvOIwRlBcA>

5 <http://www.elciudadano.gob.ec/asi-fue-el-primer-enlace-ciudadano-en-el-2007-video/>

6 <http://coordinacion.secom.gob.ec/rendicioncuentas2014/secom.swf>

dios, conflicto que parece ser una tendencia de los gobiernos de la nueva izquierda de América Latina, formas de interacción que se completarían con herramientas de comunicación directa con el ciudadano (Kitzberger, 2009). El “activismo estatal” (Fiss, 1997) parece ser un rasgo en materia de comunicación de algunos regímenes latinoamericanos identificados como populistas. Este activismo estatal ha derivado en una serie de reglamentaciones que afecta directamente a la estructura de los medios, se han mejorado las condiciones de trabajo de los periodistas y se han sentado las bases legales para proteger a la audiencia (Ramos, 2013).

Este activismo estatal es coincidente con una de las características de la política en las últimas décadas: su tono predominantemente negativo, en el que se propone el ejercicio político como un escenario de conflicto caracterizado por una lucha permanente por el control de la iniciativa y la legitimidad y en el que los actores priorizan los errores y debilidades del adversario político por encima de los éxitos propios. Esto adquiere un carácter más significativo cuando estas atribuciones negativas no están directamente relacionadas con el ejercicio de la política, sino con cualidades personales, comportamiento o habilidad de los actores políticos (Mayer, 1996).

En esta negativización, y en un contexto de mediatización de la política, cada vez ocupan un lugar más importante los medios de comunicación, quienes pueden llegar a convertirse en agentes polarizantes e impulsores de esa negatividad (Ansolabehere e Iyengar, 1995; Castromil, 2012), en especial a través del uso del conflictivismo (González y Chavero, 2013). Esta utilización de la conflictividad como herramienta al servicio del negativismo lleva a los medios de comunicación a caracterizar a los actores políticos predominantemente en relación de conflicto, lo que podría tener entre sus consecuencias la movilización del ciudadano, siguiendo una de las posturas del debate clásico de los efectos del negativismo (Mayer, 1996). Esta estrategia de polarización y movilización, asumiendo que tuviese su origen en el “Enlace Ciudadano”, estaría alimentando la puesta en marcha y consolidación de lo que Blumenthal en los 80 llamó “campana permanente” y algunos autores atribuyen a la forma de liderazgo político de Correa (Conaghan y De la Torre, 2008).

a) Hipótesis y metodología de trabajo

A partir de los postulados establecidos, en este artículo realizamos una aproximación a la principal herramienta de comunicación de la que disponía el gobierno de Rafael Correa durante su mandato. En esta ocasión, y sin ser ajenos a la importancia de los medios de comunicación ecuatorianos con respecto al poder, nos centraremos en el análisis del poder político en su relación con los ciudadanos y con los propios medios. En concreto, realizaremos un análisis del “Enlace Ciudadano”, a fin de responder a algunas preguntas: ¿Son los Enlaces Ciudadanos una herramienta de comunicación directa con el ciudadano para la rendición de cuentas o traspasan esa función para acercarse al activismo estatal? ¿Cuáles son las características de esta herramienta? ¿Ha evolucionado —y en qué sentido— el formato en los últimos años?

Para responder a estas preguntas, formulamos las siguientes hipótesis de trabajo:

H1. Aunque es presentada como una herramienta de rendición de cuentas y comunicación directa con el ciudadano, en la práctica, el “Enlace Ciudadano” se convierte en un mecanismo de uso político, que pretende la consolidación y defensa de la Revolución Ciudadana.

H2. La disputa de Rafael Correa con los medios de comunicación privados tiene uno de sus máximos exponentes en el “Enlace Ciudadano”, donde Correa convierte a los periodistas en protagonistas y los caracteriza a partir de atributos negativos y en relación de conflicto, lo que los posiciona como adversarios políticos.

Cada una de estas premisas las analizaremos en dos momentos concretos: antes de la aprobación de la ley y dos años después de la misma, a fin de comprobar si existen cambios en el “Enlace Ciudadano”. En concreto, estudiaremos los Enlaces Ciudadanos correspondientes a dos momentos; el primero de ellos es el período en el que se produce la consulta popular (7 de mayo de 2011), por lo que analizaremos los programas realizados entre marzo y mayo de 2011; el segundo momento es el período comprendido entre diciembre de 2014 y febrero de 2015. En ambos casos, dejamos fuera del análisis los que, en ausencia del presidente, realizó el vicepresidente de la República.

Con respecto a la primera fecha, este período fue extremadamente denso en producciones simbólicas y en la puesta en escena de un discurso en que se sentaron las bases de valores fundamentales del gobierno de Correa. Lo anterior resulta adecuado para explorar el amplio espectro de significaciones que se pusieron en juego al intentar reafirmar al gobierno frente a la ciudadanía, en un contexto que se ha considerado crítico desde el punto de vista de la legitimidad política, tras el cuasi golpe de Estado del 30 de septiembre de 2010. En este contexto se producen dos acontecimientos políticos significativos; en primer término, la consulta popular que se realizó el 7 de mayo de 2011, que puso en consideración de los electores diez preguntas sobre reformas legales y de políticas públicas, entre la cuales había dos relativas al proyecto de Ley de Comunicación. En segundo término, el juicio al periodista Emilio Palacio y a directivos del diario *El Universo*, por la acusación de este periodista al presidente de haber cometido un crimen de lesa humanidad (durante el intento de golpe de Estado), y que Correa denunció por injuria. Así, este período coincide con uno de los momentos más sobresalientes del conflicto del gobierno con la oposición y, en particular, con los medios de comunicación privados, identificados como los principales adversarios en la campaña que se opuso a la consulta de 2011.

Con respecto al segundo período, se producen acontecimientos políticos y mediáticos igualmente de relevancia. Por un lado, a finales de cada mandato es cuando se debaten en la Asamblea Nacional los presupuestos anuales, que para el caso de Ecuador no son tan favorables como los años anteriores debido a la caída del precio del petróleo, uno de los principales sustentos de la economía del país. Además, el 2014 es la primera vez que el partido del gobierno, Alianza País, pierde la alcaldía de las principales ciudades (Quito, Guayaquil, Loja, Cuenca), lo que representó un signo de amenaza para la consolidación del proyecto de Rafael Correa. Por otro lado, en enero de 2015 se confirmaba la venta de la mayor parte de las acciones del grupo El Comercio, editor del diario *El Comercio* (uno de los medios de oposición al gobierno ecuatoriano). Detrás de la operación está el personaje conocido como “El Fantasma”, Ángel González, un magnate de la comunicación latinoamericana, propietario de más de 40 medios en una gran parte de los países de la región. Las operaciones de este empresario han venido caracterizándose por dos elementos: la inversión casi exclusiva en medios audiovisuales, que son los que mayor rentabilidad económica suponen (ésta era la primera vez que rompe su propia dinámica empresarial) y el no enfrentamiento con el gobierno del país

en el que opere el medio, con independencia de su signo ideológico, lo cual logra habitualmente dejando de lado temas políticamente complicados y apostando en mayor medida por programas de entretenimiento. En este sentido, es lícito preguntarse si la compra de un diario impreso ecuatoriano (por primera vez en la historia del magnate y contrariando la propia Ley Orgánica de Comunicación) puede responder a un intento del Gobierno de desactivar la oposición mediática.

Por otro lado, se produce la conversión del diario *El Telégrafo* a empresa pública, con lo que por primera vez contamos en Ecuador con un medio de comunicación constituido bajo esta modalidad, siendo el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información el principal accionista (40,34M) de la compañía Editogran, que cuenta con un activo de 66,2M USD⁷. Esta conversión sugiere asimismo un análisis de los posibles cambios e influencias, tanto en el plano comunicativo como financiero y político, influencias que pueden estar condicionando el quehacer periodístico.

Para la operacionalización del estudio, realizamos un análisis de los Enlaces Ciudadanos mencionados a partir de las siguientes variables:

- **RENDICIÓN DE CUENTAS** A través de esta categoría analizamos el espacio dedicado a la rendición de cuentas en cada “Enlace Ciudadano” y lo enfrentamos al resto de espacios que se abordan en el programa. Si bien con esta categoría no proponemos una medición exacta de los tiempos dedicados a cada sección, sí identificamos la estructura del programa y una aproximación de la duración de cada una de las secciones que lo conforman.
- **LA COMUNICACIÓN EN LA AGENDA POLÍTICA** Con esta variable identificamos, por un lado, en qué medida la comunicación forma parte de los temas relevantes para Correa y, por otro lado, qué manejo hace el presidente de los estilos y herramientas de la comunicación mediática.
- **TONO DEL DISCURSO** Tratamos de identificar si el discurso de Correa se acerca a tendencias negativistas, en concordancia con la propuesta de confrontación.

⁷ Según los datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, disponibles en http://apps.cvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul

- **TENDENCIOSIDAD** La identificación de la imparcialidad o posicionamiento ideológico del Enlace Ciudadano nos permitirá aproximarnos a un uso más o menos político de la herramienta de rendición de cuentas.
- **ACTORES PRESENTES EN EL DISCURSO** El análisis de los distintos protagonistas y actores propuestos por el expresidente de la República en el Enlace Ciudadano nos ayudará a ubicar los actores políticos del momento, tal y como son reconocidos por el propio Correa.
- **PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN** El análisis de la perspectiva que ofrece Correa de los medios de comunicación —y de los periodistas— nos permitirá identificar cuál es el papel que éstos desempeñan en la agenda y el discurso político, lo que nos ayudará a entender en qué términos se desarrolla el conflicto entre el gobierno y los medios.
- **PAPEL DE LOS CIUDADANOS** En esta variable analizamos el rol que desempeña el ciudadano en el discurso político en Ecuador en los últimos años, a fin de comprobar si es entendido como un agente a tener en cuenta o es relegado a un segundo plano de la dinámica comunicativa y política del país.

PRINCIPALES HALLAZGOS

El análisis de la selección de Enlaces Ciudadanos de 2011 y 2015, si bien no ofrece resultados concluyentes, nos arroja algunas aproximaciones en torno a nuestro objeto de estudio.

1. Rendición de cuentas

En este apartado ponemos en relación el espacio que se dedica a la rendición de cuentas, en sentido estricto, del Ejecutivo frente a otros aspectos que son tratados en el programa.

Si bien el Enlace Ciudadano se plantea como una herramienta de rendición de cuentas, poco a poco se fueron incorporando secciones en la propia emisión, hasta el punto que el espacio que se dedicaba a la rendición de cuentas era de aproxi-

madamente un 25% (unos 50 minutos de algo más de 3 horas de duración total). El resto del tiempo estaba ocupado por las secciones: Presentación⁸, “La libertad de expresión ya es de todos”⁹ (incluida la “Caretucada de la semana”¹⁰), “Extra”¹¹, traducción al kichwa¹² y despedida. A lo largo de estas secciones se introducen elementos que no corresponden en sentido estricto a su denominación, pero que son recursos habitualmente utilizados por el expresidente (como las referencias históricas o promocionales del país).

El espacio “La libertad de expresión ya es de todos”, en el que se refleja especialmente la confrontación con los medios de comunicación privados, es uno de los segmentos que no estaba en origen; en él se combinan los ataques de la prensa — según la propuesta de Correa— a las acciones del gobierno y los sucesivos intentos de desestabilización, según su visión, con las propuestas de esperanza y optimismo que el presidente introduce en estos espacios. Este segmento se incorporó el 6 de junio de 2009 (“Enlace Ciudadano” N° 123) y se anuncia como un espacio para “desmontar cada semana las mentiras que cierta prensa corrupta crea día a día frente a todo gobierno que quiera hacer un cambio, que quiera realmente hacer una patria para todos y para todas”¹³.

El tono utilizado en el “Enlace Ciudadano” es similar en los dos períodos analizados: exposición de agenda realizada, encuentros, explicaciones históricas, conclusiones o acuerdos logrados, realce de la actividad del gobierno y, en muchas ocasiones, reprimenda a los profesionales que preparan los vídeos que se emiten durante las *sabatinas*¹⁴ por no contener los elementos necesarios:

8 En la que se muestra al Presidente llegando al recinto en el que se desarrollará el programa, la recepción por parte de los presentes y, en ocasiones, alguna interpretación musical a cargo de artistas locales.

9 En ese segmento, el Presidente analiza la cobertura que ofrecen los medios privados sobre la acción del Gobierno y critica duramente que éstos se atribuyan la titularidad exclusiva del derecho a la libre expresión.

10 Se trata de una pequeña sección en la cual se tilda de sinvergüenza (caretuco) a algún representante de la oposición política a causa de alguna de sus declaraciones públicas.

11 Sección en la que se incluye algún anuncio importante o tema de coyuntura.

12 Es un resumen de la agenda presidencial de la semana, cuya duración máxima es 10 minutos.

13 “Enlace Ciudadano” N.123, emitido el 6 de junio de 2009 desde Gualaquiza-Morona Santiago, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=GBvCEIrfzX8> (minuto 1.57.50).

14 Así denominadas popularmente porque se emiten los días sábados por la mañana.

Lunes 8 de diciembre, día de la Virgen. Traslado aéreo hacia México-Veracruz para participar en la Cumbre Iberoamericana. ¿Qué es la Cumbre Iberoamericana? Compañeros, ¿qué número de Cumbre es? Todo eso debía estar aquí. Es una cumbre que se inició hace más de 20 años. Un poquito también por remordimiento de España con respecto a sus excolonias que reúne a toda la América descubierta por los españoles o por portugueses. Recuerden que América Latina también es francófona, Haití es Latinoamérica pero fue colonizada por Francia, invadida por Francia. En cambio acá solamente aquellos países que fueron colonizados por los países de la Península Ibérica, que en verdad son tres: España, Portugal y Andorra, un pequeñito país en medio de España cerca de Francia también. [...] Mi asistencia allá fue del inicio hasta el final de la cumbre, porque también es muy feo que con tanto esfuerzo el país anfitrión prepara cenas, almuerzo y se le va todo el mundo, eso me parece una falta de respeto. Del inicio hasta el final de la cumbre.¹⁵

2. La comunicación en la agenda política

El discurso de Rafael Correa se aleja del modelo publicitario. Una de las características de la argumentación es su fuerza de convencimiento, diría Angenot (2010), “su encanto”, su efectividad. En el caso del discurso político, se trata de una intención para “provocar y aumentar la adhesión de los espíritus a las tesis que se les presentan”, por lo cual, “una argumentación eficaz es aquella que consigue aumentar esa intensidad de adhesión”, su propósito es desencadenar en los oyentes una acción pretendida o crear en ellos una disposición para la acción (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 2005: 50). En los discursos del presidente Correa encontramos momentos en que se combinan la razón y la pasión, siendo ambos elementos claves en el análisis de la argumentación, ya que no puede haber conformidad sólo con la razón, sino que es necesario “entusiasmar” al auditorio, entusiasmo que implica poner al auditorio en una disposición de espíritu tal que su juicio pudiera ser orientado en una u otra dirección (Charaudeau, 2009).

¹⁵ Enlace Ciudadano N. 402, 13 de diciembre de 2014.

El discurso presidencial hace uso, de manera muy recurrente (y acentuada en el segundo período estudiado), de un estilo de argumentación que intenta explicar repetidamente causas, motivaciones e intenciones de las decisiones de gobierno. Para ello utiliza los recursos mediáticos a su alcance: fragmentos de noticieros y entrevistas producidos por los medios, *jingles*, comics y dramatizaciones con personajes locales. Es habitual que, en el segundo período de análisis, cada segmento de las *sabatinas* tuviese su propia cabecera de presentación, a veces incluso su propia canción.

Con respecto a los temas, Correa hace de la comunicación una de las cuestiones más importantes, acercándola al tiempo que dedica a otras como la economía, política y la infraestructura construida o recuperada por el Gobierno otro de los pilares de la agenda política. Uno de los recursos habituales del expresidente en este espacio es incorporar la comunicación como tema secundario cuando pone sobre la mesa otros ítems como la economía o las infraestructuras, en especial para traer a colación la manera en que la prensa privada trata esos temas.

3. Tono del discurso

Desde 2011 se observa una gran diversidad de adjetivaciones a los medios (“prensa corrupta”, “mentirosos”, “mediocres”, “limitados”), de figuras retóricas que los desacreditan (“propiedad de empresas fantasmas”, “empresas con fines de lucro”, “centrales de campaña con antenas”): La frecuencia de las réplicas, la vehemencia de las alocuciones referidas a las prácticas mediáticas y sus ridiculizaciones e ironías forman parte de un repertorio semiótico que el Presidente pone en acto de manera sostenida y en el que no deja de restarles credibilidad y legitimidad, como si de un combate se tratara.

Este conflicto se incrementa con la comparación del pasado histórico con el presente, como en las alocuciones que se refieren a la actuación de la Iglesia y los medios para con Eloy Alfaro¹⁶. Esta confrontación con los medios, a partir de dispositivos y recursos propios de la industria audiovisual, puede entenderse por

16 El general Eloy Alfaro Delgado, conocido como “El Viejo Luchador”, líder de la revolución liberal y dos veces Presidente de Ecuador, fue víctima de un linchamiento posteriormente denominado “La Hoguera Bárbara”, a causa del cual murió junto con partidarios y antiguos integrantes de su gobierno. Las principales conquistas sociales de su paso por la presidencia fueron la educación pública laica y gratuita, el voto femenino, el divorcio vincular y la desaparición del Estado clerical, entre otras. Su obra más importante fue la finalización del Ferrocarril Trasandino, que conectó las regiones Costa y Sierra.

la intencionalidad de reemplazarlos como enunciadores privilegiados de mensajes políticos válidos, a partir del principio según el cual lo que afirma el gobierno es lo verdaderamente creíble, lo susceptible de ser equiparado a *lo público*.

La base polémica del discurso político conlleva que la argumentación antagonista deba ser siempre tomado en cuenta, se trata de anticipar sus objeciones y de desenmascarar al que lo sustenta (Giménez, 1981). De esta manera la preparación de las respuestas a los medios y a otros actores políticos habría sido parte de la estrategia de campaña para la consulta popular:

(Tuvimos) reunión de trabajo para planificar una estrategia, porque nos han dado esta semana como bombo en fiesta, contra la consulta popular. [...] Pero esta semana ha habido toda una campaña para boicotear la consulta popular con la complicidad de la izquierda oportunista, de la falta de lealtad de alguna gente. En todo caso ya estamos organizando una campaña comunicacional para contrarrestar tanta infamia¹⁷.

La atribución de una identidad negativa —ser un negocio privado— y la parcialidad son señaladas como los grandes defectos de la prensa y de las organizaciones internacionales que la apoyan. En este sentido, Correa marca las contradicciones de organizaciones internacionales como Human Rights Watch, que realizó pronunciamientos sobre posibles riesgos a la libertad de expresión en el país, en el marco de los enjuiciamientos a periodistas. Las acusa de parcialidad, ya que dichas organizaciones no defenderían a todos, sino a los poderosos, es decir, a los negocios que venden periódicos.

En 2015, la construcción del discurso al respecto sigue los mismos términos, con un fuerte predominio del tono negativo asociado al tema comunicación (el 40% de los “Enlaces Ciudadanos” analizados en ese período que registran un tono negativo hablan de los periodistas y los medios del país). Aunque la negatividad también está presente cuando Correa menciona a otros actores políticos, los datos son más significativos al tratarse de los periodistas, pues se duplica el número de

17 Enlace Ciudadano N. 206, 29 de enero de 2011.

ocasiones en las que el tono del discurso es negativo cuando el tema a tratar son los periodistas y medios de comunicación.

Algunas veces, no es que estén incumpliendo alguna ley sino que abusan del anonimato y de la libertad que hay en las redes. Bueno, somos más, muchos más, les responderemos de la misma manera. Si ellos mandan un tuit mandamos 10.000 porque somos 10.000 a 1. El angelito del que yo ni siquiera sabía el nombre ha sido Crudo Ecuador, es la nueva estrellita de Navidad de la prensa corrupta.¹⁸

Este fuerte componente de negatividad queda no obstante equilibrado con un fuerte positivismo asociado al desarrollo económico y la construcción de infraestructuras.

Loja era el extranjero, ahora se hacen sólo 8 horas por excelentes carreteras, yo me acuerdo cuando vine a entregar la presidencia de la federación de estudiantes particulares [...], me acuerdo que nos demoramos como 20 horas en llegar a Loja y llegamos molidos. Ahora 8 horas en Guayaquil a Loja en extraordinarias carreteras¹⁹.

4. Tendenciosidad

La tendenciosidad en el discurso es uno de los elementos que nos van a permitir aproximarnos a una posible utilización política de un espacio de rendición de cuentas, por tanto, resulta de interés identificar si en el discurso existen elementos que muestren un posicionamiento ideológico o una posible disputa política o electoral.

En los análisis de 2015, más de la mitad de los programas resultan favorables a Correa; sin embargo, lo interesante del análisis es que, más que atacar a los partidos de la oposición, el sesgo se inclina en las informaciones desfavorables a los periodistas y medios de comunicación, con lo que pareciera que la verdadera

¹⁸ Enlace Ciudadano 408, 24 enero 2015.

¹⁹ Ídem.

oposición está siendo ejercida por la prensa. No son pocas las ocasiones en que el Presidente trata de manera agregada a la “prensa corrupta” y a la oposición política, actores que estarían actuando en connivencia contra el gobierno.

¡Qué sinvergüenzas! Qué falta de autocrítica, jóvenes, ésta es una de las mayores muestras de mediocridad y deshonestidad, la falta de autocrítica, no tienen ni siquiera la humildad elemental de decir “bueno, lo sentimos, sí es verdad, lo exageramos”. No, ellos son infalibles, siempre hacen lo correcto, qué barbaridad, qué falta de autocrítica, cuánta mediocridad y deshonestidad en la prensa corrupta²⁰.

Esta tendencia se daba ya en 2011, cuando Correa no solamente devela el carácter empresarial y el poderío económico de los medios, sino también sus funciones políticas y el uso de su influencia en la construcción de las representaciones de los ciudadanos.

Entonces fue luchar contra todo y contra todos. Vean los editoriales. Vean pues descaradamente Ecuavisa, Teleamazonas²¹, las entrevistas, los entrevistadores, ¡descaradamente, descaradamente por el No, lo cual es falta de ética! ¿O son políticos o son presentadores de noticias? ¡Pónganse de acuerdo!²².

5. Actores presentes

En línea con la variable anterior, los actores que más presencia tienen en el “Enlace Ciudadano”, además del propio gobierno, son la oposición política y los medios de comunicación. Dentro del discurso político, tienen una fuerte presencia colectivos como los indígenas:

20 Enlace Ciudadano 409, 31 enero 2015.

21 Dos redes de canales de televisión con cobertura nacional.

22 Enlace Ciudadano 222, 28 de mayo de 2011.

Somos muy amigos de los pueblos indígenas, miren cuántos indígenas hay aquí en Imbabura. Imbabura es la provincia con más población indígena y la provincia donde más votación sacamos en las últimas elecciones²³.

Igual sucede con los jóvenes, a quienes hace constante alusión en un intento de consolidar los avances del gobierno frente a los riesgos de que vuelva la partitocracia: “Prohibido olvidar, jóvenes”, “El pasado no volverá”. La repetición de estas propuestas es una de las características del discurso presidencial. Asimismo, se identifica el poder Ejecutivo con la ciudadanía, al expresarse en términos de compañerismo: “Somos más, compañeros”.

Eso es importante, mantener permanentemente la juventud, sabiéndose divertir sanamente, sin caer en excesos sin depender de cosas externas como alcohol, drogas, etc. Y de eso nos dieron ejemplo estos jóvenes maravillosos. Yo quedé muy entusiasmado, muy ilusionado porque son jóvenes líderes, se les ve en la mirada, jóvenes sanos, jóvenes transparentes. Así que muchas gracias queridos jóvenes²⁴.

Una característica que se mantiene constante desde 2011:

Dicen (los opositores) que los jóvenes ya no están con el gobierno, seguramente ustedes son de la tercera edad, queridos jóvenes...²⁵

Escúchenme, amas de casa, mujeres de mi patria...

¡Oiga qué jóvenes! Qué jóvenes más conscientes, más brillantes, qué jóvenes más comprometidos. Y seguiré teniendo reuniones con jóvenes. Bueno (tratar de reu-

23 Enlace Ciudadano 208, 12 de febrero de 2011.

24 Enlace Ciudadano 401, 06 de diciembre de 2014.

25 Enlace Ciudadano 206, 29 de enero de 2011.

nirme con todos), pero creo que nos falta mucho más ese contacto con los jóvenes. Esta Consulta es de los jóvenes. La pregunta sobre los toros me la propusieron los jóvenes. Iban al Palacio: “consulta popular por los toros” (...) Bueno, pongamos la Consulta. Por los jóvenes, para los jóvenes, con los jóvenes, compatriotas²⁶.

6. Papel de los medios

Correa insiste en el carácter inconstitucional del comportamiento de la prensa al haberlo acusado de genocida —al hacerlo violaron su derecho al honor y al buen nombre— más allá de que se trate o no de un Presidente o de funcionarios de Estado.

Y ahí lo repite un periodista y toda esa gente. Que el Presidente y los funcionarios públicos deben aceptar cualquier crítica, insulto, etcétera. ¡Críticas bienvenidas! ¿Pero insultos? ¿Calumnias? ¿Acusarme de genocida, de criminal? ¿Por qué? Incluso es inconstitucional compañeros. Leamos el artículo 66 de la Constitución: “Se reconoce y garantizará a las personas —numeral 18— el derecho al honor y al buen nombre”. Por favor, lean la Constitución. Y vean si por algún lado se dice “se exceptúa el Presidente y los servidores públicos”. ¡Lo que está haciendo esta prensa corrupta es inconstitucional! Y nos quieren comer el cuento, no por nuestro bien, para mantener su poder. Para mantener su capacidad de presión. Que ellos pueden insultar, criticar, difamar a los funcionarios públicos y nosotros tenemos que decir “bien, gracias”²⁷.

El Presidente denuncia la posición hegemónica de los medios —sujetos a la lógica del poder— y su propia posición como transgresora de dicha lógica. Sujeto de dominación que no se deja dominar, y que por el contrario se posiciona contra

26 Enlace Ciudadano 211, 5 de marzo de 2011.

27 Enlace Ciudadano 217, 16 de abril de 2011.

dicho poder, que es el poder de decir y de callar de los medios. Pero no solamente devela el carácter empresarial y el poderío económico de los medios, sino también sus funciones políticas y el uso de su influencia en la construcción de las representaciones de los ciudadanos.

Estos sí nos quieren, los trabajadores [de los medios], porque saben que los defendemos, los que nos la tienen jurada son los dueños, los dueños de los medios de comunicación, sí, como a Cristina, como a Dilma. América Latina no ha hecho nada por los medios de comunicación y quieren identificar libertad de prensa y libertad de expresión con la defensa de sus negocios privados [...]. Si quieren ser políticos vayan a las urnas, eso lo elegimos, no utilicen sus tinteros, sus micrófonos para hacer politiquería, eso no es ético y cada vez que lo hagan merecerán una respuesta política y mientras yo sea Presidente la tendrán y la tendrán bien bonita, compañeros²⁸.

Ésta es otra de las características que se mantuvo a lo largo de los años del gobierno de Correa y, lejos de reducir su importancia, se la aumenta al crear una sección dedicada específicamente al análisis de los errores de la prensa. Si bien esta sección no tenía una duración muy extensa, los ataques a la prensa se repetían a lo largo de toda la *sabatina*, con constantes alusiones a la irresponsabilidad y corruptibilidad de la prensa privada. Conviene recordar el gran protagonismo que tienen los medios en la conflictividad pública, como hemos comprobado en las variables anteriores.

Aprovechan para decir que en el país no hay libertad de expresión usando una tragedia para defender sus intereses particulares. En mi viaje entré a una tienda de departamento para comprar un regalo a una amiga de mis hijas, me encontré con migrantes y me tomé una foto. Enseguida tergiversaron esto diciendo que he ido

28 Enlace Ciudadano 411, 14 de febrero de 2015.

de *shopping*. Tienen *software* para detectar redes sociales para ver si alguien nombra a Correa. No es verdad que en nombre de la libertad de expresión se puede decir lo que se le dé la gana. [...] Es una campaña sistemática²⁹.

Ojalá que lo sepan seguir diciendo para que no quede ninguna duda de la clase de periodismo que tenemos: corrupto, que se deja sobornar, que no dice la verdad, tan sólo defiende intereses particulares³⁰.

7. Papel del ciudadano

El señor Presidente de la República ha puesto en consideración de los ciudadanos el posible cambio de la Constitución. Y serán ustedes quienes lo decidan. Lo bueno es que esto ha dado paso a un amplio debate nacional. Respetables opiniones a favor y en contra de cada uno de los puntos de la Consulta ayudan a que la democracia se fortalezca; ayudan a que tengamos una especie de pedagogía democrática³¹.

El discurso del expresidente Correa puede alcanzar a veces un tono prescriptivo, casi paternal, de preocupación y cuidado hacia la ciudadanía, como cuando se refiere a temas sensibles como los relacionados con la salud:

Tuvimos una reunión muy importante con el Ministro de Salud para revisar la estrategia de erradicación de enfermedades que se puedan erradicar; control de las enfermedades que se deben controlar; y atención de las enfermedades que tienen que atender. Entonces, hemos avanzado mucho también en esto, hay importantes logros. Hay cosas que no se pueden remediar, como la diabetes. Pero, por ejemplo, para evitar diabetes tomen

29 Enlace Ciudadano 407, 17 de enero de 2015.

30 Enlace Ciudadano 409, 31 de enero de 2015.

31 Enlace Ciudadano 214, 26 de marzo de 2011.

juguito de fruta, como la limonada que estoy tomando y no tomen bebidas edulcorantes (sic) (como la Coca Cola que antes tomaba dando mal ejemplo), entonces, a tomar jugo de frutas, a hacer ejercicios, etc. Es la forma de evitar la diabetes³².

La imagen del público en la plaza, o en el lugar físico en que se realiza la *sabatina*, parece, a través de la repetición de las escenas y de su amplificación mediática, constituirse en un espacio público de dimensiones nacionales que incluye a las audiencias de todo el país. Es decir, podría decirse que el “Enlace Ciudadano” no es solamente un dispositivo tecnológico y comunicacional, sino la representación de una relación más amplia, que incluye a todos y a cada uno de los espectadores y ciudadanos en el ámbito nacional. Sin embargo, a pesar de ese aparente protagonismo, los ciudadanos aparecen únicamente como receptores de los mensajes transmitidos en el “Enlace Ciudadano”, ocupando el espacio público y apoyando al Gobierno, pero en ningún momento toman la palabra³³.

Ustedes [soldados] han dado mucho por la patria pero también ese vendedor ambulante dio toda su vida de trabajo por la patria y ni siquiera tiene una pensión digna y tiene 80 años que seguir trabajando, ese indígena, ese agricultor, economía de subsistencia que a la final se pasó toda su vida trabajando y no recibe nada, entonces nadie a buscar ser importante sino útil [...] nadie a creerse superiores a los demás³⁴.

32 Enlace Ciudadano 212, 12 de marzo de 2011.

33 Y, es más, puede llegar a ser expulsado del espacio en el que se desarrolla el “Enlace Ciudadano” si interrumpe el orden y las normas establecidas.

34 Enlace Ciudadano 409, 31 de enero de 2015.

CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo hemos realizado un análisis del “Enlace Ciudadano”, propuesto inicialmente como una herramienta de rendición de cuentas, bajo la premisa de que han traspasado su función inicial. Para comprobar si esto es así, proponíamos dos hipótesis de trabajo que nos permitieran saber si: 1) Los Enlaces Ciudadanos se han convertido en una herramienta de disputa política y electoral y 2) Esa lucha no es sólo con la oposición política sino también —y primordialmente— con los medios de comunicación. A tal fin, seleccionamos una serie de variables y las aplicamos a dos períodos concretos: 2011 y 2015, lo que nos permitiría analizar si se han producido modificaciones a lo largo de los últimos años.

El análisis realizado ha posibilitado identificar, en primer lugar, los escasos cambios incorporados en esta herramienta de rendición de cuentas, al menos en lo referente a los aspectos que fueron objeto de nuestro análisis. En segundo lugar, la importancia que Correa otorga a los medios de comunicación, a quienes reconoce de manera explícita como un actor político más e incluso como la principal oposición, lo cual parece corroborar nuestra segunda hipótesis. En lo que respecta a los índices de negatividad, se confirma sólo de manera parcial, pues la negatividad con la que aparecen reflejados oposición y medios de comunicación encuentra cierto balance con el tono positivo y de defensa de la Revolución Ciudadana que caracterizan los elementos de rendición de cuentas del “Enlace Ciudadano”.

La primera hipótesis que planteábamos era la más difícil de comprobar, pues requiere del análisis exhaustivo de distintas variables. Sin ánimo de establecer resultados definitivos, el análisis de 2011 y 2015 realizado en este trabajo parece indicar que, en efecto, el “Enlace Ciudadano”, más allá de la rendición de cuentas, se utiliza como una herramienta de disputa política. Los ataques a la oposición política (y mediática), el discurso dirigido a los ciudadanos o el uso recurrente de adjetivos para caracterizar a la oposición son algunos de los elementos con los que Correa construye el discurso en el “Enlace Ciudadano” que ilustran el citado uso.

De esta manera, el expresidente de Ecuador apostó por una estrategia política en la que convirtió a los medios de comunicación (privados) en su principal adversario,

relegando a un segundo plano a los propios opositores políticos. En segundo lugar, esta estrategia de conflictividad le permite mantener la tensión en niveles elevados durante toda la legislatura, de tal manera que no sólo construye una imagen de actividad frente a la opinión pública (“A Ecuador no lo para nadie”, suele repetir Correa), sino que va elaborando un clima de crispación y hostilidad que mantendría movilizado al electorado (Bouza y González, 2009; Chavero, 2015).

Desde una perspectiva táctica, Correa hizo uso de las mismas herramientas de los medios para contrapesar el discurso hegemónico de la información e imponer una nueva visión de la realidad política y de los actores. Un aspecto de la política comunicacional que subyace al discurso de Correa es que sigue las reglas de construcción del mensaje ubicándose de modo especial del lado del receptor. Esto se observa en la construcción de enunciados que crean espacios de juego, introducen momentos de diversión en un contexto de seriedad —a través de chistes, ironías y mímicas— valiéndose de los mismos recursos del espectáculo que hasta antes de su gobierno habían sido de uso exclusivo de los medios.

Estas aproximaciones nos permiten avanzar en el estudio de las herramientas de comunicación presentes en el contexto ecuatoriano actual y en la relación que se estableció entre el gobierno de Rafael Correa y los medios de comunicación. En trabajos próximos profundizaremos en esta relación, teniendo en cuenta la variedad de medios de comunicación (por su naturaleza jurídica) que funcionan en Ecuador y los distintos dispositivos comunicacionales con que cuenta el sistema político.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angenot, M. (2010). *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Córdoba: Editorial de la Universidad Nacional de Córdoba.
- Ansolabehere, S. e Iyengar, S. (1995). *Going Negative. How Political Advertisements Shrink & Polarize the Electorate*. New York. The Free Press.
- Bouza, F. y González, JJ. (2009). *Razones del voto en la España democrática. 1977–2008*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Castromil, A. (2012). “Negativismo mediático y campaña electoral en las elecciones generales de 2008”. *Reis*, 139. Pp. 163–174.
- Cerbino, M. et al. (2014). “The dispute over public opinion: the mediatization of politics and the politicization of the media in Ecuador”, en Cheryl Martens, Ernesto Vivares and Robert W. Mc Chesney, *The International Political Economy of Communication, Media and Power in South America*. London: Palgrave Macmillan.
- Cerbino, M., Maluf, M. y Ramos, I. (2016). *Los Enlaces Ciudadanos del presidente Rafael Correa. Entre la exaltación del pueblo y el combate a los medios*. Quito: FLACSO/ATRIO.
- Charaudeau, P. (2009). “La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político”, en Shiro M. & alii, *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas. Pág. 277–296, en Le site de Patrick Charaudeau.
- Chavero, P. (2015). *Prensa y política en tiempos de crisis : estudio de la segunda legislatura 2008–2011*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Checa, A. (2012). “La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador”; *Revista Latina de Comunicación Social*; 067 pp. 125–147. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/067/art/950_Sevilla/06_Checa.html.
- Conaghan, C. y De la Torre, C. (2008). “The permanent campaign of Rafael Correa: making Ecuador’s plebiscitary presidency”. *Press/Politics* 13 (3): 267–284.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Fiss, Owen (1997). *Libertad de expresión y estructura social*. México: Distribuciones Fontamara.
- Giménez, G. (1981). “El análisis del discurso político-jurídico”, en *Poder, Estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político jurídico*. Ira. Edición. México,

- D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria. Disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/2/860/pl860.html>.
- Gingras, A.M. (1998). “El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas”, en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.). *Comunicación y Política*. Barcelona: El mamífero parlante.
- González, J.J. y Chavero, P. (2013). “Variantes de negativismo informativo en un contexto de crisis global: la evaluación de los actores políticos y de su interrelación”. En Crespo, I. (coord.). *Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Las elecciones generales españolas de 2011*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Kitzberger, P. (2009). “Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina”, en *Postdata* 14(2). Buenos Aires, ago/dic. 2009.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Mayer, W. G. (1996). “In Defense of Negative Campaigning”. *Political Science Quarterly*, vol. 111 (3). pp: 437–455.
- Perelman e Olbrechts-Tyteca. (2005). Citado en Asociación Argentina de Retórica, *I Coloquio Nacional de Retórica: Retórica y política*, pág. 533. Disponible en http://www.aaretorica.org/docs/Actas_Coloquio_Retorica_version_2.pdf.
- Ramos, I. (2010). “Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana en el debate de la nueva ley de comunicación en Ecuador”. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*. FLACSO Ecuador (37). pp: 25–31.
- (2013). “Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador”, en *Íconos*. FLACSO Ecuador (46). pp: 67–82.