

LA RELACIÓN DE AMOR/ODIO ENTRE GOBIERNO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PERIODISTAS EN ECUADOR

Martín Oller Alonso

Universidad de La Habana (Cuba)

martin.olleralonso@gmail.com

Resumen

La relación entre el gobierno, los medios de comunicación y los periodistas en Ecuador los sitúa en el centro del tenso debate acerca de los intereses creados entre estos actores. En primer lugar debido al carácter protagónico que viene desempeñando el gobierno de Rafael Correa dentro del área periodística a través de la creación de nuevos organismos y legislaciones al respecto y, en segundo lugar, motivado por el rol político que ejercen ciertos periodistas y medios de comunicación en su diálogo y relación con el gobierno, situando a la ciudadanía en una encrucijada a la hora de diferenciar dónde termina la información y comienza la publicidad o la propaganda oficial. Esta relación entre los actores políticos y los periodistas está consolidando la estructura comunicacional en la última década (2007-2017) en el país. Para conocer con mayor profundidad esta relación en Ecuador, este artículo 1) analiza las percepciones de los periodistas en torno a sus roles profesionales; niveles de autonomía, credibilidad y confianza; ideas de ética profesional y percepciones de las influencias contextuales a partir de los resultados obtenidos en el proyecto *Worlds of Journalism Study* y 2) las influencias procedentes del contexto -dentro y fuera de las redacciones- a partir de la aplicación del Modelo Orgánico Multinivel (MOM) propuesto por Oller (2015). Los resultados muestran, en primer lugar, que las políticas del gobierno de Ecuador, desde un punto de vista comunicacional, poseen ciertos rasgos que las definirían como populistas y, en segundo lugar, que los periodistas ejercen principalmente el rol de

difusor, lo que les podría llevar a actuar como “voceros” o interlocutores del gobierno, aunque con marcados matices del rol cívico, perro guardián y abogado.

Palabras clave

Populismo; roles profesionales; credibilidad; confianza, ética profesional; autonomía; influencias contextuales; Ecuador.

Introducción

Los periodistas poseen un rol protagónico dentro de los mecanismos de información, comunicación, difusión, control y propaganda de los gobiernos latinoamericanos. En ciertos países denominados progresistas, como es considerada la política gubernamental de Ecuador, el rol político que ejercen algunos periodistas y medios de comunicación los sitúa en medio de la discusión entre el gobierno, la oposición y la ciudadanía, hasta el punto que cabría preguntarse dónde termina la información y comienza la publicidad o la propaganda oficial. Es decir, en palabras de Castells (2009: 349), cuando el mensaje pasa a “distorsionar la realidad e inducir a la desinformación para favorecer los intereses del gobierno”.

La comunicación como activo estratégico ha sido demostrada a partir del interés de ciertos gobiernos por regular y controlar los sistemas mediáticos y la profesión periodística en sus respectivos países. Ejemplos como el de Ecuador, a través de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) el 25 de junio de 2013 y la creación de medios de comunicación públicos y organismos institucionales en materia comunicacional, como el Consejo de Comunicación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM)¹ y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM)², son buena muestra de ello. Esta relación entre los actores políticos y los periodistas constituye un aparato comunicacional en el país que se está consolidando en la última década (2007-2017)³. Estos

¹ CORDICOM, <http://www.cordicom.gob.ec/> [recuperado 17/06/16].

² SUPERCOM, <http://www.supercom.gob.ec/es/> [recuperado 17/06/16].

³ Periodo en el que Rafael Correa estará ejerciendo la presidencia de Ecuador liderando el movimiento de izquierda “Alianza País”.

ejemplos hacen pensar, y mucho, en el uso que el gobierno de Ecuador hace de su estrategia de comunicación institucional y mediática.

A partir de los resultados obtenidos en el proyecto *Worlds of Journalism Study* (WJS)⁴ y el análisis contextual en Ecuador este estudio intenta establecer si las características y las funciones que los periodistas perciben como propias dentro del Estado ecuatoriano estarían próximas a la idea de instrumentalización de los procesos comunicacionales e informativos por parte del gobierno de este país, auto-calificado como progresista y des-calificado como populista o neopopulista por los medios privados (Basabe-Serrano y Martínez, 2014; De la Torre, 2013).

Metodología

Las tendencias y los roles profesionales de los periodistas y del periodismo en Ecuador se establecen a partir de 1) los resultados obtenidos en el proyecto WJS y 2) un análisis teórico/contextualizado a través de la aplicación del Modelo Orgánico Multinivel (MOM) propuesto por Oller (2015).

En primer lugar, el trabajo de campo de este estudio se basa en el proyecto WJS, una investigación comparativa que se está realizando en 65 países alrededor del mundo, y establece las principales ideas sobre la percepción que los periodistas encuestados en Ecuador tienen acerca de sus 1) roles profesionales; 2) niveles de autonomía, credibilidad y confianza; 3) ideas de ética profesional y 4) percepciones de las influencias contextuales.

La muestra fue seleccionada por racimos, tomando como unidad muestral agregada los medios de comunicación considerados como “medios de calidad” (Jarren y Vogel, 2008: 72) en Ecuador y que poseen sus propios programas o secciones de noticias. En concreto se llevó a cabo un muestreo en varias etapas a partir de una selección por conglomerados y estratificada (tipo, propiedad, alcance y localización física del medio). A continuación, los profesionales encuestados fueron periodistas que obtenían al menos el 50% de sus ingresos a partir de su trabajo y estaban involucrados directamente en la producción y la edición de contenidos, así como en la supervisión y coordinación editorial de sus medios de comunicación.

⁴ *Worlds of Journalism Study*, <http://worldsofjournalism.org/> [recuperado 15/08/16].

El número de periodistas encuestados dependió de tres parámetros: 1) el tamaño de la población, 2) el nivel de confianza (95%) y el margen de error (5%) aceptado en la muestra. En Ecuador la muestra fue de 372 periodistas con base en una población de 17000 profesionales que trabajan en los medios de comunicación del país, según el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (CORDICOM)⁵.

El instrumento aplicado fue un cuestionario dividido en áreas temáticas (rol profesional, ética periodística, autonomía del periodista, confianza en las instituciones, influencias procedentes del contexto y cambios en el periodismo) que debía ser cumplimentado en su totalidad por los encuestados y, preferiblemente, realizado cara a cara o por teléfono. Su realización *online* o a través de *email* fue permitida siempre que no fueran viables los dos métodos principales. El período de recolección de los datos fue el comprendido entre el 1 de enero y el 31 de julio de 2015.

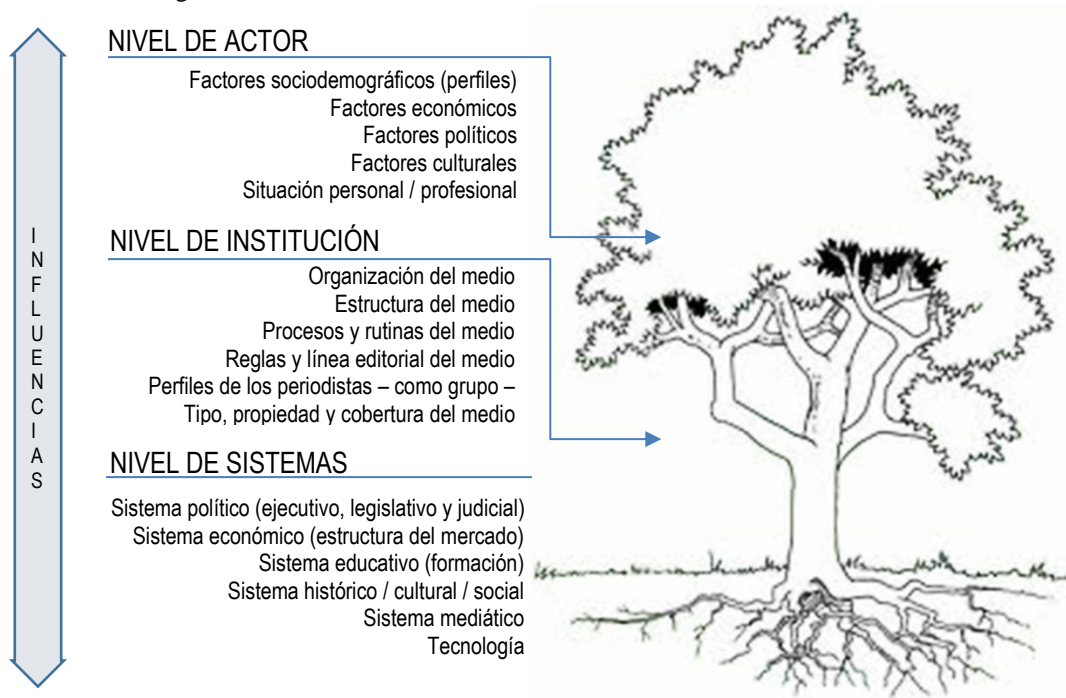
En segundo lugar se llevó a cabo el análisis contextual a partir de la aplicación del Modelo Orgánico Multinivel (Oller, 2015), con el que se desestructuró el contexto en tres niveles (Actor, Institución y Sistemas), estableciendo el tipo y la procedencia de las influencias percibidas por los periodistas. Este modelo se ajusta a las necesidades de este estudio gracias a que basa su análisis de desestructuración contextual en las variables espacio⁶ y tiempo⁷, posibilitando su implementación futura en proyectos con otros países -o regiones- y en estudios longitudinales. Este aspecto se presenta vital debido a que “los cambios sociales fuerzan a una reexaminación general de la relación entre los individuos y las grandes estructuras” (Reese y Shoemaker, 2016: 298).

⁵ Datos facilitados por CORDICOM, <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/ecuador-tiene-17-mil-personas-que-trabajan-en-el-area-de-la-comunicacion.html> [recuperado 17/06/2016].

⁶ Estudios desarrollados en distintos lugares o espacios físico o virtuales.

⁷ Estudios implementados en diferentes momentos o períodos, ya sea por etapas o cíclicos.

Figura 1. Modelo Orgánico Multinivel



Fuente: Elaboración propia a partir de Oller (2015).

1. ¿A qué se refieren cuando hablan de populismo?

La política y la comunicación en América Latina requieren de una clara definición y conceptualización de lo que se considera populismo o prácticas populistas. Ante todo debido a la marabunta de conceptos que han ido apareciendo en las últimas décadas y que no hacen otra cosa más que enmarañar un término que sigue manteniendo diversas, y contrapuestas, conceptualizaciones. De modo que comencemos desde el principio: “El populismo comienza donde las demandas populares-democráticas son presentadas como opciones antagónicas de la ideología del bloque dominante” (Laclau, 1977: 172-173).

Exponer qué es o qué significa populismo requiere de la presentación de distintas corrientes que lo catalogan con base en determinadas características. Jagers y Walgrave (2003) consideran que es un dispositivo táctico basado en la retórica y en un estilo de comunicación empleado por los partidos políticos en sus discursos como escaparate y conexión con los ciudadanos. Para estos autores el manejo de la comunicación por los populistas es la herramienta fundamental sobre la que se sostiene el populismo. Tal y como subraya Hermet (2003: 10), “preocupados por cautivar su auditorio presentándose como autores de milagros inmediatos, los líderes populistas desarrollan un estilo de comunicación política que apunta

a satisfacer las esperanzas y a ganar la confianza de una clientela de masa sobre la base de la afirmación absoluta de una realización de [sus] expectativas sociales si [lograran adquirir] un poder suficiente”.

Un segundo enfoque, relacionado con el manejo de la comunicación, entiende populismo como las acciones dirigidas a “decir lo que la gente quiere escuchar y simplificar los asuntos políticos” (Raadt y col., 2004: 1). Sin embargo, según estos autores, esto conduciría automáticamente a la conclusión de que todos los partidos políticos son populistas, ya que una de sus funciones cruciales es la de ofrecer alternativas sencillas y claras a los electores. Por ello, debemos ser muy cuidadosos al respecto dado que la comunicación forma parte consustancial del ejercicio de la política. ¿Podríamos considerar como populistas a Barack Obama, Donald Trump, Wilson Churchill, Ronald Reagan y muchos otros? Por consiguiente, no queda claro cómo distinguir entre “obsesión” por los medios de un líder político en particular y el uso activo, creativo y dinamizador de los medios por parte de la política. De forma que, según Urbinati (2014: 4), “la principal aspiración del populismo desde esta perspectiva es establecer un proyecto de poder que consiga que la opinión de la mayoría de las personas sea idéntica a la de la autoridad y el Estado soberano”. De hecho, prosigue este autor, “utiliza a sus líderes y oficiales electos a favor del Estado, consolidando y extendiendo su electorado”.

Desde otra óptica, Raadt y col. (2004: 1) argumentan que “es más provechoso percibir el populismo como una ideología que incorpora una forma específica de democracia-crítica”, conceptualizando y operacionalizando el populismo a partir de su elemento central: la soberanía del pueblo. En esta línea, Canovan (1999: 2) propone populismo como “una apelación al ‘pueblo’ en contra de las estructuras establecidas de poder y de las ideas y los valores dominantes de la sociedad”. Bajo este planteamiento el populismo abandonaría su matiz negativo aunque se aleje, en palabras de Canovan (1999), del cariz democrático “pragmático” para acercarse al “redentor”. Aspecto que define el carácter típico del populismo que, según Jaguaribe (1969), se caracteriza por generar una relación directa entre las masas y el líder, la ausencia de mediación de los niveles intermediarios y el hecho de que descansa en la espera de una realización rápida de los objetivos prometidos. Respecto a lo que Hermet (2008: 17-18) señala que

no cabe duda de que esta promesa de realización en un lapso muy breve constituye el elemento de definición esencial del populismo, teniendo claro que su inmediatez procede también de su lógica de mediación directa, sin pantallas, sin complicaciones institucionales y sin plazos. La única definición discriminante del populismo reside en estas dos dimensiones, parientes de la promesa inmediateamente realizable y de la no-mediación, que garantiza la respuesta instantánea.

En este artículo se explican algunas de las distintas aristas de análisis del concepto de populismo, sin embargo Canovan (1999: 3) señala que aunque “hay un gran acuerdo sobre qué fenómenos políticos entran en esta categoría, [...] existe menos claridad acerca de qué es lo que los hace populistas”.

Intentar resolver esta encrucijada se presupone arduo y, quizás, arriesgado. Ejemplo de ello es que a pesar de que Canovan (1993: 2) señala que los populistas “se ven a sí mismos como verdaderos demócratas” y, a menudo, “a favor de la democracia directa”, Hermet (2003) asevera que lo simplifican a partir de una tonalidad emocional que evita recurrir a acentos imperiosos, afectuosa frente a la fracción del pueblo que los sigue y raramente belicista - aunque se revelen a menudo nacionalistas o patrióticos-. Además, continua este autor, el populismo aparece como múltiple y flexible en sus registros de interpelación al pueblo y de sus actitudes frente al Estado, pudiendo reclamarse de tres pueblos distintos o bien de los tres a la vez, según el momento, uno nacional y unificador que trasciende las clases sociales, otro plebeyo y que vomita a “los Gordos” [“la Casta”⁸] y el último más o menos étnico. Finalmente, este asume rasgos paradójicos, algunos negativos y otros curiosamente ejemplares.

Más allá de un intento de definir qué es populismo y los rasgos asociados comúnmente a este término por políticos, periodistas y ciudadanos, como “simplificación” y “oportunismo”, este artículo pretende conceptualizar la idea de populismo como un modelo complejo y planificado de comunicación política, en la misma línea planteada por Reinemann y col. (2016), a partir de una propuesta empírica basada en el análisis de las acciones del gobierno, la situación contextual y las percepciones de los periodistas de Ecuador.

⁸ Expresión muy utilizada por el actual secretario general, y aspirante a la presidencia de España en las elecciones del 26 de junio de 2016, del partido político “Unidos Podemos” en España.

2. La relación de amor-odio entre los gobiernos “pop-ulistas” de América Latina, los medios de comunicación y los periodistas

Hace algo más de una década, Hallin y Mancini (2004) establecieron ciertos patrones de influencia en el periodismo relacionados con el contexto político. Estos patrones propuestos -desarrollados para el análisis del periodismo en países de Europa Occidental y Norte América- no se ajustaron, ni se ajustan, a la realidad de las culturas periodísticas del subcontinente latinoamericano -como es el caso de Ecuador-. Ante todo, debido a la propia idiosincrasia y heterogeneidad de la región y a los movimientos políticos emergentes durante las dos últimas décadas en un gran número de países como Venezuela, Argentina, Bolivia, Brasil, Uruguay, Ecuador, entre otros, que están reestructurando las formas de hacer periodismo hasta ahora conocidas en esta fracción del mundo. Esta corriente política renovadora se presenta a sí misma como la “nueva izquierda latinoamericana”, aunque es denominada en multitud de ocasiones como la “tendencia populista latinoamericana” (Oller y Amado, 2016), muy cercana a lo que Mazzoleni y Sfardini (2010) denominaron “política pop”⁹. De modo que, tal y como destaca Amado (2016) en su reciente libro *Política pop: de líderes populistas a telepresidentes*, las características comunes de líderes como Chávez, Correa, Kirchner, aunque también Peña Nieto y Uribe (pertenecientes a corrientes políticas opuestas, situación que demuestra que el posicionamiento ideológico y político no es *condición si ne quanon* del populismo), estarían en torno a su obsesión por la administración, la regulación y el control de los medios y la información, que les lleva a presentar sus liderazgos como protagonistas de la actualidad informativa y comunicativa en sus respectivos países.

En este contexto, las circunstancias políticas y económicas que acontecen en la actualidad han mermado la capacidad del periodismo para mantener una sólida frontera entre él y otros sistemas, de forma que se favorezcan los intereses periodísticos (Waisbord, 2013). Herencia que los periodistas han adquirido a partir de un proceso histórico en el que han estado subordinados a ciertas relaciones de interés generadas por 1) la “prensa de partido”, 2) las presiones comerciales de jefes, directivos, anunciantes, etc. y 3) el constante intrusismo de

⁹ Para ello tomaron como ejemplo la instrumentalización de los medios de comunicación por parte del expresidente Berlusconi en Italia.

los gobiernos en las redacciones de los medios; situación que no ha permitido delinear y establecer unos límites firmes y autónomos de la profesión periodística.

A mediados de esta segunda década del siglo XXI, la realidad es que Ecuador posee un contexto político definido a partir de la izquierda progresista liderada por Rafael Correa, abanderado del movimiento denominado “Alianza País” desde que ganara las elecciones en 2006¹⁰. A pesar de los intentos gubernamentales por robustecer los sistemas públicos estructuradores de este país, su sistema político es definido como una “democracia débil” debido a la falta de consenso social (Oller, 2015), los altos niveles de desconfianza (Latinobarómetro, 2011)¹¹ y el limitado grado de libertad de prensa (Reporteros Sin Fronteras, 2015; Freedom House, 2016).

De una forma u otra, la tendencia a ejercer un liderazgo mediatizado le ha llevado a ser calificado como “gobierno populista”, basado, según Cerbino y col. (2016), en la estrategia de engrandecimiento de su líder.

3. ¿Populismo o democratización de la comunicación en Ecuador?

El periodismo, asociado ineludiblemente a las acciones profesionales de comunicación, actúa como medio transversal en la relación entre los campos sociales, políticos, económicos y mediáticos que definen los gobiernos de las naciones de todo el mundo. Concretamente en América Latina ciertas prácticas gubernamentales están favoreciendo y fortaleciendo acciones populistas o neopopulistas, como es el caso de la región Andina -Ecuador-, bajo la propuesta de la democratización de la comunicación, afectando directamente a los medios de comunicación y a los periodistas.

A continuación se presentan algunas de las principales propuestas que está llevando a cabo el gobierno ecuatoriano a lo largo de la primera y segunda década del siglo actual:

1) La creación de *nuevos organismos reguladores y de control* del sistema mediático y la creación y fortalecimiento de las *instituciones públicas* en el área de comunicación. La

¹⁰ Rafael Correa ha sido reelegido en dos ocasiones (2009 y 2013). A pesar de que en Ecuador ha existido durante los últimos dos años un debate acerca de si volvería Correa a presentarse o no en 2017, a mediados del mes de mayo de 2016 él mismo confirmó que no lo haría.

¹¹ Los niveles de desconfianza en Ecuador son particularmente significativos hacia los sindicatos (67%), el poder judicial (66,7%) y los partidos políticos (65,7%).

creación del CORDICOM y la SUPERCOM y el fortalecimiento del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (MINTEL) y la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM).

2) La aprobación de *leyes reguladoras en materia comunicacional* y de la profesión del periodismo como la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) de 2013.

3) La *reestructuración del espacio radioeléctrico*, con la propuesta, en primer lugar, de la distribución en 33% para medios públicos, 33% para medios privados y 34% para medios comunitarios estipulada en la LOC y, en segundo lugar, el concurso de distribución de 1678 frecuencias de radio y televisión dentro del Proyecto Comunicacional propuesto por CORDICOM en 2016¹².

4) La creación de *nuevos medios de comunicación de propiedad pública*. En el país se han creado *Radio Pública del Ecuador* (2008); el canal de televisión *Ecuador TV* (2008); el diario *El Telégrafo* (2008); el diario *El Ciudadano* (2008); el diario *PP, El Verdadero* (2010) y la Agencia Nacional de Noticias de Ecuador y Sudamérica -*Andes*- (2009).

5) La *confiscación*, la *no renovación de licencias* y la *desaparición de medios de comunicación* debido a acciones dirigidas directamente a medios con posturas opuestas a los intereses del gobierno. En el país se incautan algunos medios de comunicación a banqueros -estas acciones la realiza la Agencia de Garantías de Depósitos (ADG) como consecuencia de la crisis financiera de 1999 y con base en la nueva Constitución de 2008-. Entre todos los bienes que se incautaron, algunos eran medios de comunicación: *Gamma TV, TC Televisión* y *Cablenoticias*, además de dos emisoras de radio (*Carrusel* y *Super k*) y dos revistas (*El Agro* y *La Onda*) (Chavero y Oller, 2015). Respecto a la desaparición de algunos medios, el ejemplo más emblemático es el del diario *Hoy*, que se vio obligado a cerrar sus actividades en el año 2014 por problemas económicos tras varios juicios y sanciones por parte de los organismos reguladores y sancionadores en comunicación del gobierno.

6) El *incremento del gasto público y de inversión en acciones propagandísticas, relaciones públicas, patrocinios y publicidad oficial*. Según Checa-Godoy (2011: 51) “la publicidad oficial supuso en 2008 en torno a 17 millones de dólares, [...] en 2009 llegó a los 40 millones

¹² Manual para la elaboración del Proyecto Comunicacional, http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/04/manual_proyecto_comunicacional.pdf [recuperado 22/06/16].

de dólares y [...] en 2010 superó los 60”. De forma que “el gobierno de Correa ha logrado implementar una exitosa campaña de difusión y relaciones públicas, fundamentado principalmente en una constante aparición en los medios de comunicación” (Punín, 2011: 6)¹³.

7) la *creación de espacios informativos exclusivos del gobierno*. Al respecto destaca la puesta en marcha a partir de 2007 del espacio *Enlace Ciudadano*, un espacio informativo de 3 horas de duración que es emitido en directo de forma simultánea por la radio y la televisión pública. Este es el recurso más utilizado por el presidente Rafael Correa a la hora de transmitir la gestión de su gobierno, un formato que pretende ser rendición de cuentas.

8) El *empoderamiento de la ciudadanía* a través de la creación de plataformas y organismos encargados de evaluar los procesos comunicacionales y los medios de comunicación. De este modo “a lo largo de todo el proceso de la Ley, se establece el derecho de las personas a organizarse en veedurías y observatorios de medios ciudadanos” (Ramos y Gómez, 2014: 303).

El caso de Ecuador es un ejemplo de un estilo de democracia presidencialista apoyada en las acciones anteriormente mencionadas, donde se muestra el exponencial esfuerzo por parte del Ejecutivo para controlar, regular y supervisar todos los mecanismos de comunicación, tanto públicos como privados y comunitarios.

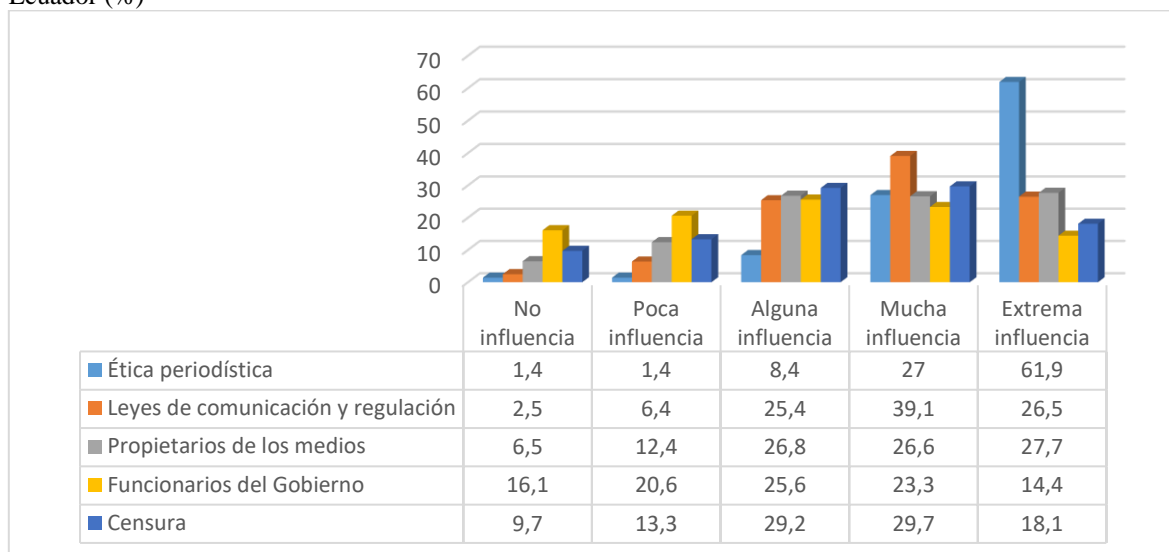
4. Resultados

4.1. Resultados del trabajo de campo del proyecto WJS

El factor que ejerce más influencia para la mayor parte los periodistas en Ecuador es la ética periodística (88,9%). A continuación se encuentra la LOC y la regulación en comunicación (65,6%) y los propietarios (54,3%), que ejercen ligeramente una mayor influencia que los funcionarios del gobierno (47,7%). Respecto a la censura, a pesar de ser percibida como una de las que menos influencia ejerce de todas las analizadas, destaca que para el 59,1% ejerce alguna o mucha influencia. Un valor muy alto.

¹³ Datos estimados por estos autores, no son datos oficiales.

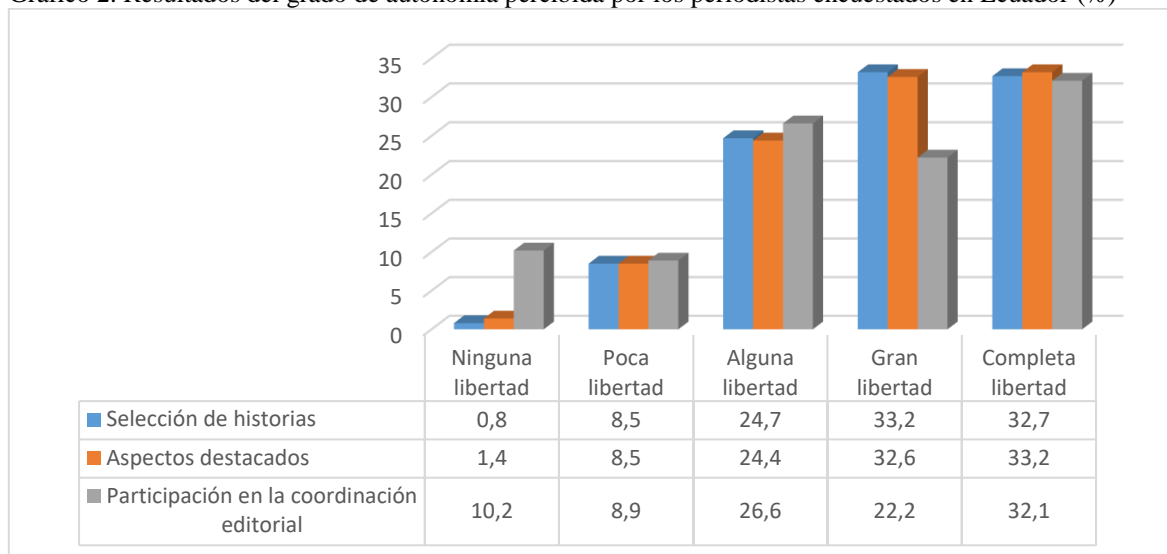
Gráfico 1. Resultados del nivel y procedencia de la influencia percibida por los periodistas encuestados en Ecuador (%)



Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados muestran el intervencionismo del gobierno en el trabajo diario de los periodistas porque, en primer lugar, lo más importante para los periodistas es la ética profesional, que está reflejada en los códigos deontológicos, códigos que por legislación deben disponer todos los medios de comunicación. Además, la discusión sobre la función social y la ética periodística de los medios se encuentra dentro de la agenda política desde la entrada en vigor de la LOC (2013). Y, en segundo lugar, porque la nueva ley de comunicación de 2013 y sus respectivos reglamentos (incluida la creación de dos organismos regulador -CORDICOM- y sancionador -SUPERCOM-) ocupa el segundo puesto en este ranking generado a partir de esta investigación. Estos factores hacen que la sensación de censura sea más perceptible por los periodistas debido a la camisa de fuerza que supone sentirse vigilados y juzgados constantemente. Unido a los dos aspectos anteriores, a nivel general, destacan los altos índices de influencia percibidos por los periodistas procedentes de los niveles más externos -Sistemas e Institución- a nivel general, situación que deja en entredicho la libertad de prensa en el país.

Gráfico 2. Resultados del grado de autonomía percibida por los periodistas encuestados en Ecuador (%)

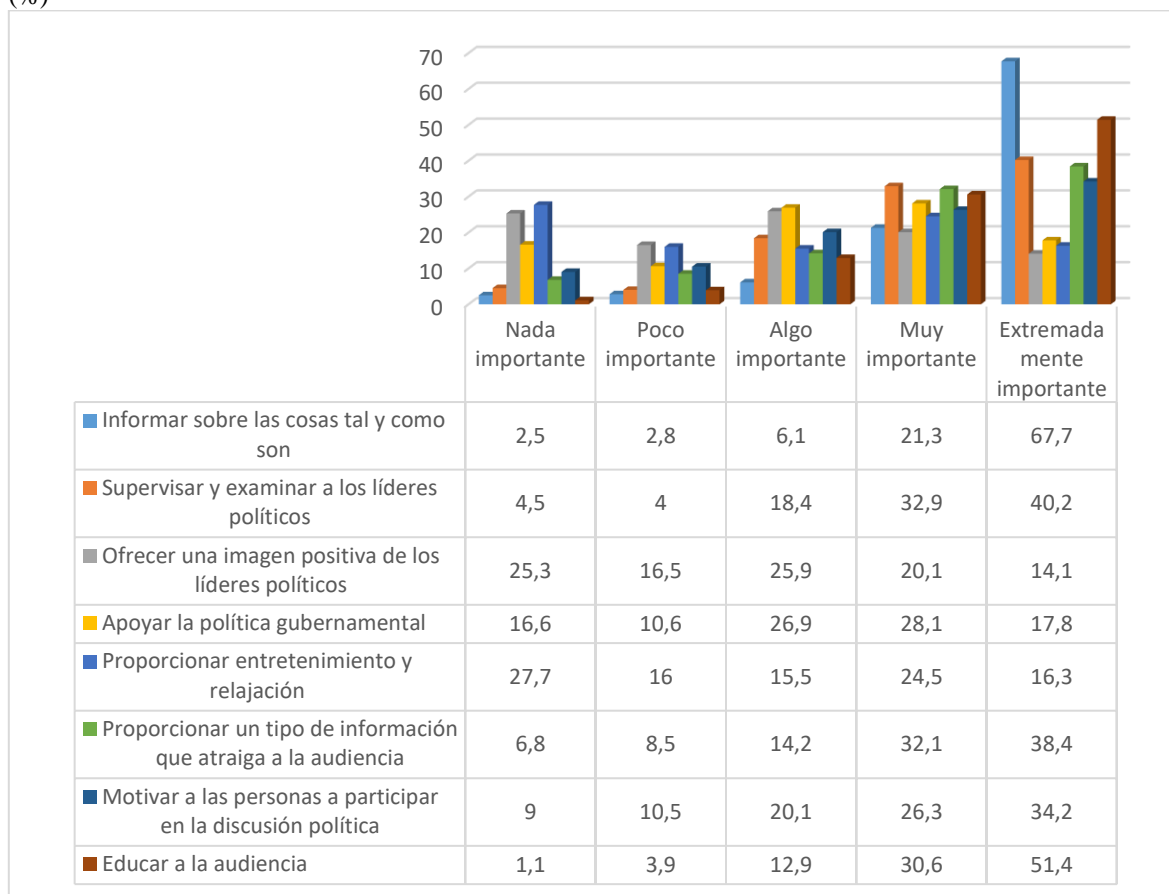


Fuente: Elaboración propia.

A pesar de las influencias percibidas, los periodistas consideran que tienen una gran o completa libertad a la hora de seleccionar las historias (65,9%) y los temas que entrarán en la agenda mediática (65,8%). Tan solo se muestran ligeramente más críticos con su capacidad de participación en los procesos de coordinación editorial.

Estos resultados manifiestan que dentro de las redacciones de los medios de comunicación (nivel de institución) los periodistas gozan de casi total libertad para desarrollar su trabajo, donde tan solo sienten ciertas limitaciones procedentes de sus superiores (factor que marca la jerarquía y el verticalismo dentro de las redacciones). Además, estos datos corroboran que donde los periodistas sienten cierta libertad y autonomía es en los niveles externos (nivel de sistemas), principalmente debido a la influencia procedente del gobierno y su legislación.

Gráfico 3. Resultados de la percepción de los roles profesionales de los periodistas encuestados en Ecuador (%)



Fuente: Elaboración propia.

Para los periodistas en Ecuador lo más importante es contar las cosas como son (89% opina que es muy o extremadamente importante) (rol de difusor). A continuación, las funciones más importantes son educar a la audiencia (82%) (rol cívico), supervisar y examinar a los líderes (73,1%) (rol perro guardián/abogado) y proporcionar información que atraiga a la audiencia (70,5%) (rol de servicio).

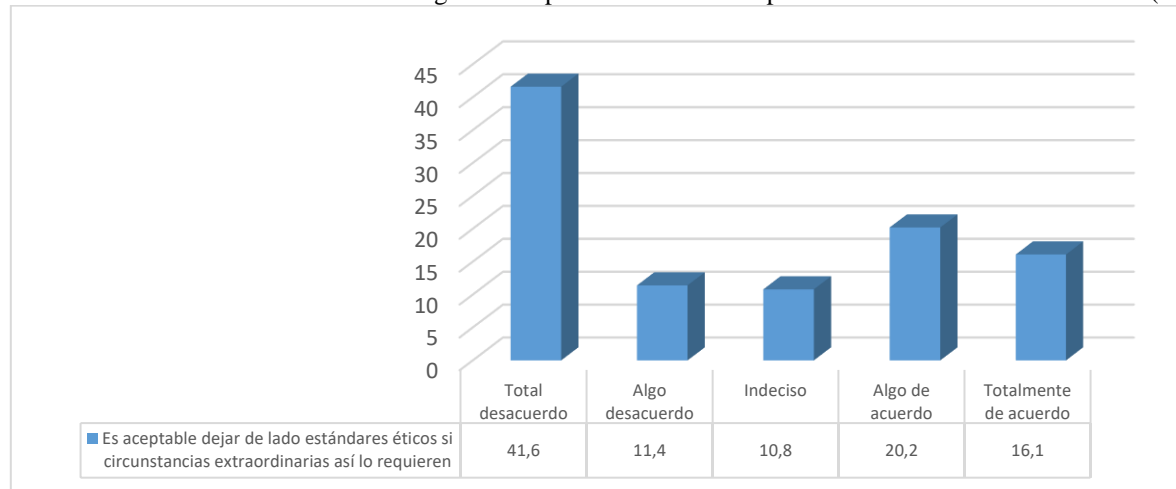
Las variables menos valoradas fueron las relacionadas, en primer lugar, con el rol Leal-facilitador: proporcionar una imagen positiva de los líderes políticos (46% opinaron que era algo o muy importante y 41,8% que era poco o nada importante) y apoyar a la política gubernamental (45,9% opinaron que era muy o extremadamente importante y el 37,5% que era poco o algo importante) y, en segundo lugar, con el rol *infotainment* (entretenedor): proporcionar entretenimiento y relajación (40,8% opinaron que era muy o extremadamente importante y el 43,7% que era poco o nada importante).

La importancia de estas tres respuestas últimas radica en que muestran una clara polarización proveniente de los periodistas. Respecto al rol Leal, un grupo se posiciona a favor de apoyar al gobierno y otro en contra. De igual modo ocurre con el ejercicio del rol Entretenedor. De forma que debido a esta situación de sesgo y concentración de intereses, ambos grupos -a favor y en contra del gobierno y de sus políticas- podría correr el riesgo de tratar temas políticos con carácter de entretenimiento para intentar captar audiencia y acercarse a prácticas populistas.

Entre el grupo de los principales roles que ejercen los periodistas en Ecuador y el segundo grupo, caracterizado por su polarización, se encuentra el grupo definido a partir del rol movilizador. Más de la mitad de los periodistas ecuatorianos entrevistados (60,5%) considera muy o extremadamente importante motivar a los ciudadanos a que participen en actividades políticas.

En un primer momento, estos resultados resultarían incongruentes debido a que confirman aspectos contradictorios como: apoyar al gobierno, entretener a la audiencia, incentivar la importancia del *rating*, buscar educar a la audiencia, entre otras variables similares. Sin embargo, estos podrían deberse, por una parte, a la falta de madurez periodística y los bajos niveles de profesionalismo de los periodistas y, por otra parte, al miedo a posibles sanciones y la tendencia a plantear su trabajo desde un punto de vista normativo y menos realista. Lo que queda claro es que en ningún momento los periodistas se posicionan abiertamente en contra del gobierno y su gestión.

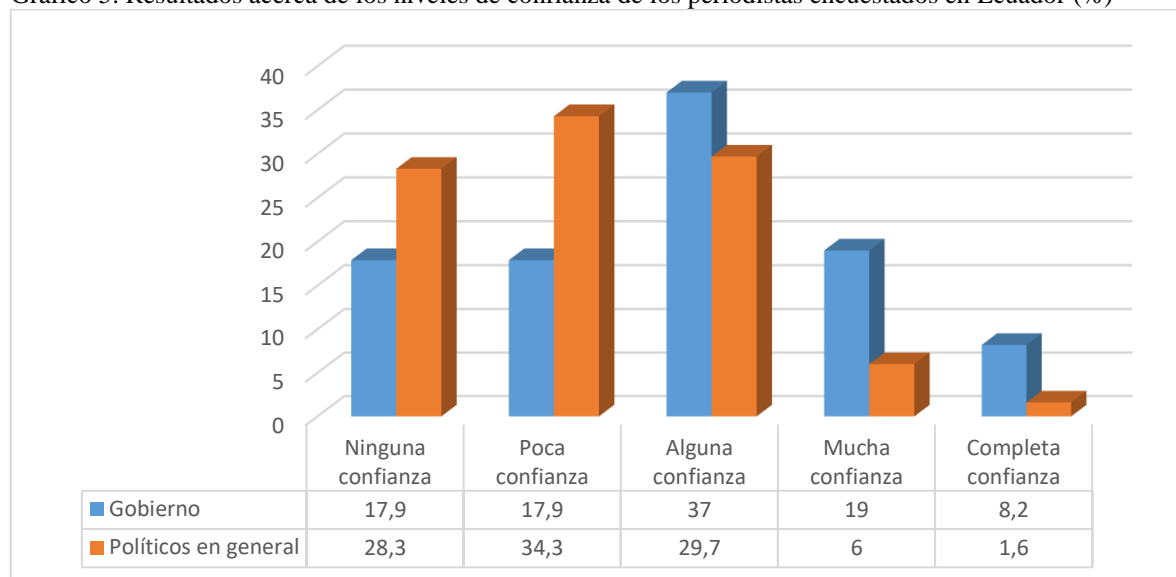
Gráfico 4. Resultados acerca de los códigos éticos profesionales de los periodistas encuestados en Ecuador (%)



Fuente: Elaboración propia.

Según los datos de la tabla anterior, parece que los periodistas ecuatorianos entrevistados se consideran alejados de prácticas potencialmente populistas: no aceptarían prácticas amorales o incorrectas ni tan siquiera en circunstancias extraordinarias (más de la mitad de ellos no lo haría). Este resultado está relacionado con la pregunta centrada en las influencias, donde consideran como fundamental la ética profesional. De forma que ellos creen que deben seguir unos códigos éticos generales/globales que son compartidos por todos los periodistas en el mundo.

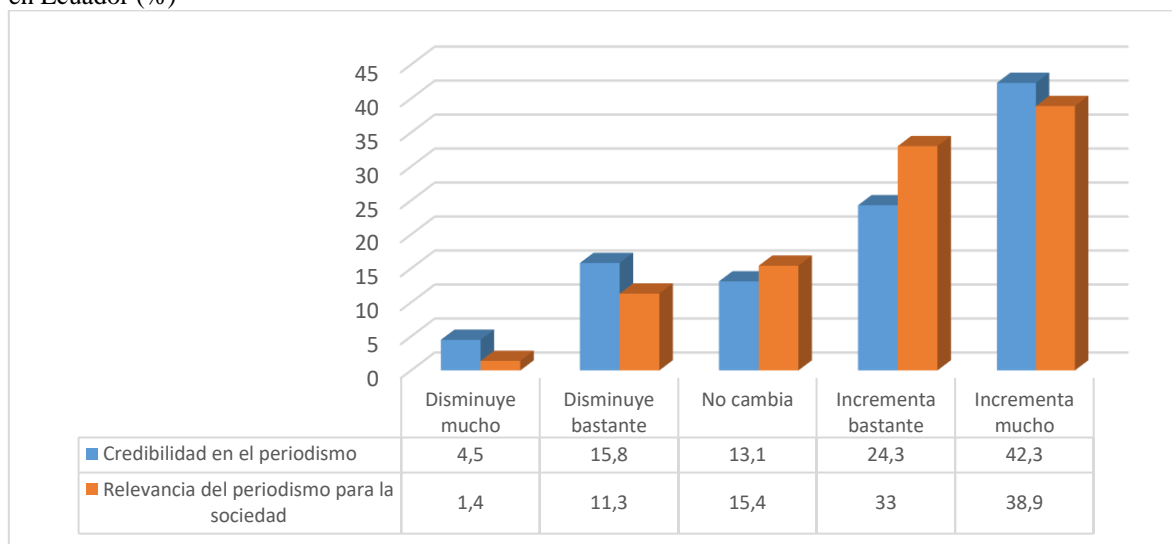
Gráfico 5. Resultados acerca de los niveles de confianza de los periodistas encuestados en Ecuador (%)



Fuente: Elaboración propia.

La falta de confianza, tanto en el gobierno como en los Políticos en general, corrobora los resultados mostrados por el informe Latinobarómetro (2015), aunque este aspecto no es exclusivo de Ecuador ni mucho menos. Sin embargo, en Ecuador el gobierno posee una mayor confianza que los políticos en general, gozando de alguna o mucha confianza (56%) y los políticos en general de ninguna o poca (62,6%). Este resultado refleja que, por un lado, el gobierno está haciendo correctamente las cosas y, por este motivo, los índices de confianza de los periodistas a nivel general han subido y, por otro lado, que su estrategia comunicacional y mediática está siendo efectiva y está mejorando la imagen del gobierno.

Gráfico 6. Resultados acerca de la credibilidad y la relevancia del periodismo según los periodistas encuestados en Ecuador (%)



Fuente: Elaboración propia.

En Ecuador, los periodistas consideran que conservan una alta credibilidad (66,6%) por parte de la ciudadanía y que el periodismo es muy relevante para la sociedad (71,9%). Estos resultados confirman la brecha perceptual y relacional entre los periodistas y los ciudadanos, ya que según los resultados del Latinobarómetro (2015) la credibilidad en el periodismo va bajando de forma alarmante entre los distintos sectores de la población.

4.2. Resultados del análisis contextual de Ecuador

El análisis del *Nivel de Sistemas* en Ecuador muestra que este país, de acuerdo al *Democracy Index of the Economist Intelligence Unit* (2012), se situó dentro del índice democrático de este estudio en el puesto 87 (de 167) con una puntuación de 5,78 (en una escala de 0-10). Esta puntuación lo sitúa en la categoría de “régimen democrático híbrido”. Algunas causas que explican esta clasificación son: 1) el fuerte intervencionismo y paternalismo del gobierno y 2) la polarización entre las políticas económicas neoliberales durante las últimas décadas del siglo XX y parte de la primera del siglo XXI (provocaron el incremento de las actitudes discriminatorias, de los problemas de pobreza, de la inequidad social, etc.) y las reacciones diametralmente opuestas basadas en regímenes económicos socialistas llevadas a cabo el gobierno¹⁴.

¹⁴ Esta situación bipolar en Ecuador es una característica que define América Latina, donde se mantienen políticas económicas neoliberales como en el caso de Chile y Brasil (Burges, 2010; Cancino y Christensen, 2010) y tendencias socialistas opuesta a estas como en Venezuela, Bolivia y Ecuador, entre otros.

La inestabilidad económica y política a lo largo de los años en Ecuador ha causado un efecto a nivel social caracterizado por el individualismo. La expresión de este individualismo transgresor se observa en los movimientos/organizaciones sociales y las instituciones políticas como vectores del progreso y del atraso del desarrollo de la democracia en el país (Oller y Chavero, 2015).

La cultura periodística de Ecuador en las últimas década se ha caracterizado por los privilegios que poseían los poderes económicos hasta la llegada del gobierno de Correa, “aprovechando los procesos de privatización, la inestabilidad política, la legislación liberal y la diversificación provocada por las nuevas tecnologías” (Checa-Godoy, 2011: 126). Además, aún hoy perdura un marcado asincronismo tecnológico causado por las diferentes posibilidades de acceso a la información de la población (Oller y Chavero, 2015) y de los periodistas. Sin embargo, la llegada a la presidencia de Rafael Correa en 2007 supuso una propuesta de cambio radical. En primer lugar debido a la aprobación de la nueva Constitución en 2008 y la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) (2013) -y sus reglamentos posteriores-. Según Almeida (2014), los puntos más criticados fueron la figura del “linchamiento mediático” (Art. 26) y la creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) y la Superintendencia de la Información y la Comunicación (SUPERCOM).

A pesar de las estrategias gubernamentales dirigidas 1) al fortalecimiento de las instituciones públicas en materia comunicacional, 2) la reorganización del mercado mediático en busca de un mayor desarrollo de los medios públicos y comunitarios bajo los principios de universalidad, diversidad, independencia y especificidad (UNESCO, 2011)¹⁵ y 3) la redistribución equitativa del espectro radioeléctrico en 33% para medios públicos, 33% para privados y 34% para comunitarios; actualmente, según el registro de medios de CORDICOM de junio de 2014, el 91% de los medios son de propiedad privada, el 5% públicos y el 4% comunitarios. De modo que la cultura periodística de Ecuador se caracteriza por un sistema mediático mayormente privatizado (Abad, 2009) en el que el 72% de los periodistas trabajan en medios privados (CORDICOM, 2014).

¹⁵ Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador – 2011.

En la actualidad, Ecuador está inmerso en el proceso de profesionalización del periodismo a través de la certificación de determinados perfiles profesionales¹⁶ de las personas dedicadas a esta profesión¹⁷, que actualmente son 17000 en todas las áreas de comunicación¹⁸. Motivo por el cual, el CORDICOM, con SENESCYT¹⁹, SECAP²⁰ y SETEC²¹, realizaron durante la segunda mitad del año 2014 un proceso de “reconocimiento público, documentado y formal para demostrar la capacidad de los trabajadores basado en la competencia de su trabajo -no necesariamente sujeto al proceso de formación- (Oller y Chavero, 2014).

En el *Nivel de Institución* se observa la baja capacidad de autorregulación de los medios de comunicación ecuatorianos debido a las discutidas políticas de regulación del presidente Rafael Correa. Ya que, aunque, por un lado, son apoyadas por organismos internacionales como Reporteros sin Fronteras (2010) al afirmar que políticas como las de Ecuador garantizan el equilibrio entre los distintos tipos de medios y ofrecen una mayor visibilidad a determinados sectores de la población, por otro lado, este mismo organismo puntualiza que no deben confundirse con una regulación del sistema de medios y de los periodistas basadas en el control coercitivo de la actividad periodística. Ejemplo de esto último, según Oller y Chavero (2016), es el trabajo empeñado por agencias como CORDICOM y SUPERCOM que ejercen funciones de supervisión, monitoreo, regulación, control y sanción externa, que están llevando a los medios ecuatorianos a un progresivo proceso de pérdida de libertad, de autonomía y de capacidad de autorregulación.

La regulación en materia comunicacional está relacionada con una reestructuración del sistema mediático basada en el fortalecimiento y la creación de una red de medios públicos

¹⁶ Hay una clasificación de 6 categorías de perfiles ocupacionales: 1) Presentador locutor para radio y/o televisión; 2) Trabajador de piso de televisión; 3) Fotógrafo de medios y multimedia; 4) Coordinador técnico de programación para medios comunitarios; 5) Camarógrafo de noticias y 6) Productor de contenidos para medios comunitarios.

¹⁷ El CORDICOM realizó una encuesta a escala nacional desde el 3 al 17 de julio de 2014 sobre el nivel de formación que tienen los trabajadores en comunicadores, los periodistas y los trabajadores vinculados y conexos de la comunicación, <http://www.cordicom.gob.ec/caminemos-juntos-hacia-la-profesionalizacion/> [recuperado 17/06/16].

¹⁸ De acuerdo a datos ofrecidos por el CORDICOM, <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/ecuador-tiene-17-mil-personas-que-trabajan-en-el-area-de-la-comunicacion.html> [recuperado 22/06/16].

¹⁹ Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, <http://www.educacionsuperior.gob.ec/> [recuperado 17/06/16].

²⁰ Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, <http://www.secap.gob.ec/> [recuperado 17/06/16].

²¹ Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional, <http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/> [recuperado 17/06/16].

y gubernamentales: la *Radio Pública de Ecuador* (2008); el canal *Ecuador TV* (2008); los periódicos *El Telégrafo*²² (2008), *El Ciudadano* (2008) *PP*, *El Verdadero* (2010); y la *Agencia Nacional de Noticias de Ecuador y Sudamérica -Andes-* (2009). Adicionalmente, hay una sólida propuesta de fortalecimiento de los medios comunitarios²³.

La clara línea editorial y los procesos verticales definen la estructura y la organización de los medios de comunicación en Ecuador. Los supervisores o editores jefe ejercen una fuerte influencia sobre el desarrollo del trabajo de los periodistas -como afirma más de la mitad (54.8%) de los entrevistados en el proyecto CPE (Oller y Chavero, 2016)-. A esta situación de marcado control sobre los periodistas se une el bajo profesionalismo del gremio, entendido este no solamente con base en la formación académica de los periodistas, sino también sobre los niveles de autonomía, asociacionismo e intrusismo en el ejercicio de la profesión.

Dentro del *Nivel de Actor* se habla de los periodistas ecuatorianos como una “nueva clase media” porque a pesar de que el salario continúa siendo bajo, este fue incrementado en diciembre de 2012 por orden del gobierno. Ejemplo de esta mejora salarial es que en la década de los noventa el sueldo mínimo establecido en Ecuador era de \$ 99 mensuales (el 72.4% de la muestra ganaba menos de \$ 400 dólares al mes y el 17,3% entre \$ 400 y 800) (Virtue, 1994), mientras que en la actualidad el 48% obtiene entre \$ 340 y 650 dólares al mes, el 18% entre \$651 y 900 y el 15% menos del salario mínimo en Ecuador (\$ 341) (CORDICOM, 2014). Resultado que coincide con el obtenido en este estudio de WJS, donde se certifica que la mitad de los periodistas en Ecuador reciben un sueldo entre 200 y 800 dólares mensuales.

La marcada polarización y los bajos niveles de confianza entre los profesionales refleja el estado de confrontación que define la cultura periodística de Ecuador (Oller y Chavero, 2015). Este enfrentamiento se acentúa debido a las diferencias de acceso a la información y participación en los procesos de decisión de los periodistas, la disparidad y asincronía profesional en el uso de las nuevas tecnologías, las iniciativas profesionales individuales e interesadas, etc.

²² Este año pasó a ser un medio público.

²³ De acuerdo a datos ofrecidos por la Superintendencia de Telecomunicaciones, hasta 2010 había solo dos estaciones de radio comunitarias y ninguna televisión (en Checa-Godoy, 2011).

Las competencias profesionales están asociadas a la formación profesional reglada y universitaria. En Ecuador, la falta de consenso entre los periodistas “empíricos” y los “graduados” determina y aviva la discusión sobre quién es periodista: si los periodistas graduados en la universidad, los profesionales empíricos con más de una década de experiencia en medios sin formación académica o los que obtienen su sueldo de modo íntegro procedente de los medios de comunicación donde trabajan.

Tabla 1: Análisis contextual a partir de la aplicación del Modelo Orgánico Multinivel de la cultura periodística de Ecuador

Características de la Cultura periodística de Ecuador	
Nivel de Actor	Nueva clase media Bajos salarios / incremento de salarios Polarización Ciudad vs Provincia Costa/Sierra/Oriente/Galápagos Bajo/medio profesionalismo
Nivel de Institución	Regulación externa Media/Baja estandarización Medios públicos, privados y comunitarios Procesos verticales Línea editorial a favor o en contra del gobierno (Rafael Correa) Baja/media profesionalización
Nivel de Sistemas	Sistema democrático híbrido Nueva Ley de Comunicación (2013) Fuerte intervencionismo estatal Paternalismo estatal / crispación Neoliberalismo vs Socialismo Formación profesional: Titulados vs Empíricos Inestabilidad económica/política Individualismo social Asincronismo tecnológico Gran brecha digital Estructura mediática: 91% Privados, 5% Públicos y 4% Comunitarios Medio/Bajo acceso a la información

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Las respuestas dadas por los periodistas ofrecen muestras empíricas de que las políticas comunicacionales del gobierno de Ecuador poseen rasgos populistas. Sin embargo, aunque en el país los periodistas ejercen principalmente el rol de difusor, pudiendo actuar como “voceros” o interlocutores del gobierno, poseen marcados matices del rol cívico, perro guardián y abogado. De modo que, en primer lugar, a pesar de que consideran fundamental ofrecer información a la ciudadanía para que esta esté correctamente informada, de igual modo inciden en su compromiso con la educación de la misma. Además, en segundo lugar,

destacan la necesidad de vigilar que las acciones y estrategias llevadas a cabo por parte de los poderes constitucionales y fácticos sean las correctas, estando en la obligación de ser críticos cuando estas no se estén desarrollando de forma apropiada.

Por lo tanto, los periodistas muestran un perfil que podría prestarse a su instrumentalización por parte de los principales centros de poder: Profesionales honestos (los códigos éticos son fundamentales a la hora de desarrollar su trabajo) que informan a la ciudadanía pero con un carácter didáctico (les enseñan lo que tienen que aprender) y a su vez vigilan que todo vaya bien (actúan como supervisores) para que en el caso de que no sea así lo muestren a la ciudadanía (actúen de jueces morales y voceros).

Al contrastar los resultados procedentes del proyecto WJS con los del análisis contextual se aprecia que hasta la llegada de Rafael Correa en 2007 esta instrumentalización de la profesión periodística procedía exclusivamente de los grandes conglomerados económicos que monopolizaban el mercado. Sin embargo, a lo largo del gobierno correista esta instrumentalización, tendente al servilismo por parte de ciertos sectores periodísticos, se ha ido desplazando hacia el polo opuesto controlado por el poder político, personalizado en el gobierno y en su presidente.

Esta concepción bidimensional de la profesión en Ecuador es corroborada por los otros resultados respecto al rol ejercido (leal y entretenedor). De modo que podría hablarse de prácticas populistas porque, según Urbinati (2014: 4), la “polarización aparece como una simplificación del pluralismo social en dos grandes facciones” y “fortalece de forma activa la visión dualista del periodismo” (Waisbord, 2012: 14).

En el ranking que mide las restricciones a la libertad de prensa, destaca el hecho de que, por un lado, el presidente Rafael Correa tiene distintas denuncias procedentes de organismos internacionales y, por otro lado, la elevada regulación de la prensa ecuatoriana. A pesar de ello, Ecuador se sitúa en un punto intermedio respecto a este aspecto debido a que, aun siendo restrictiva, no sufre los problemas de violencia explícita dentro de la profesión periodística que afectan a países de América Central como, por ejemplo, México (Guerrero y Márquez, 2014).

Respecto al empleo en Ecuador, las condiciones de precariedad laboral contribuyen al debilitamiento de las pocas agrupaciones y asociaciones en el sector comunicacional y periodístico. A esto se une el hecho de que el país no cuenta con sindicatos en la profesión periodística, favoreciéndose la baja representatividad y percepción de gremio entre los periodistas.

Cuando se habla de formación periodística en Ecuador, según la normativa vigente actual, los periodistas están obligados a tener el título de Periodismo o Comunicación Social para ejercer la profesión. Esta situación está provocando una marcada brecha y polarización dentro de las redacciones de los medios entre 1) los titulados, apoyados en el modelo académico que hace énfasis en los conocimientos teóricos y las ciencias sociales, y 2) los empíricos, respaldados por sus conocimientos aplicados y las competencias específicas y prácticas. Discusión incentivada por el proceso de profesionalización del periodismo que está realizando CORDICOM desde 2014.

Respecto a las influencias políticas, el periodismo no ha podido escapar de la estrategia de división planteada por el gobierno -secundada por los poderes económicos interesados y otras agrupaciones políticas-. Aunque el presidente tiene razón cuando afirma que algunos de los dueños de los medios de comunicación han arrastrado a los periodistas a sus guerras e intereses económicos y políticos dentro de las redacciones, desde el momento que el Ejecutivo decidió tomar cartas en el asunto, han mantenido la misma tendencia a través de la ejecución de políticas similares, en lugar de incentivar los procesos democratizadores en favor de la libertad de prensa.

El acceso a la información dentro del periodismo en Ecuador es una de las principales estrategias de coerción en la actualidad, incluso por encima de la censura, gracias al carácter indirecto que la define como método de control. Este es uno de los motivos por los que Ecuador no cuenta con una posición muy avanzada (109) dentro del ranking RSF²⁴, debido a que este informe reconoce, al menos en cierta medida, las limitaciones de acceso a la información de parte de los periodistas en el país. A este aspecto se unen las presiones ejercidas por otros tipos de control públicos más sutiles como los funcionarios públicos y los

²⁴ Clasificación mundial de la Libertad de Prensa 2016 de Reporteros Sin Fronteras, <https://rsf.org/es/ranking> [recuperado 22/06/16].

organismos legislativos y de regulación. Este aspecto corroboraría que en este sistema populista la información es más importante que el poder (el poder de la información).

La credibilidad y la relevancia de los periodistas no parecen tener la misma distribución dentro del país. Tras una década de gobierno de izquierda progresista, y constantes disputas entre el poder político y los medios, la credibilidad de los periodistas aparece golpeada o fortalecida, según la tendencia política e ideológica de los periodistas en Ecuador. Los periodistas están en un estado constante de deliberación y desacuerdo, cuestionando la esencia, las prácticas y el contexto de su campo profesional. Especialmente cuando se han dividido las “lealtades” dentro del periodismo. A día de hoy, en Ecuador, como en América Latina, no se ha conseguido un fuerte consenso sobre las cuestiones fundamentales que definen el periodismo y sus fronteras, el propósito del periodismo, los códigos éticos deseables y sus relaciones con otros actores externos.

El análisis contextual de Ecuador muestra la asociación y la relación entre las políticas y las tendencias del gobierno y las prácticas populistas. Un ejemplo de ello es que el presidente pretende continuar su legado, no tanto a partir de su reelección debido a que renunció a la posibilidad de cambiar la constitución para ello, sino a través de la conservación de sus propuestas políticas. Esta idea podría ser considerada como populistas tal y como lo plantea Hermet (2003: 13): “El populismo no se enmarca en la continuidad de una tradición, no se transmite de una generación a otra, salvo en América Latina”.

Las élites políticas ejercen presiones para ganar una cobertura positiva (y un mayor espacio, directamente relacionado con la visibilidad y el neo-populismo) y evitar noticias incómodas. Los procedimientos llevados a cabo por la comunicación presidencial son significativamente discretas a la hora de decidir las entrevistas que se ofrecen y quién debe hacerlas: 1) Las conferencias de prensa presidenciales no son comunes para los funcionarios y periodistas, ya que para ello Rafael Correa creó sus propios espacios de información a la ciudadanía –ej. *Enlace Ciudadano*-. Además, estas no abren convencionalmente las vías de contacto e información a todos los corresponsales, situación que lleva a los periodistas de los medios privados a quejarse sobre los funcionarios que no quieren ser entrevistados. 2) El presidente ha evitado comprometerse con los periodistas y trabajadores de los medios de comunicación considerados de la oposición -medios privados-. 3) Muchos periodistas han publicado sus

quejas y sus solicitudes por no tener acceso a la información pública, acentuándose la polarización entre medios públicos –oficialistas- y privados.

La cercana relación entre los gobiernos populistas y los medios de comunicación ha llevado a una evolución lógica del término hasta la idea de “neo-populismo”. Prueba de ello es que en América Latina los gobiernos autodefinidos como progresistas en estas dos primeras décadas del siglo XXI, como es el caso de Ecuador, se caracterizan por ejercer un férreo control directo sobre los medios de comunicación de sus países. Además, basan sus políticas comunicacionales en la hiper-regulación y la hiper-legislación de todas las áreas relacionadas con la comunicación. Tesitura que está llevando a una rápida reducción y limitación de las que, hasta ahora, eran las áreas de acción de los medios de comunicación y los periodistas.

Estas estrategias a la hora de ejercer el populismo en América Latina complejiza lo que Hermet (2003) definió como “veterano-populistas”, refiriéndose al populismo liberal-mediático latinoamericano ejercido principalmente durante las últimas décadas del siglo pasado por gobiernos de derecha, y a los “neo-populistas”, apuntando a los gobiernos de izquierda autodefinidos como progresistas.

Las políticas que se están llevando a cabo en Ecuador sobrepasan los límites hasta ahora definidos por Paramio (2010) como “nuevo populismo” y por Jagers y Walgrave (2003) como “populismo anti-elitista” y “populismo vacío”, estos últimos relacionados directamente con los movimientos políticos de izquierda; llevando a un nivel superior las acciones calificadas como populistas en el país. De modo que se podría hablar de la existencia de un post-populismo fundamentado por un tipo de “populismo hipermediatizado” donde todos los ciudadanos y los profesionales pasan a tener un rol político, especialmente los periodistas.

Sin embargo, en este denominado post-populismo las acciones trascienden el hecho de la mediatización de la política, pasando estas a formar parte de una estrategia de gestión y control dirigida al sistema de medios y los periodistas a través de su regulación directa en favor de un interés propio partidista. Más si cabe cuando en Ecuador existe, en primer lugar, un enfrentamiento cara a cara del gobierno con determinados medios de comunicación -medios privados- y, en segundo lugar, un discurso oficial basado en desmentir su carácter populista frente al “pueblo”. Un ejemplo de esto último se encuentra en el espacio *Enlace*

ciudadano, donde el presidente arremete contra los medios de comunicación privados al considerarlos que están al servicio de los poderes económicos y de unas minorías privilegiadas, mostrando, según Cerbino y col (2016), su carácter de gran intelectual, receptor y educador.

Las situaciones de disputa constante están llevando a los periodistas a desconfiar de los organismos oficiales, que cada vez gozan de unos menores índices de credibilidad, a pesar de que el gobierno -concretamente el ejecutivo, encarnado en el presidente- conserva uno de los mayores registros al respecto. En concreto, destaca el “enfoque estratégico” que define la espiral del cinismo en la que la desconfianza mutua caracteriza un tipo de comunicación simbiótica entre los periodistas y los políticos. De modo que podría afirmarse que estos altos niveles de cinismo favorecerían las políticas populistas en Ecuador. Lo que vendría a ser expresado de forma simple: “o estás conmigo o contra mí”.

De igual modo, este tipo de relación bipolar marca, por un lado, la estructura de un mercado en el que los medios de comunicación deciden la información que ofrecen a su público con base en sus deseos y no tanto en lo que se necesitan o requieren como ciudadanos democráticos (recordemos que en Ecuador más del 90% de los medios son privados) y, por otro lado, las exigencias legales y gubernamentales que mantienen un enfoque político basado en el “bien común” y en la “democratización de la comunicación”. Esta aparente disputa, con atisbos de irreconciliabilidad, lo solucionan las élites políticas con lo que Manin (1997: 223) llama la “democracia de las audiencias”, en la que el electorado tiende a ver a sus políticos más por su comportamiento que por sus logros reales. Esta situación favorece, de igual modo, la idea de “sagacidad de los medios de comunicación” (*media salacity*), alimentada por los repetidos intentos de los políticos por llamar la atención de las cámaras. De nuevo, estos últimos factores, determinan y confirman la política populista del gobierno de Ecuador.

Referencias bibliográficas

- ABAD, G. (2009). Comunicación y política: el surgimiento del periodismo público en el Ecuador. Caso El Telégrafo. *Informe de investigación*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.
- ALMEIDA, M. (2014). Estado, medios y censura soft: una comparación transnacional y transideológica. *Nueva Sociedad*, 249: 119-136.
- AMADO, A. (2016). *Política pop: de líderes populistas a telepresidentes*. Buenos Aires: Ariel.
- BASABE-SERRANO, S. and MARTÍNEZ, J. (2014). Ecuador: Cada vez menos democracia, cada vez más autoritarismo... con elecciones. *Revista de Ciencia Política*, 34(1): 145-170.
- BURGES, S. W. (2010). Brazil: toward a (neo) liberal democracy? En: Grugel, J. y Ruggirozzi, P. (Ed.). *Governance alter neoliberalism in Latin America*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- CANCINO, H. E. y CHRISTENSEN, S. F. (2010). América Latina en tiempos de globalización y crisis. *Sociedad y Discurso*, 18(2): 1-20.
- CANOVAN, M. (1999). Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, 47: 2-16.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CERVINO, 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, Ecuador.
- CHAVERO, P. y OLLER, M. (2015). Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador. En: BARREDO, D.; OLLER, M. y HERNÁNDEZ, S. (Coords.). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador, frente a los desafíos contemporáneos*. Tenerife, España: CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación, <http://www.cuadernosartesanos.org/2015/cac74.pdf> [recuperado 17/06/16].
- CHECA-GODOY, A. (2011). La banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67: 125-147.
- Corporación Latinobarómetro (2015). *Latinobarómetro. Informe 2015. Opinión pública latinoamericana*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

- Corporación Latinobarómetro (2011). *Latinobarómetro. Informe 2011*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.
- DE LA TORRE, C. (2013). El tecnopopulismo de Rafael Correa. ¿Es compatible el carisma con la tecnocracia? *Latin American Research Review*, 48(1): 24-43.
- DE RAADT, J., HOLLANDERS, D. y KROUWEL, A. (2004). Varieties of Populism: An Analysis of the Programmatic Character of Six European Parties. *Working Papers Political Science*, 4: 1-24.
- Freedom House (2016). *Freedom in the World 2016. Anxious Dictators, Wavering Democracies: Global Freedom under Pressure*. Nueva York/Washington: Freedom House Organization, https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH_FITW_Report_2016.pdf [recovered 22/06/16].
- GUERRERO, M. y MÁRQUEZ, M. (2014). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de comunicación*, 29: 135-170.
- HALLIN, D. C. y MANCINI, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three models of media and politics*. Nueva York: Cambridge University Press.
- HERMET, G. (2008). *Populismo, democracia y una buena gobernanza*. España: El Viejo Topo.
- HERMET, G. (2003). El populismo como concepto. *Revista de Ciencia Política*, 23(1): 5-18.
- JAGERS, J. y WALGRAVE, S. (2003). Politiek gaat over de Mensen, Populistische Retoriek bij de Vlaamse Politieke Partijen. *Samenleving en Politiek*, 10(8): 12-22.
- JAGUARIBE, H. (1969). *Problemas do desenvolvimento latinoamericano*, 2º edición. Río de Janeiro: Paz e Terra.
- JARREN, O. y VOGEL, M. (2008). Gesellschaftliche Selbstbeobachtung und Ko-Orientierung. Die Leitmedien der modernen Gesellschaft. En: Gendolla, P.; Ligensa, A. y Müller, D. (Eds.). *Alte und neue Leitmedien*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- LACLAU, E. (1977). *Politics and Ideology in Marxist Theory*. Londres: New Left Books.
- Ley Orgánica de Comunicación (2013). Quito, Ecuador.
- MAZZOLENI G. y SFARDINI A. (2010). La popolarizzazione della politica: ruolo dei media e implicazioni per la cittadinanza”, *Altre Mod*, 3: 36-42.

OLLER, M. (2015). Comparison between the Journalistic Cultures of Switzerland, Spain and Ecuador. The effects of context influences on the journalists' perception of professional roles and the idea of objectivity. *Revista Intexto*, 33: 90-132.

OLLER, M. y CHAVERO, P. (2014). La profesionalización del periodismo y el profesionalismo de los periodistas en Ecuador. *Prisma.com*, 25: 23-49.

OLLER, M. y AMADO, A. (2016). Gobierno, medios de comunicación y periodistas en Argentina y Ecuador. En: Amado, A. (Ed.). *Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI*. Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer.

OLLER, M. y CHAVERO, P. (2016). *Journalism in Latin America. Journalistic Culture of Ecuador*. Granada: EDICSO.

PARAMIO, L. (2010). La nueva política latinoamericana. En: RODRÍGUEZ ARECHA VALETA, M. y MOREIRA, C. (Eds.). *Comunicación política y democratización en Iberoamérica*. México: Universidad Iberoamericana-Centro Paraguayo de Estudios Sociológicos.

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

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia3parte/37_Punin_V75.pdf

[recuperado 27/06/16].

RAMOS, J. y GÓMEZ, A. (2014). Sujetos, objetos, decisiones y evasiones – el proceso de aprobación de la Ley de Comunicación en Ecuador. *Intercom*, 37(1): 283-310, <http://www.scielo.br/pdf/interc/v37n1/a14v37n1.pdf> [recuperado 27/06/16].

REINEMANN, C.; AALBERG, T.; ESSER, F.; STRÖMBÄCK, J. y DE VREESE C. H. (2016). Populist political communication: towards a model of its causes, forms, and effects. En: AALBERG, T.; ESSER, F.; REINEMANN, C.; STROMBACK, J. y de VREESE, C. H. (Eds.). *Populist political communication in Europe*. London: Routledge.

Reporteros sin fronteras (2010). *Informe Anual: la libertad de prensa en el mundo en 2010*. Madrid: Reporteros sin Fronteras.

The Economist Intelligence Unit Limited. *Democracy Index of the Economist Intelligence Unit, 2012*. Londres: The Economist Intelligence Unit Limited, 2013.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2011). *Análisis del desarrollo mediático en Ecuador – 2011*. Quito: UNESCO.

URBINATI, N. (2014). *Democracy Disfigured: Opinion, Truth and the People*. Harvard, MA: Harvard University Press.

VIRTUE, J., OGAZÓN, A., WITH, A. C., CARTER, R. E., DIAMENT, M. y NAVARRO, S. (1994). *Journalists in the Andes. An Assessment of Journalism and Journalism Education in Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú and Venezuela*. Miami: Florida International University Press.

WAISBORD, S. (2012). Democracy, journalism, and Latin American populism. *Journalism*, 0(0): 1-18.

WAISBORD, S. (2013). *Vox Populista. Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa.