



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

“ESTUDIO COMPARATIVO DEL DISCURSO DE LA SECCIÓN “EDITORIALES” DE DIARIO EL UNIVERSO, EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA, 6 MESES ANTES Y DESPUÉS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2017”.

**AUTORAS:**

GINGER MARILÚ LARA ESPINOZA

MELANIE ANDREÍNA ÁLVAREZ ROMERO

**TUTOR:**

Lcdo. WASHINGTON VIZUETE NEGRETE MSc.

GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE 2018



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                      |                             |                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ESTUDIO COMPARATIVO DEL DISCURSO DE LA SECCIÓN "EDITORIALES" DE DIARIO EL UNIVERSO, EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA, 6 MESES ANTES Y DESPUÉS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2017. |                             |                                                                |
| <b>AUTOR(ES) (apellidos/nombres):</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Lara Espinoza, Ginger Marilú.<br>Álvarez Romero, Melanie Andreína.                                                                                                                                   |                             |                                                                |
| <b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Washington Vizúete Negrete                                                                                                                                                                           |                             |                                                                |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Universidad de Guayaquil                                                                                                                                                                             |                             |                                                                |
| <b>UNIDAD/FACULTAD:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Facultad de Comunicación Social                                                                                                                                                                      |                             |                                                                |
| <b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                      |                             |                                                                |
| <b>GRADO OBTENIDO:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Licenciatura en Comunicación Social                                                                                                                                                                  |                             |                                                                |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                      | <b>No. DE PÁGINAS:</b>      | 132                                                            |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                      |                             |                                                                |
| <b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Discurso, Política, Editorial, Framing, Agenda Setting                                                                                                                                               |                             |                                                                |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b> Esta investigación presenta un estudio comparativo del discurso de diario El Universo, enfocado en la sección "Editoriales", con el objetivo de identificar las características que presenta dicho discurso en cuanto al tratamiento de la información política, en dos periodos: antes y después de las elecciones presidenciales del 2017. Se emplea el método de estudio de casos, con una investigación de tipo descriptiva-explicativa. La técnica que se utiliza es el Análisis del Discurso y encuadres, como unidad de análisis se hace el estudio de 16 ejemplares de Diario El Universo y para la extracción de datos se diseñó una matriz que consta de 14 indicadores, los cuales se dividen en dos categorías: Ideológica y Léxico-Semántica. Además con el análisis realizado se pudo determinar las características y los diferentes elementos estratégicos que intervienen en la información publicada en los editoriales de Diario El Universo, de tal manera que esto permitió identificar que el discurso ha tenido ciertas transformaciones a lo largo de las dos etapas. |                                                                                                                                                                                                      |                             |                                                                |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <input checked="" type="checkbox"/> SI                                                                                                                                                               | <input type="checkbox"/> NO |                                                                |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Teléfono: 0959133443<br>0988476418                                                                                                                                                                   |                             | E-mail: gingermarilu93@hotmail.com<br>melanie_2096@hotmail.com |
| <b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Nombre: Washington Vizúete Negrete<br>Teléfono: 0960592624<br>E-mail: washington.vizueten@ug.edu.ec                                                                                                  |                             |                                                                |

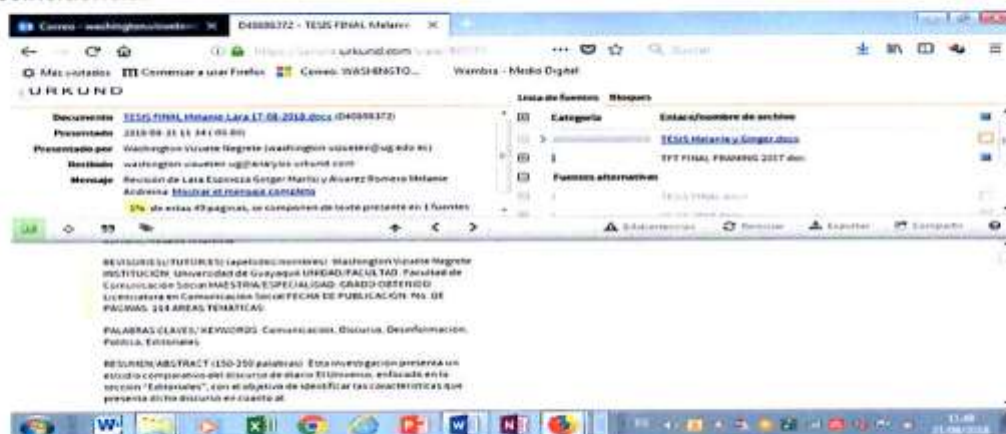


**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD**

Habiendo sido nombrado **MSC. WASHINGTON VIZUETE NEGRETE**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **MELANIE ANDREÍNA ÁLVAREZ ROMERO**, C.I.: 0950619650 y **GINGER MARILÚ LARA ESPINOZA**, C.I.: 0929180933, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**.

Se informa que el trabajo de titulación: **ESTUDIO COMPARATIVO DEL DISCURSO DEL DIARIO EL UNIVERSO EN LA SECCIÓN EDITORIALES Y SU TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA 6 MESES ANTES Y DESPUÉS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2017**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (indicar el nombre del programa antiplagio empleado) quedando el 1% de coincidencia.



<https://secure.orkund.com/view/40039170-760606-921338>

  
**MSC. WASHINGTON VIZUETE NEGRETE**  
**TUTOR**  
**C.C: 0602050957**



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO  
NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotras, **GINGER MARILÚ LARA ESPINOZA** con C.C. No. **0929180933** y **MELANIE ANDREÍNA ÁLVAREZ ROMERO** con C.C. No. **0950619650**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **ESTUDIO COMPARATIVO DEL DISCURSO DEL DIARIO EL UNIVERSO EN LA SECCIÓN EDITORIALES Y SU TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA 6 MESES ANTES Y DESPUÉS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2017** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

**GINGER MARILÚ LARA ESPINOZA**  
C.C. No. 0929180933

**MELANIE ANDREÍNA ÁLVAREZ ROMERO**  
C.C. No. 0950619650

\*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

Guayaquil, 29 de agosto del 2018

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

**Lcdo. Julio César Armanza**  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **"Estudio comparativo del discurso del diario El Universo en la sección editoriales y su tratamiento de la información política 6 meses antes y después de las elecciones presidenciales del 2017"** de las estudiantes **Ginger Marilú Lara Espinoza y Melanie Andreína Álvarez Romero**, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que las estudiantes están aptas para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

**MSC. WASHINGTON VIZUETE NEGRETE**

**C.C. 0602050957**



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

### **UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

Guayaquil, 31 de agosto del 2018

#### **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR**

Habiendo sido nombrado MSC. WENDY VIOLETA VILLAMAR GUERRERO, tutora del trabajo de titulación **ESTUDIO COMPARATIVO DEL DISCURSO DEL DIARIO EL UNIVERSO EN LA SECCIÓN EDITORIALES Y SU TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA 6 MESES ANTES Y DESPUÉS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2017** certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **MELANIE ANDREÍNA ÁLVAREZ ROMERO** con C.I. No. **0950619650** y **GINGER MARILÚ LARA ESPINOZA**, con C.I. No. **0929180933**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**, en la Carrera/Facultad, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

---

MSc. Wendy Violeta Villamar Guerrero  
C.I. No. 0917812679

## DEDICATORIA

*Queremos dedicar este logro a quienes nos han permitido cumplirlo; a Dios por su infinita bondad, por darnos vida y las habilidades adecuadas para ser mejores cada día; a nuestros padres, quienes con su amor, su confianza y apoyo incondicional supieron guiarnos siempre por el camino del bien; a nuestra familia y a quienes se convirtieron en seres importantes a lo largo de este tiempo.*

## AGRADECIMIENTO

*Nuestro agradecimiento a la Universidad de Guayaquil y a la Facultad de Comunicación Social por abrirnos sus puertas para formarnos como profesionales.*

*También agradecemos al Dr. Heriberto Cardoso y al MSc. Washington Vizuite por su guía y apoyo permanente en la realización de este proyecto.*

*Gracias a cada uno de los docentes por impartirnos sus conocimientos: fueron parte esencial de nuestra formación en esta hermosa carrera. ¡Muchas gracias!*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|                                                                                                                      |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA                                                                         | II   |
| CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD .....                                                                         | III  |
| LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO<br>NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS ..... | IV   |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....                                                                                        | V    |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR .....                                                                                | VI   |
| DEDICATORIA .....                                                                                                    | VII  |
| AGRADECIMIENTO .....                                                                                                 | VIII |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                                                                                               | IX   |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                                                                                              | X    |
| ÍNDICE ANEXOS .....                                                                                                  | XI   |
| RESUMEN .....                                                                                                        | XII  |
| ABSTRACT .....                                                                                                       | XIII |
| INTRODUCCIÓN .....                                                                                                   | 1-3  |
| CAPÍTULO I .....                                                                                                     | 4    |
| EL PROBLEMA .....                                                                                                    | 4    |
| 1.1. Planteamiento del Problema.....                                                                                 | 4    |
| 1.2. Formulación del Problema.....                                                                                   | 6    |
| 1.2.1. Problema de Investigación .....                                                                               | 6    |
| 1.2.2. Sistematización del problema.....                                                                             | 6    |
| 1.3. Objetivos de la Investigación .....                                                                             | 7    |
| 1.3.1. Objetivo General .....                                                                                        | 7    |
| 1.3.2. Objetivos Específicos .....                                                                                   | 7    |
| 1.4. Justificación de la Investigación .....                                                                         | 8    |
| 1.5. Delimitación .....                                                                                              | 9    |
| 1.6. Premisa a defender .....                                                                                        | 9    |
| 1.6.1. Operacionalización de la Premisa. ....                                                                        | 9    |
| 1.6.1.1. Categoría Analítica. ....                                                                                   | 9    |
| 1.6.2. Conceptos. ....                                                                                               | 10   |
| CAPÍTULO II .....                                                                                                    | 14   |
| MARCO TEÓRICO.....                                                                                                   | 14   |

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Antecedentes de la Investigación .....                | 14 |
| 2.2. Marco Teórico .....                                   | 18 |
| 2.2.1. Comunicación .....                                  | 18 |
| 2.2.2. Género de Opinión .....                             | 22 |
| 2.2.2.1. Editorial .....                                   | 22 |
| 2.2.3. Análisis Crítico del Discurso .....                 | 26 |
| 2.2.4. Teoría del Framing .....                            | 29 |
| 2.2.5. Agenda Setting .....                                | 33 |
| 2.2.5.1. Tipos de Agenda Setting. ....                     | 35 |
| 2.2.6. Estrategias de Desinformación .....                 | 37 |
| 2.2.7. Comunicación Política .....                         | 41 |
| 2.2.7.1. Redes sociales, medios digitales y política. .... | 42 |
| 2.2.8. Diario El Universo .....                            | 45 |
| 2.3. Marco Contextual .....                                | 48 |
| 2.3.1. El inicio de la Revolución Ciudadana .....          | 48 |
| 2.3.2. Panorama Electoral 2017 .....                       | 50 |
| 2.3.3. Inestabilidad en Alianza País .....                 | 52 |
| 2.3.4. Consulta Popular .....                              | 55 |
| 2.4. Marco legal .....                                     | 55 |
| 2.4.1. Declaración Universal de los Derechos Humanos ..... | 56 |
| 2.4.2. Constitución de la República del Ecuador .....      | 56 |
| 2.4.2. Ley Orgánica de Comunicación .....                  | 58 |
| 2.5. Marco Conceptual. ....                                | 61 |
| 2.5.1. Comunicación. ....                                  | 61 |
| 2.5.2. Discurso Mediático .....                            | 62 |
| 2.5.3. Discurso y Manipulación. ....                       | 62 |
| 2.5.4. Medios impresos. ....                               | 62 |
| 2.5.5. Estrategias de Desinformación. ....                 | 63 |
| 2.5.6. Encuadres .....                                     | 63 |
| 2.5.7. Agenda Setting .....                                | 64 |
| 2.5.8. Análisis de Contenido. ....                         | 64 |
| 2.5.9. Pensamiento Crítico .....                           | 64 |
| 2.5.10. Infoxicación. ....                                 | 64 |

|                                                 |     |
|-------------------------------------------------|-----|
| CAPÍTULO III .....                              | 65  |
| MARCO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS..... | 65  |
| 3.1. Metodología General. ....                  | 65  |
| 3.2. Diseño de la Investigación.....            | 66  |
| 3.2.1. Análisis del Discurso .....              | 66  |
| 3.2.2. Entrevista a Experto.....                | 66  |
| 3.3. Análisis de Resultados .....               | 69  |
| 3.3.1. Etapa Pre-electoral .....                | 70  |
| 3.3.2. Etapa Post- Electoral .....              | 76  |
| 3.4. Entrevista a Experto .....                 | 83  |
| CAPÍTULO IV .....                               | 90  |
| PROPUESTA .....                                 | 90  |
| 4.1. Definición de la propuesta. ....           | 90  |
| 4.2. Introducción.....                          | 91  |
| 4.3. Descripción de la propuesta. ....          | 92  |
| 4.4. Justificación.....                         | 93  |
| 4.5. Datos informativos.....                    | 94  |
| 4.6. Objetivos de la Propuesta. ....            | 94  |
| 4.6.1 Objetivo General. ....                    | 94  |
| 4.6.2 Objetivos Específicos.....                | 94  |
| 4.7. Diseño de la Propuesta. ....               | 94  |
| 4.7.1. Portada del folleto .....                | 94  |
| 4.7.2. Cronograma .....                         | 96  |
| 4.7.3. Presupuesto .....                        | 97  |
| Conclusiones.....                               | 98  |
| Recomendaciones.....                            | 99  |
| Bibliografía .....                              | 100 |
| ANEXOS .....                                    | 103 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                              |       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Tabla Nº 1. Combinación entre hegemonía e interdiscursividad .....                           | 27    |
| Tabla Nº 2. Desinformación: revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor ..... | 40    |
| Tabla Nº 3. “Aprender la lección” .....                                                      | 70-71 |
| Tabla Nº 4. “Información relevante” .....                                                    | 72    |
| Tabla Nº 5. “Por respeto a la verdad” .....                                                  | 73    |
| Tabla Nº 6. “Inundaciones” .....                                                             | 73    |
| Tabla Nº 7. “Comentarios desacertados” .....                                                 | 74    |
| Tabla Nº 8. “Destitución” .....                                                              | 75    |
| Tabla Nº 9. “Denuncias” .....                                                                | 75    |
| Tabla Nº 10. “A una semana” .....                                                            | 75-76 |
| Tabla Nº 11. “¿Qué vamos a hacer?” .....                                                     | 76-77 |
| Tabla Nº 12. “Lealtad” .....                                                                 | 77-78 |
| Tabla Nº 13. “Dictamen positivo” .....                                                       | 78-79 |
| Tabla Nº 14. “Indispensable” .....                                                           | 79-80 |
| Tabla Nº 15. “Cambio de opinión” .....                                                       | 80-81 |
| Tabla Nº 16. “Vicepresidencia” .....                                                         | 81    |
| Tabla Nº 17. “Lo dijo el presidente” .....                                                   | 82    |
| Tabla Nº 18. “Espacio público” .....                                                         | 82    |
| Tabla Nº 19. Cronograma.....                                                                 | 96    |
| Tabla Nº 20. Presupuesto .....                                                               | 97    |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Figura N° 1. Géneros periodísticos en prensa..... | 25 |
| Figura N° 2. Acto desinformativo .....            | 38 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| Anexo 1. Editorial 1. 15/01/2017 .....               | 104 |
| Anexo 2. Editorial 2. 30/01/2017 .....               | 104 |
| Anexo 3. Editorial 3. 05/02/2017 .....               | 105 |
| Anexo 4. Editorial 4. 12/02/2017 .....               | 105 |
| Anexo 5. Editorial 5. 05/03/2017 .....               | 106 |
| Anexo 6. Editorial 6. 12/03/2017 .....               | 106 |
| Anexo 7. Editorial 7. 19/03/2017 .....               | 107 |
| Anexo 8. Editorial 8. 26/03/2017 .....               | 107 |
| Anexo 9. Editorial 9. 12/11/2017 .....               | 108 |
| Anexo 10. Editorial 10. 24/11/2017 .....             | 108 |
| Anexo 11. Editorial 11. 30/11/2017 .....             | 109 |
| Anexo 12. Editorial 12. 12/12/2017 .....             | 109 |
| Anexo 13. Editorial 13. 19/11/2017 .....             | 110 |
| Anexo 14. Editorial 14. 02/01/2018 .....             | 110 |
| Anexo 15. Editorial 15. 23/01/2018 .....             | 111 |
| Anexo 16. Editorial 16. 31/01/2018 .....             | 111 |
| Anexo 17. Matriz de recolección de datos.....        | 112 |
| Anexo 18. Preguntas de la Entrevista .....           | 113 |
| Anexo 19. Fotos de la Entrevista.....                | 114 |
| Anexo 20. Fotos del análisis de los editoriales..... | 115 |
| Anexo 21. Portada del folleto .....                  | 116 |



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**“ESTUDIO COMPARATIVO DEL DISCURSO DE LA SECCIÓN “EDITORIALES” DE DIARIO EL UNIVERSO, EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA, 6 MESES ANTES Y DESPUÉS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2017”.**

Autoras: Melanie Álvarez Romero y Ginger Lara Espinoza.

Tutor: Lcdo. Washington Vizuite Negrete MSc.

**RESUMEN**

Este proyecto tiene como objetivo principal realizar un estudio comparativo del discurso político de la sección editorial, de Diario “El Universo”, con el fin de determinar si el discurso ha presentado transformaciones durante las dos etapas: pre-electoral y post-electoral. El Trabajo de Titulación en la primera fase comprende el planteamiento del problema, recalando el poder y capacidad que tienen los medios para influir en las interpretaciones de los individuos. En el marco teórico se presentan las diferentes teorías como la del Análisis Crítico del Discurso, Framing, Agenda Setting y Estrategias de Desinformación. En el diseño de la investigación se plantea una matriz compuesta de varios indicadores, los cuales se dividen en dos categorías: Ideológica y Léxico-Semántica, permitiendo así, analizar la sección editorial del diario. Y finalmente, la propuesta consiste en la realización de talleres de educomunicación para otorgar mecanismos que generen sentido crítico en la opinión pública.

**Palabras Clave:** Discurso, Política, Editorial, Framing, Agenda Setting



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**COMPARATIVE STUDY OF DISCOURSE OF THE SECTION “EDITORIALES” OF THE NEWSPAPER “EL UNIVERSO” AND THE POLITICAL INFORMATION TREATMENT SIX MONTHS BEFORE AND AFTER THE PRESIDENTS ELECTIONS 2017.**

Authors: Melanie Álvarez Romero and Ginger Lara Espinoza.

Scientific advisor: Lcdo. Washington Vizuite Negrete MSc.

**ABSTRACT.**

This research work has a main objective the comparative study of political discourse of the section editorial of newspaper “El Universo” with the aim of determine the discourse that has been presenting transformations, in the first phase which is the problem considering the power and capacity that the media has to influence the interpretations of the individuals. In the theoretical framework there are some theories such as Critical Analysis of the discourse, Framing, Agenda Setting and Uninformation Strategies. In the design of the investigation it has a matrix composed if many indicator, which are divided in two categories: Idiological and Lexical-Semantic, allowing in this way to analyze the section editorial of the diary. Finally the proposal consists of educommunication workshops to create mechanisms that generate critical sense in the public opinion.

**Keywords:** Discourse, Politic, Editorial, Framing, Agenda Setting.

## INTRODUCCIÓN

El Análisis Crítico del Discurso es considerado un conjunto de teorías y principios interdisciplinarios en el que los enfoques de interpretación discursiva se fijan en un estudio ligado a un problema político, cultural o social, el mismo que es de gran importancia para la sociedad.

El antecedente del carácter crítico tiene sus inicios filosóficos en la historia, gracias a los aportes de Habermas, la Escuela de Frankfurt, Bourdieu, entre otros, quienes abordaron la relación existente entre el discurso, el poder y el conocimiento.

El campo mediático es uno de los escenarios más estudiados en cuanto al discurso. Los textos de las noticias de la prensa, la intervención de los locutores de un programa de radio, el contenido de los espacios de la televisión y la publicidad, constituyen parte esencial en la cultura, el estilo de la vida y las ideologías de las masas.

En la prensa escrita en donde está enfocado este trabajo investigativo, se encuentran los códigos lingüísticos y también los paralingüísticos que responden a todo lo que construye a la noticia, desde el tipo de letra, la imagen, colores, diagramas, etc.

El acceso a la información constituye uno de los derechos humanos más importantes para la sociedad como garantía democrática, otorgando a los medios masivos gran dominio en los asuntos relacionados con la opinión pública.

En este sentido, es importante precisar que existen ciertas estrategias de desinformación que son empleadas por los medios de comunicación, para persuadir, influenciar y dominar a las masas.

La desinformación es una situación adversa que se viene dando a lo largo de la historia de la comunicación. Para el periodista y ensayista Jacquard (1988), el término desinformación se describe como un “Conjunto de técnicas utilizadas para manipular la información conservando su verosimilitud con el fin de influenciar sobre la opinión y reacciones de las gentes.” (pág. 9)

Es necesario mencionar que los medios de comunicación, además de proporcionar información ejercen un gran poder sobre la sociedad, la misma que diariamente consume historias contadas desde una perspectiva que muchas veces la ciudadanía desconoce, siendo la ausencia de objetividad un factor determinante en la intencionalidad del medio.

Este trabajo de titulación, denominado: “Estudio comparativo del discurso de la sección “editoriales” de diario El Universo, en el tratamiento de la información política, 6 meses antes y después de las elecciones presidenciales del 2017”, tiene el objetivo de identificar qué características presenta el discurso mediático del periódico mencionado, además, abordar otros estudios sobre el discurso de la prensa, con la finalidad de tener bases que contribuyan a esta investigación y permitan brindar un resultado eficaz.

En el Capítulo I, se aborda el Problema de Investigación, formulación y sistematización del problema, objetivos de la investigación, justificación de la investigación, delimitación, y la premisa o idea a defender.

El Capítulo II, se denomina Marco Teórico; comprende los antecedentes de la investigación, marco teórico, marco contextual, marco conceptual, y marco legal.

El Capítulo III, corresponde a la Metodología, aquí se detalla el diseño de la investigación, (unidades de análisis, tipo de técnica aplicada, población o muestra e instrumentos) y la interpretación de los datos obtenidos.

Y finalizando con el Capítulo IV, se presenta la Propuesta, la misma que está enfocada en brindar un tipo de solución que contribuya a la sociedad, mediante estrategias educativas en el ámbito de la comunicación, con el objetivo de informar y dotar de conceptos que les permita a las personas conocer más allá de lo que lee en el periódico.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1. Planteamiento del Problema.

Los medios de comunicación son capaces de transformar situaciones, reducir o ampliar conflictos e influir en los distintos procesos políticos, a través de mensajes; dichos mensajes serán comprendidos en la medida en que su estructuración lo indique, es decir, existe un marco de interpretación establecido con significaciones implícitas dentro de éste.

En el campo comunicativo a esto se le denomina estrategias de desinformación o de manipulación mediática. En su libro, *“La información, la desinformación y la realidad”*, Guy Durandin (1995) define a la desinformación como: “La cara negativa de la información... un conjunto organizado de engaños en una era en la que los medios de comunicación se hallan enormemente desarrollados”. (pág. 97)

De esta manera, el autor adjudica gran dominio del tema a los medios de comunicación, encargados de informar bajo esta estrategia, lo que crea un escenario de manipulación.

Actualmente en Ecuador existen confrontaciones ideológicas entre medios que deben mantener objetividad e imparcialidad con respecto a alineaciones políticas. En época de campañas electorales se hace más notoria la conflictividad que existe y esto se debe a que es uno de los momentos claves para influir en la decisión del electorado.

Partiendo desde el campo de la ética, las confrontaciones ideológicas mediáticas deberían ser inexistentes, esto debido que parte de las responsabilidades del medio de comunicación consiste en informar al público de manera responsable y con transparencia, como lo establece la Ley Orgánica de Comunicación.

El problema radica en que, los medios de comunicación tienen la ventaja de llegar a un importante número de personas con aparente legitimidad, aún cuando podría obviar cierta información y así limitar los conocimientos de la ciudadanía, y a la vez, la comprensión sobre las noticias, lo que representa una desventaja para la sociedad.

El artículo 22 de la Ley Orgánica de Comunicación (2013), establece que las personas tienen derecho a recibir información de relevancia pública, contrastando y verificándola, de tal manera que esta sea precisa; sin embargo, los medios públicos y privados tienden a informar desde su óptica subjetiva, haciendo de ésta una representación de la realidad totalmente válida en cuanto a los acontecimientos, ofreciéndolo como algo veraz y contrastado.

Lo recomendable sería que los comunicadores conozcan y apliquen las normas deontológicas para ejercer correctamente su profesión, de acuerdo con la Ley Orgánica de Comunicación, cuerpo legal que menciona que en el ejercicio profesional se debe abstener de omitir y descontextualizar intencionalmente la fidelidad de la información u opiniones difundidas.

En la sociedad actual, la infoxicación dificulta el procesamiento de lo que realmente es importante para la misma, es por ello que se debe desarrollar un criterio sostenible sobre la selección de la información y las fuentes en las que se informa.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema de Investigación**

¿Qué características positivas o negativas para la ciudadanía, presenta el discurso mediático de la sección editorial de Diario El Universo, antes y después de las elecciones presidenciales del 2017?

### **1.2.2. Sistematización del problema**

¿Qué otros estudios se han realizado sobre el análisis del discurso de la prensa?

¿Qué artículos de la Ley Orgánica de Comunicación guardan relación con el ejercicio profesional del comunicador social en el campo de la ética y la responsabilidad ulterior del medio de comunicación en el ámbito editorial?

¿Cómo desarrollar un plan de acciones educomunicativas que permita generar un escenario crítico en la opinión pública sobre la calidad de la información?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

- Comparar el discurso mediático de Diario El Universo, con respecto al tratamiento de la información política del país, en su sección editorial, antes y después de las elecciones presidenciales del 2017.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar qué otros estudios se han realizado sobre el análisis de discurso de la prensa.
- Detallar los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación que guardan relación con el ejercicio profesional del comunicador y del medio desde el campo de la ética y la responsabilidad ulterior del medio de comunicación en el ámbito editorial.
- Desarrollar un plan de acciones de educomunicación, que permita generar un escenario crítico en la opinión pública sobre la calidad de la información.

#### **1.4. Justificación de la Investigación**

Los medios de comunicación son los agentes de intermediación entre los actores políticos y la ciudadanía, en definitiva, son los medios quienes se encargan de generar discusiones sobre los asuntos de interés general.

Varias investigaciones han establecido que son capaces de agregar una serie de elementos a la información, los mismos que son conocidos como frames o encuadres, además de estrategias de desinformación con las cuáles se pretende incidir en la opinión pública, bajo argumentos que responden a una opinión.

La importancia de este estudio radica en que esto permitirá informar a las masas, sobre el fenómeno de los encuadres que se presentan en la información que les proporciona el periódico al que le dan lectura.

Mediante este estudio comparativo de dos momentos clave en el país, abordados por Diario El Universo, se podrán brindar fuentes de información que logren reducir el desconocimiento de la opinión pública sobre las rutinas informativas que son empleadas por el medio; para esto se desarrollarán talleres de educomunicación que permitan generar un criterio sustentable en el que las personas conozcan sobre las posibles posturas ideológicas que se manejan en el ejercicio profesional del periodista o comunicador social y en los medios de comunicación.

### **1.5. Delimitación del tema**

El objeto de estudio de este trabajo investigativo es Diario El Universo, en su sección editorial, uno de los periódicos de mayor tiraje a nivel nacional. Esta investigación tiene como objetivo realizar una comparación del discurso del medio mencionado, centrándose en dos momentos: el antes y después de la posesión del gobierno actual.

### **1.6. Premisa a defender**

- Por las características de la información que se publica, Diario El Universo en la sección editorial, ha tenido ciertas transformaciones en su discurso, como consecuencia de sus intereses ideológicos ligados a la política.

#### **1.6.1. Operacionalización de la Premisa.**

##### **1.6.1.1. Categoría Analítica.**

#### **Medios de comunicación y Análisis Crítico del Discurso.**

El Análisis Crítico del Discurso es un tipo de investigación que se centra en el análisis discursivo y estudia principalmente, la forma en la que el abuso de poder y la desigualdad social se representan, reproducen, legitiman y resisten en el texto y el habla en contextos sociales y políticos.

Los hablantes de grupos poderosos pueden querer controlar no solo el conocimiento y las opiniones específicas representadas en los modelos

mentales subjetivos de receptores específicos –como es típicamente el caso en reportes de noticias y debates parlamentarios, sino además el conocimiento, las actitudes y las ideologías genéricas compartidas por grupos completos o por todos los ciudadanos, por ejemplo, a través de estructuras argumentativas de editoriales o artículos de opinión. A través de la repetición de discursos políticos o mediáticos sobre eventos similares, y a través de jugadas discursivas específicas de generalización, ellos podrían condicionar la generalización y la abstracción de modelos mentales específicos a estructuras de conocimiento e ideologías más generales. (van Dijk, Análisis Crítico del Discurso, 2016)

### **1.6.2. Conceptos.**

#### **Comunicación**

La comunicación es la puerta a la integración social; más allá de ser un derecho, es un proceso esencial en la vida del hombre, quien crea un escenario social de constante transmisión de mensajes, en los que se refleja la facultad de expresar los pensamientos, ideologías, sentimientos y demás.

#### **Editorial**

El editorial es parte del género de opinión, en él sobresale la postura del periodista e incluso del medio de comunicación. Por lo general, los editoriales se basan en informaciones y temas que gocen de

popularidad, ya sean estos nacionales o internacionales y de carácter social, económico, político, entre otros.

### **Discurso y manipulación.**

El discurso manipulativo ocurre típicamente en la comunicación pública controlada por élites corporativas, académicas, mediáticas, burocráticas o política dominante. Esto también significa restricciones contextuales, a saber, sobre los participantes, sus roles, sus relaciones y sus acciones y cogniciones típicas (conocimientos, metas). En otras palabras, el discurso se define como manipulativo, en primer lugar, en términos de los modelos contextuales de los participantes.

Y, sin embargo, aunque las estructuras discursivas por sí, no son necesariamente manipulativas, algunas de ellas pueden ser más eficientes que otras en el proceso de influir en las mentes de los receptores a favor de sus propios intereses. Por ejemplo, tal como ya se sugirió, los titulares se usan típicamente para expresar los tópicos y señalar la información más importante de un texto y, por ello, se pueden utilizar para asignarle peso (extra) a hechos que en sí no serían tan importantes.

De la misma manera, existen discursos acerca de hechos o estados de cosas que son muy relevantes para los ciudadanos o clientes, pueden no ser incluidos en los titulares si enfatizan las características negativas de grupos o instituciones dominantes. (van Dijk, 2006)

### **Estrategias de desinformación.**

La desinformación no consiste en no informar o quitar información, como podría inferirse de su prefijo. Se trata de engañar de forma activa, a veces sí, ocultando información, otras tergiversando o dando directamente información falsa, o incluso haciendo creer que una información verdadera es falsa. Siempre supone una acción, utiliza una técnica y responde a una estrategia que busca determinados efectos. Las definiciones de desinformación suelen destacar los elementos ya mencionados: dar información falsa, o presentarla de forma engañosa, u ocultarla, para provocar unos efectos concretos. (Burgueño Muñoz, 2009)

### **Encuadres.**

La teoría del encuadre, tal y como empieza a desarrollarla Gaye Tuchman, se adentra en los medios como organizaciones para descubrir sus modos de trabajo.

En el área del periodismo, la teoría del framing se fundamenta además en la tradición que atribuye a los medios un papel mediador entre el hombre y la sociedad, a través del cual se dan a conocer las noticias. Pero los medios transforman las dimensiones de los acontecimientos en productos informativos que pasan por una serie de filtros hasta llegar a la audiencia. Los medios no están reflejando una realidad pasivamente, sino que son parte de una realidad social a la que contribuyen con sus propios marcos. (Sádaba Garraza M. , 2001)

### **Agenda Setting.**

El punto central de esta teoría es la capacidad de los medios de comunicación para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia. El estudio realizado por McCombs y Shaw en 1972 refiere a que la gente considera unos temas más destacados (la agenda del público), que otros en proporción directa con la importancia que le den los medios (la agenda de los medios), aunque estos no sean quienes decidan por la audiencia cual será la actitud o decisión de estos asuntos que proponen como agenda.

Posterioros desarrollos de esta teoría conducen a prestar atención también a otras agendas, la política principalmente, y cómo éstas influyen también en la agenda de los medios (agenda building). En el desarrollo de la agenda building se refleja la competencia de significados en la sociedad, que hace que actores políticos, asociaciones, ciudadanos, etc., se disputen un lugar en la agenda de los medios. Por eso, para esta teoría resulta interesante conocer quién se hace con el acceso efectivo y configura los contenidos y los puntos de vista que aparecen finalmente en los medios de comunicación. (Sádaba, 2007)

### **Comunicación Política**

La comunicación política es una disciplina de la ciencia política y de la comunicación, que se ocupa de la producción, la difusión, la diseminación y de los efectos de la información, tanto a través de los medios de comunicación masiva, como de los interpersonales, en un contexto político. Esto incluye el estudio de los medios de comunicación,

el análisis de los discursos de los políticos y aquellos que están tratando de influir en el proceso político; así como de las conversaciones formales e informales entre los miembros del público, entre otros aspectos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) tuvo sus orígenes en la escuela crítica de Frankfurt, la cual reconocía que la ciencia y las investigaciones dependían de la dinámica de la estructura social. Según van Dijk (2016), la teoría crítica además de analizar los procesos históricos y culturales, buscaba convertirse en un elemento que transforme las desigualdades sociales. (pág. 17)

A lo largo del tiempo, se han llevado a cabo diversos estudios sobre el ACD, con importantes aportaciones que permiten precisar su rol dentro de las estructuras gramaticales y las propiedades del uso del lenguaje, a continuación se presentan varios de estos aportes:

En una tesis del Repositorio de la Universidad de Central del Ecuador del año 2013, sobre el “*Análisis discursivo de Diario El Universo, en relación a la libertad de expresión (2011)*”, se aborda al discurso de la siguiente manera:

El término discurso está dado para manifestar a ciertas tendencias de elaboración de mensajes, utilización de recursos expresivos, a la inclusión de temas. Todo acto discursivo significa una selección de términos, una determinada combinación de los mismos y a la vez una selección de temas. Cada tipo de discurso tiene modos más o menos cristalizados de seleccionar y de combinar los recursos del lenguaje. (Pabón, 2013, pág. 24)

El lenguaje de los medios de comunicación se basa en incluir una serie de elementos significativos propios de su característica subjetiva. El discurso informativo tiene el objetivo de precisamente informar pero además, sugerir y persuadir. Los temas que se manejan, su tratamiento y los “aderezos” que van incluidos en ellos, son lo que se atribuye a la utilización de encuadres, los cuales consisten en seleccionar ciertos temas, dejando de lado otros.

Este trabajo de investigación realizado durante quince días, presenta una conclusión que establece la presencia de los intereses del medio analizado. Además, se verificó el uso de elementos persuasivos en las noticias de Diario El Universo. Los resultados indican que el medio “desacredita al gobierno de turno”.

El discurso de la prensa, condiciona el discurso de la opinión pública, esto es posible mediante la producción de estereotipos, imágenes y

prejuicios, lo que responde a un tema ligado a la objetividad como una utopía.

En una tesis de maestría encontrada en el Repositorio de Flacso Andes, denominada: *¿Clarín miente? Ideología y Discurso. “Del Editor al lector”*, de Marina Pérez Mauco, se manifiesta el rol del discurso de los medios en la sociedad, asegurando lo siguiente:

(...) el discurso contribuye a la construcción y validación de un orden de cosas, en el que los medios constituyen un observatorio de la realidad sin intervenirla, sin recortarla (y en cierta manera conformarla), retaceando su participación en la producción de significación social. Su rol activo en la producción de la realidad se desdibuja en esta construcción discursiva que se propone como un relato de acontecimientos. (Mauco, 2015, pág. 59)

Este trabajo permite precisar que los medios masivos otorgan un sentido a la realidad y producen el significado que más tarde recibe la colectividad, lo curioso es que precisamente los medios de comunicación pasan a ser juez y parte, ya que crean los temas de debates relacionados a la política y a la vez son mediadores ideológicos, capaces de moldear la cotidianidad a través de formas simbólicas mediáticas al momento de relatar los hechos.

Mauco, responde la pregunta inicial de este trabajo de investigación, *¿Clarín miente?*, asegurando que “No, Clarín no miente”, debido a que

posee un discurso eficaz en cuanto a la articulación, constituyendo la realidad a partir de temarios sobre los acontecimientos.

En la tesis del Repositorio de la Facultad de Comunicación Social, de la Universidad de Guayaquil, titulada: *“Análisis del discurso político de Rafael Correa en Ecuavisa y Ecuador TV y la recepción en estudiantes de la Carrera de Sociología de la Universidad de Guayaquil”*, se establece lo siguiente:

La capacidad de influir en la percepción de la audiencia está condicionada por la habilidad de utilizar figuras retóricas y de persuasión que mencionen los intereses de los individuos. La habilidad de expansión de una idea política, está basada en las técnicas comunicacionales empleadas para la difusión en los medios de comunicación. (Buenaño, 2017, pág. 18).

La comunicación y la sociedad están destinadas a compartir vínculos colectivos de participación, integración e intercambio de información, el mismo que en la actualidad se torna muy fácil debido a la producción de contenidos e ideas que pueden ser transmitidas de manera inmediata y a un gran número de interlocutores.

En el artículo denominado *“El análisis de discurso en la investigación estratégica”*, se establece lo siguiente:

“La labor del análisis del discurso consiste, así, no en interpretar un solo discurso de forma aislada, sino el sistema de relaciones en permanente disputa que se crea con otros discursos”. (Belinchón, 2018, pág. 39)

El discurso tiene características subjetivas que van generando nuevas realidades sociales e incidiendo de manera sociocultural, por lo que los conocimientos compartidos de una sociedad, determinan la decodificación de los mensajes implícitos en el discurso, el mismo que a la vez se relaciona con otros discursos.

La influencia que se ejerce en la opinión pública, mediante la construcción del discurso, claramente se convierte en un modelo a seguir que se propaga hasta posesionarse en la perspectiva de las personas, proporcionando así, que se comparta una determinada ideología, a través del uso del lenguaje en diversos ámbitos, ya sea este político, social, económico, etc.

## **2.2. Fundamentación Teórica**

### **2.2.1. Comunicación**

El rol de la comunicación como un agente de relación en muchos ámbitos de la vida, sin duda, es fundamental. No solo se habla de la comunicación como tal entre dos o más personas, quienes intercambian información: va más allá.

El proceso interactivo es una característica esencial de los medios masivos; éstos hacen posible relación entre actores sociales con intereses en común, siendo la comunicación el medio más efectivo para dar significado a los mensajes que se emiten en la interacción.

En el artículo, *“Comunicación, cohesión y satisfacción familiar en adolescentes de la enseñanza secundaria y preuniversitaria”*, de la revista Medisur, se establece lo siguiente: “La comunicación es interacción personal en la que se intercambia información con otras personas, siempre y cuando haya entre ellas un conjunto de precondiciones, conocimientos y reglas que la hacen posible”. (Alfonso, Valladares, Rodríguez, & Selín, 2017, pág. 342)

En este sentido, la comunicación se convierte en una herramienta elemental en el dominio de las relaciones sociales, de acuerdo al manejo de temas que los individuos tengan en común, es decir, ésta es posible, en la medida que fluye. Existe un proceso de transacción de ideas, que se generan a través del conocimiento de quien comunica el mensaje y de quien lo recibe.

En cuanto al escenario mediático, la comunicación toma un rumbo extremista; ésta resulta un arma muy potente para los medios, ya que son quienes transmiten información de manera masiva y lo hacen empleando formas de acuerdo al contexto, capaces de transformar

situaciones, reducir o ampliar conflictos e influir en los distintos procesos políticos y sociales, generando cambios.

En el artículo, *“El papel de la comunicación para el cambio social”*, de la Revista Encuentros, se especifica lo siguiente: “Una comunicación que pretenda generar desarrollo deberá ser mirada con lupa, porque podría estar cayendo en la reproducción de los patrones occidentales del desarrollo como crecimiento económico más que la emancipación de los propios pueblos”. (Mendivil, Racedo, Meléndez, & Rosero, 2015, pág. 5)

La comunicación busca trasladar la información, con la finalidad de establecer relaciones efectivas entre los actores que son parte de ésta, pero ¿qué pasa cuando se convierte en un negocio?

Los medios se convierten en parte fundamental del proceso comunicacional, es así que el discurso puede orientarse a intereses que se alejen del verdadero objetivo que debería ser fomentar una cultura de interacción entre las masas. No en vano se han ganado la designación del “cuarto poder” sin ser parte de los poderes del Estado; realmente son capaces de causar gran influencia en la opinión pública.

De acuerdo a una conceptualización del artículo, *“La comunicación en Pedagogía”*, publicado en la Revista SciELO, se considera el proceso comunicativo de la siguiente forma:

La comunicación puede ser definida entonces como el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más

personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información. (Reyes, Martínez, Mola, & González, 2014, pág. 349)

El ser humano experimenta una serie de formas con las que se comunica con su entorno, esto hace que se incluya en un ambiente de participación constante, en el que expresa ideas, pensamientos, emociones y temas sobre determinadas problemáticas, considerándose un actor social activo en la sociedad.

El campo de la comunicación es muy amplio, la actividad comunicativa tiende a ser compleja en cuanto a la psiquis humana. La comunicación intercambia datos precisos a uno o diversos receptores, articulada en cuanto a las actividades que se llevan a cabo en un contexto determinado.

En un epígrafe del artículo, *“La globalización. Un espacio y un tiempo de confrontación entre opciones humanizadoras y deshumanizadoras”*, Manuel Martín Serrano, dice: “Los seres humanos adquirimos conciencia del vínculo entre identidad y solidaridad porque disponemos de una facultad que ha evolucionado precisamente para eso. Esa facultad es la comunicación humana”. (Serrano, 2014, pág. 7)

Las relaciones de carácter social se fundamentan en la solidaridad de las sociedades humanas, es por esto que la comunicación debe servir

como instrumento unificador de buenas acciones, como el eje central de la generación de conocimientos.

El fenómeno de la globalización no debe afectar el verdadero sentido de lo que significa comunicar. Existen varios factores que intervienen en la comunicación, por lo que debe de cuidarse ya que tiende a desvirtuarse fácilmente.

La cultura, los ruidos, las costumbres, los diversos escenarios, los códigos lingüísticos empleados los sentimientos y emociones son determinantes en un sistema comunicativo, es así que deben de crearse mecanismos para salvaguardar su fluidez, sin dejar de vivir este proceso, ya que es imposible: todo comunica.

### **2.2.2. Género de Opinión**

Es uno de los géneros periodísticos, enfocado en expresar el punto de vista a través de un texto, en éste se comenta sobre la realidad actual y se lo hace por medio de juicios con gran libertad expresiva. Dentro del género de opinión constan: Crítica, Artículo de opinión, Columnas, Cartas al Director, Caricatura y Editorial. A continuación se profundizará teóricamente sobre este último, en el cual se ha enfocado este trabajo de investigación.

#### **2.2.2.1. Editorial**

El editorial es parte del género de opinión; caracterizado por manejar un lenguaje argumentativo, se encarga de expresar una determinada

ideología sobre algún tema específico, con la finalidad de persuadir al lector.

En el artículo denominado, *“Metadiscurso y persuasión: estudio de editoriales de periódicos españoles sobre la muerte de Osama Bin Laden”*, el autor conceptualiza el Editorial de la siguiente manera: “El editorial manifiesta la interpretación y la valoración del medio sobre un tema de relevancia especial de la actualidad, aunque no siempre el editorial alude a hechos de importancia destacada”. (Jiménez R. M., 2015, pág. 594)

Por lo general, se busca opinar de un hecho noticioso, argumentado desde la perspectiva de un profesional que puede o no ser periodista. Mediante el Editorial se busca realizar un análisis que deja en evidencia una postura ideológica.

Como lo señala el autor, los temas que se abordan no son en su totalidad de interés general, ya que en ciertos casos se obvian los temas de importancia en la sección de editoriales y se tiende a realizar argumentaciones sobre temáticas poco representativas.

En una tesis de la Universidad de Sevilla, denominada *“Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital. Nuevos géneros y formatos en internet”*, se conceptualiza el Editorial de la siguiente forma:

El editorial es el género de opinión más importante para que el lector pueda conocer la opinión del periódico sobre un tema trascendental de la actualidad (por lo general político o económico (...)) Aunque no hay una tipología de editoriales como tal, tradicionalmente se ha tomado como variedad del editorial – aunque de estilo más libre– al suelto, cuya principal característica es la brevedad. (Pérez, 2016, pág. 84)

Además, hay que recalcar que en el editorial se redacta acerca de un tema de actualidad y el editorialista explica el contexto en el que se desarrolla, además de exponer su juicio de valor sobre el hecho, y por supuesto esta perspectiva debe estar ligada a las políticas del medio.

El periodista y catedrático Martin Vivaldi (1998) se refiere al editorial como “el artículo periodístico en el que se comenta, analiza, interpreta y valora un hecho o noticia de especial relevancia o trascendencia local, nacional o internacional. Refleja, generalmente, el pensamiento de la empresa editora como órgano de opinión.”

También se han generado diversos debates sobre los tipos de editoriales, una de las primeras clasificaciones sugiere que existen dos tipos: informativo e interpretativo. En el informativo, el editorialista solo transmite datos precisos sobre el hecho de interés, mientras que en el interpretativo, se suponen causas y consecuencias, además se exponen

argumentos con el fin de lograr que el lector apruebe y comparta la misma opinión.

En el libro “*Géneros periodísticos en prensa*”, se señala la siguiente clasificación de Editoriales:

Conforme se iban realizando más manuales para las prácticas periodísticas, diversos autores aportaban características y más categorías correspondientes a los tipos de editoriales. Una de las contribuciones más importantes con respecto a la clasificación fue la de Emil Dovifat, la cual distingue estos tipos de editoriales centrándose en las características de cada uno.

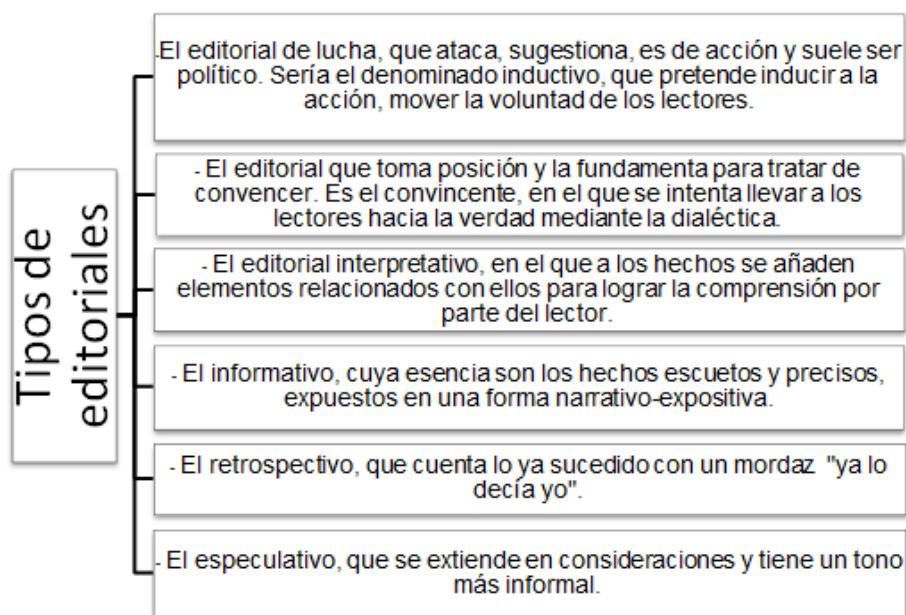


Figura N° 1. *Géneros periodísticos en prensa* (Parratt, 2008)  
Elaboración propia con base en Sonia Parratt.

Por otra parte aunque el editorial no lleva firma, refleja la opinión colectiva del medio de comunicación, en el cual se puede evidenciar el discurso que intenta transmitir y cuál es su postura con respecto a diversos temas ya sean políticos, sociales, religiosos, etc. siempre y cuando estos hechos sean actuales y de interés. Pero aunque este espacio sea destinado para la opinión aún pertenece al ámbito del ejercicio periodístico, el cual está sujeto a reglas y normas, por lo tanto es fundamental que en el editorial se plasme la opinión del medio respetando los lineamientos éticos y legales que rigen en el país.

### **2.2.3. Análisis Crítico del Discurso**

El Análisis Crítico del Discurso tiene sus inicios desde la época de la retórica en la antigua Grecia; uno de los máximos exponentes en realizar estudios sobre este campo es Aristóteles, quien clasificó diversos tipos de estructuras del discurso, señalando además la persuasión en los diferentes contextos públicos.

Según van Dijk (2016), algunos de los principios del ACD pueden ser encontrados ya en la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, previo a la Segunda Guerra Mundial. Su foco actual en el lenguaje y el discurso comenzó con la lingüística crítica surgida (principalmente en Reino Unido y Australia) a fines de los años 70.

El Análisis Crítico del Discurso no solo se centra en describir las estructuras de un contenido, sino que también busca explicar el contexto

en que este se desarrolla, y sobre todo se enfoca en los problemas sociales y en los asuntos políticos, por lo tanto el análisis del discurso es explicativo e interpretativo.

El discurso se constituye como una forma de acción social por lo cual es importante que sea empleado de forma correcta, ya que incluso puede considerarse como uno de los elementos que permiten obtener el poder social.

Además, van Dijk afirma que el análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos por los textos y el habla en el contexto social y político. El análisis crítico del discurso, con tan peculiar investigación, toma explícitamente partido, y espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social. (1999)

En el artículo, *“El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades”*, de Norman Fairclough, se plantea la tabla N° 1. referente al discurso:

|                                    |                                                                                          |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Discurso (nombre abstracto)</b> | Uso lingüístico concebido como práctica social                                           |
| <b>Evento discursivo</b>           | Instancia de uso lingüístico, analizada como Texto, práctica discursiva, práctica social |
| <b>Texto</b>                       | Lengua hablada o escrita producida en un evento discursivo                               |
| <b>Práctica discursiva</b>         | La producción, distribución y consumo de un texto                                        |
| <b>Interdiscursividad</b>          | La constitución de un texto a partir de diversos                                         |

|                                         |                                                                                                           |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         | discursos y géneros                                                                                       |
| <b>Discurso (sustantivo 'contable')</b> | Modo de significar la experiencia desde una perspectiva particular                                        |
| <b>Género</b>                           | Uso lingüístico asociado con una actividad social particular                                              |
| <b>Orden del discurso</b>               | Totalidad de las prácticas discursivas de una institución, y las relaciones que se establecen entre ellas |

Tabla N° 1. Combinación entre hegemonía e interdiscursividad (Fairclough, 2008, págs. 176-177)

El autor conceptualiza varios términos que describen el discurso y los elementos implícitos en él, el mismo que aborda características sociales, además del lenguaje como el eje principal del escenario discursivo. En la tabla se distinguen tres aristas fundamentales del discurso, estos se refieren a las dimensiones ligadas a la parte lingüística, intertextual y social.

Por otra parte dentro del ACD surge una arista fundamental que se centra en analizar el discurso de los medios, de tal manera que se enfoca en la observación del tratamiento de la información y la forma en que los medios le dan cobertura a diferentes problemáticas.

Hacia fines de 1970, el primer estudio lingüístico crítico de los medios fue introducido por Roger Fowler y sus colegas. Estos autores mostraron, entre otras cosas, cómo las propias estructuras de las oraciones, tales como el uso de la voz activa o pasiva, pueden reforzar la representación negativa de los actores de grupos excluidos, como los jóvenes negros, y pueden restar importancia a las acciones negativas de grupos excluyentes o autoridades, como la policía. (van Dijk, 2016)

A lo largo del tiempo se han ido produciendo diversos análisis críticos de los medios, en los cuales no solo se aborda el contexto social y político en el que se desarrolla la información sino que también se analiza la estructura sistemática del discurso, es decir, la elección de la temática, el uso de imágenes, el léxico, la descripción de personajes, entre otros elementos que determinan la prioridad que se le da a ciertos componentes de la información, denotando que el medio posee una determinada intencionalidad al momento de transmitir los contenidos.

Y es así como poco a poco se va dando a notar una problemática que se desarrolla en un escenario crucial en el que los medios manejan la información de acuerdo a sus intereses, generando vulnerabilidad en aquellos individuos que reciben los contenidos sin realizar un análisis crítico, lo cual produce un conflicto denominado desinformación.

#### **2.2.4. Teoría del Framing**

La teoría del framing o también conocida como teoría de los encuadres, durante los últimos veinte años, ha sido objeto de varios estudios que la describen claramente. En el año 1995, el antropólogo Gregory Bateson, propuso la conceptualización de “marco” como una herramienta en la psicología que permite explicar por qué la gente se enfoca en temas específicos y no en otros.

El estudioso Robert Entman, argumentaba que existía una ausencia de unificación en la teoría del framing, en la que se detalle la construcción de los encuadres como aparecen en los textos y la influencia que pueden generar en el público, dificultando el progreso de esta disciplina.

En un epígrafe del libro, “*El arte de comunicarnos: Conceptos y técnicas para una comunicación interpersonal efectiva*”, se argumenta lo siguiente:

(...) los segundos condicionantes que intervienen en la asignación de sentido en el proceso de la percepción, son el conjunto de variables sociales y culturales a las cuales estamos sujetos como miembros de un sistema social: nuestro idioma, nuestros usos y costumbres y todas las convenciones socialmente aceptadas. Aquello que constituye nuestro trasfondo cultural compartido, condiciona nuestra forma de observar e interpretar el mundo.  
(Anzorena, 2013, pág. 1)

A una información se le agregan ciertos elementos que son tomados dentro “marcos, cuadros o frame” de manera que se crea un direccionamiento de un tema determinado, en donde sólo es posible fijar la atención a lo indicado, dejando de lado o fuera a otros elementos.

Los diversos *frames* se poseionan en el momento de la producción de la noticia, en la estructuración de los párrafos, en quienes reciben la información y en la cultura, donde se encuentran una serie de elementos cognitivos, interpretativos y de percepción, creando así un lazo entre la producción de la noticia como tal y su recepción.

En el apartado de un informe elaborado por la *Universidad de Chile*, se conceptualiza al encuadre de la siguiente manera: “En la medida en que el encuadre plasma la perspectiva y la narrativa con las que será presentada la información, aporta también en la definición y construcción

del estilo de vida y visión sobre la realidad del sujeto a quien le llegue”.  
(Jiménez, 2017, pág. 39)

Se afirma que el interés de los medios por determinados asuntos, tiene como origen la incidencia de la agenda política. Los encuadres noticiosos son una herramienta elemental de los medios para ejercer poder en las audiencias, en ellos se enmarcan acontecimientos que inciden en su manera de pensar, actuar y en su sesgo.

El encuadre cumple una función estructuradora, en la que se otorga significado a unas cuantas piezas de un rompecabezas llamado información, basado en la organización de acontecimientos que son contados de acuerdo a las agendas mediáticas.

En el artículo, *“Encuadres noticiosos en la información periodística sobre asuntos de Cancillería”*, expresa:

(...) además de seleccionar los temas de la agenda periodística y jerarquizar sus noticias, se preocupan por decidir cuál será el foco principal de sus textos. Dicho trabajo de producción periodística implica que en los hechos se utilice un ángulo determinado o una perspectiva concreta conocida como marco, encuadre o enfoque.

(García C. R., 2016, pág. 226)

El énfasis es uno de los elementos más usados dentro del encuadre para contar historias a través del texto, de manera que se organizan los

hechos desde una aseveración que no siempre responde al origen real de un tema.

Un encuadre es enfatizado en la descripción que se otorga a una noticia, resaltando un problema, brindando una solución, diagnosticando causas o incluso realizando juicios de valor. El texto direcciona diversas reacciones de sus lectores, debido a los elementos de manipulación implícitos durante la producción periodística.

En el libro *“La tiranía de la comunicación”* de Ramonet, se argumenta lo siguiente:

“En los sistemas en que nos encontramos, que son aparentemente democráticos, existen pocos ejemplos de funcionamiento de la censura en los que, de una manera palmaria, se dediquen a ocultar, cortar, suprimir, prohibir los hechos”. (Ramonet, 1998, pág. 32)

Es decir, existen mecanismos preestablecidos en el manejo de la información, de manera que los encuadres no se manejan evidenciando los intereses de los medios, al contrario, existe un marco de interpretación establecido con significaciones implícitas dentro de éste.

Los encuadres están directamente relacionados a las prácticas profesionales y objetivismo informativo, que cada vez se demuestran más impracticables, por lo que es un campo de estudio en constante análisis.

### **2.2.5. Agenda Setting**

La teoría de la Agenda Setting tiene su origen en los aportes que realizó Walter Lippmann en su obra “Public Opinion” del año 1922 , en la cual destaca que los medios informativos son los encargados de moldear el conocimiento que los individuos poseen sobre el mundo exterior, por lo tanto se refiere a un modelo de opinión pública que depende de los medios de comunicación.

En un artículo sobre Democracia, se hace referencia a los importantes aportes de Lippmann, estableciendo lo siguiente:

Walter Lippmann destaca las dificultades para configurar una opinión pública de tipo racional, tanto por la reducción de la realidad a estereotipos que realizan los medios de comunicación como la ausencia, en muchos casos, de los problemas políticos como objeto de la atención de la mayor parte de los ciudadanos, preocupados en mayor medida por cuestiones de otro tipo.  
(Barragán & Niño., 2017, pág. 32)

Sin lugar a dudas, se evidencia que es más fácil tener el control y dominio de grupos manipulables, quienes centran su atención en otros temas, dejando de lado el interés por ir más allá de lo que los medios puedan contar, o de lo que a grupos de poder les interesa que se sepa y se hable, estableciendo temáticas previamente establecidas.

Por otra parte Donald L. Shaw y Maxwell McCombs en el año 1972 realizaron un estudio sobre la cobertura e influencia de los medios en el proceso electoral de Estados Unidos de 1968, para obtener resultados ellos se enfocaron en determinar la relación que existía entre los temas de la campaña que eran considerados importantes para los integrantes de una comunidad y los primordiales mensajes difundidos por los medios de comunicación y a través de esto llegaron a la conclusión de que los contenidos del medio se posicionan directamente en la mente de los individuos.

Aunque conforme iba avanzando la investigación surgieron diferentes fases, la primera indicó que la audiencia tenía un papel pasivo frente a la influencia de los medios, la segunda determinó que cierta parte de la audiencia es más activa ya que elige los medios de acuerdo a sus necesidades, pero esto no sucede en todos los casos, unos individuos son más vulnerables que otros, la tercera fase no solo se planteó conocer los contenidos de la agenda de los medios sino también la imagen que los individuos se proyectan.

En el artículo denominado, *“Participación de la prensa en la opinión pública sobre el proyecto de Ley de comunicación en el Ecuador: Estudio comparativo de los diarios El Universo y El Comercio”*, el autor cita a Giovanni Sartori para establecer de manera precisa sobre el rol de la Agenda Setting.

Giovanni Sartori, un investigador de la ciencia política, plantea la teoría de la agenda Setting, la cual prioriza, ordena y selecciona las noticias con respecto a opiniones heterodirigidas, donde la agenda setting dice sobre qué pensar, es decir, donde el proceso colectivo en que los medios masivos de comunicación, gobernantes y la influencia del público determinan aspectos considerados como importantes. (Saltos, 2013)

Existe una gran incidencia en la formación de opiniones, es así que los medios masivos son generadores de reacción en la opinión pública, a través de la información, la misma que responde a una previa selección. ¿El público sabe de la existencia de una agenda que se convierte en un guion informativo? ¿Conocen sobre la construcción de la realidad por parte de los medios? Evidentemente existe desconocimiento y se ignora el proceso por el que pasa una información y las diversas rutinas existentes en los medios.

#### **2.2.5.1. Tipos de Agenda Setting.**

La agenda setting se clasifica en tres tipos: agenda de los medios, agenda pública y agenda política.

En la agenda de los medios se analiza la estructura, organización y jerarquización de la información que es difundida, debido a que los medios no pueden abarcar toda la realidad, es un hecho que existe una selección de temas, es decir un filtro o encuadre del contexto de los

acontecimientos; la agenda pública trata sobre la importancia que le dan los individuos a los temas difundidos por los medios; es decir aquellos asuntos que son comentados por las personas en un determinado tiempo, y; la agenda política abarca la información que los Gobiernos quieren dar a conocer a la población.

En artículo denominado, *“El noticiero central del canal público Ecuador TV: cerca del gobierno, lejos de la ciudadanía”*, aborda el papel que desempeñan las diversas agendas, otorgando gran capacidad a los medios para establecer temas de interés en la percepción pública.

(...) según su criterio de selección, que no es técnico, es decir, basado en encuestas de opinión y en el interés de la sociedad, los medios establecen las prioridades informativas de la sociedad. ¿Cómo lo hacen? Con temas que causan revuelo, escándalo, asombro o contradicciones en un grupo político o social.  
(Maldonado, 2017, pág. 49)

El autor manifiesta lo que en definitiva ocurre en las rutinas de un medio; se recurre a llamar la atención de las personas y eso se logra con temáticas que no siempre son las de interés pero sí las más polémicas, logrando así ubicarlo como “lo más destacado”.

Por lo tanto podría afirmarse que existe una estrecha relación entre los tres tipos de agenda, ya que lo que proporciona la agenda de los medios incide directamente en la opinión pública, es decir en las temáticas que

son de importancia para los individuos y por otra parte la agenda política al tratarse de las acciones realizadas por las instituciones sociales generarán un debate a nivel de lo mediático y por ende a nivel del público.

#### **2.2.6. Estrategias de Desinformación**

La palabra desinformación y su primogénesis conceptual parecen provenir de la inclusión del término *Dezinformatsia* en la primera edición (1949) del Diccionario de la Lengua Rusa definida esta como la “acción de inducir a confusión a la opinión pública mediante el uso de informaciones falsas”. (Romero Rodríguez, 2013)

Sin embargo, aunque el uso del término es de reciente data, la práctica común de lo que la define es mucho más antigua.

La evolución de las técnicas de desinformación ha sido proporcional a la experiencia progresiva de los que la emplean, a la importancia de lo que está en juego, a la multiplicación de los medios de comunicación y a la necesidad de convencer masas cada vez más numerosas”.

Durandín define tres elementos principales que convierten a un acto en desinformativo, tal como se presenta en la figura 2.

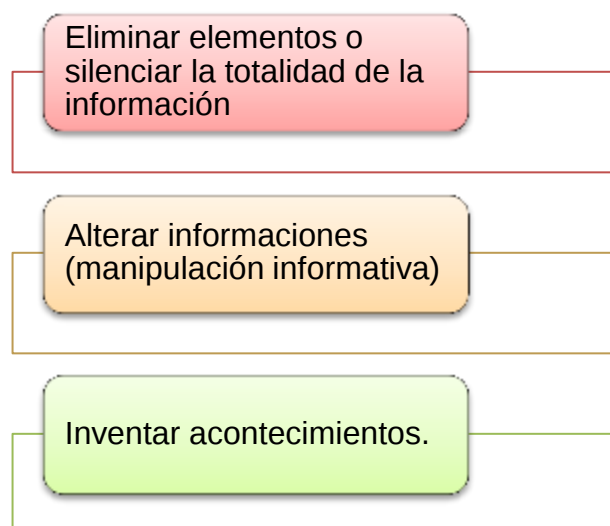


Figura N° 2. *Acto desinformativo* (Durandín, 1995)

Elaboración propia con base en Guy Durandín

Sin duda, es una gran problemática porque se ha descontextualizado el verdadero sentido de la comunicación, la cual debe estar al servicio de la ciudadanía porque se constituye como un servicio público. Por lo tanto los medios no deben tener como prioridad los fines comerciales sino tener como objetivo principal el deber social de informar a la ciudadanía de una forma veraz y transparente.

Y es que con el pasar del tiempo los medios de comunicación masivos se han convertido en un elemento fundamental capaz de construir realidades que influyen en el pensamiento y los criterios del individuo, por eso si no lo hacen de una manera adecuada las personas tendrán un concepto equívoco de la realidad que les rodea.

Sylvain Timsit es uno de los teóricos que estudió ampliamente la desinformación, y ha elaborado una lista con las diez estrategias más

comunes que siguen las agendas ocultas para manipular al público a través de los medios de comunicación. (Timsit, 2002)

En este decálogo se explica cómo los medios desvían la atención del público creando temas que los distraigan de las verdaderas problemáticas. También se plantean estrategias que buscan influir y manejar el aspecto emocional de los individuos tratando de alejarlos de la realidad racional.

Por otra parte, el exceso o la saturación de información también se han convertido en una de las causas que ha generado una especie de desinformación, incluso se plantea que los individuos están infotoxicados y por este motivo se les dificulta contrastar la información ya que es muy amplia e inmediata.

La omisión también se constituye como un factor de la desinformación, ya que en este caso el medio solo da a conocer una parte de la realidad, y omite información que a su criterio no le es conveniente pero que sin embargo es de total relevancia pública, esta sería una manera sutil de desinformar hasta el punto que las personas ni la reconocen.

Otro aspecto es que a los medios de comunicación se les atribuye una característica mercantilista, es decir que se compara el proceso comunicativo con la elaboración de un producto que se va a vender. Es por esto que el autor Rodrigo Alsina plantea tres etapas en el manejo de la comunicación masiva: producción, circulación y consumo.

La etapa de producción consiste en la creación de los discursos de los mass media, e intervienen factores como las condiciones políticas,

económicas, industrias de comunicación, organización productiva, características tecnocomunicativas y los productos comunicativos que son el resultado discursivo

La circulación se realiza cuando el producto entra al mercado competitivo de la comunicación de masas, en esta etapa influye la intervención tecnológica y el ecosistema comunicativo.

El consumo se enfoca en cómo los usuarios viven el discurso transmitido por los mass media, aquí intervienen la situación precomunicativa que incluye el contexto, las circunstancias y la competencia o habilidad del individuo para interpretar.

Por lo tanto, al analizar el proceso desglosado de esta manera, se puede constatar que existen muchos factores que intervienen en la elaboración de la información que va a ser difundida, y por supuesto esto permite determinar con mayor claridad que en algunas de las etapas pueden intervenir elementos que contengan una intención de carácter desinformativo; es decir que el modelo planteado por Alsina permite reconocer con mayor precisión la posibilidad de que exista el uso de estrategias de desinformación.

Por otra parte el autor José Rivas Troitiño en su artículo *Desinformación: revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor*, clasifica el contenido desinformativo en:

|                  |                                                                                     |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Para-información | Aquella proveniente de gabinetes de Relaciones Públicas y publicadas como noticias. |
| Pre-información  | Aquella que no ha sido contrastada o confirmada.                                    |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Intra-información                                             | Producto del análisis de acontecimientos y otras informaciones.                                                                                                                                                         |
| Meta-información                                              | Aquella que estudia las consecuencias de determinadas noticias.                                                                                                                                                         |
| Sub-Información -<br>super-información -<br>sobre-información | Se entenderían como la información incompleta, defectuosa o dudosamente noticiosa por su trascendencia pública, o la exhaustiva, de opulencia comunicativa o de gran impacto público por su contenido, respectivamente. |
| Pseudo-información                                            | Sería la engañosa, irrelevante, intrascendente y difícilmente noticiosa por su contenido o el momento en que se difunde.                                                                                                |
| Contra-información,                                           | Que ataca frontalmente otra versión de un acontecimiento.                                                                                                                                                               |

Figura Nº 3. *Desinformación: revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor* (Rivas Troitiño, 1995)

Elaboración propia con base en José Rivas.

En esta figura se conceptualiza cada uno de los contenidos, en sus distintos roles pero con un solo fin: desinformar.

Debido a que la desinformación es una problemática que afecta a las audiencias, a lo largo del tiempo varios autores han realizado estudios que permiten identificar las técnicas desinformativas en los medios de comunicación, y uno de ellos es José Rivas, quien mediante esta clasificación proporciona un material de suma importancia, orientando a los individuos a percibir los contenidos de manera crítica, deduciendo así si lo que se emite es una Para-información, Pre-información, Sub-información, entre otras.

### **2.2.7. Comunicación Política**

La relación de los medios de comunicación con la acción política ha sido establecida como Comunicación Política, la misma que se encarga de abordar temas como el análisis del discurso político y todo lo referente a los procesos electorales de una nación, en donde se involucra a la opinión pública como ente generador de espacios de debate.

En el artículo, *Política mediatizada*, se argumenta lo siguiente: “La realidad que los medios trasladan a los ciudadanos determina, junto a otro tipo de variables intervinientes, la percepción que los individuos tengan sobre un tema o asunto como es la política”. (Sorolla & Díaz, 2017, pág. 148)

El autor establece que la relación entre la política y la ciudadanía se da a través de los medios, quienes cumplen el rol de mediadores, transportando el mensaje a sus destinatarios de manera masiva y adoptando estrategias para moldear dicho mensaje. Ante la influencia que ejercen los medios de comunicación, el poder político se vincula con éstos, ya que no son simples mediadores del Estado y el pueblo; los medios son quienes construyen representaciones de las dos partes según sus intereses.

#### **2.2.7.1. Redes sociales, medios digitales y política.**

En las últimas décadas del siglo XX los cambios efectuados a raíz del surgimiento de internet implicaron un “boom” de la visibilidad de los discursos de diferentes grupos e individuos, los mismos que mediáticamente y en el sector político no eran de alguna manera representados.

Los primeros movimientos que optaron por emplear la internet, fueron el Movimiento Zapatista (1994) y el Movimiento Antiglobalización (1999), logrando así, el uso de una red de comunicaciones sostenidas de manera global, impulsando eventos masivos como una forma de civismo insurgente en internet, cuando los medios de comunicación de Rusia, fueron cerrados por Gobierno de la época, en un intento de golpe de Estado.

En el siglo XXI, han existido varias protestas sociales emprendidas desde la red, en países como México, España, Estados Unidos, Egipto, entre otros. Sin duda, esto se ha convertido en objetivo de estudio de quienes reflexionan sobre los efectos significativos de internet en la democracia y todos los beneficios que esta globalizada red ofrece a la sociedad.

Con el surgimiento de varias redes sociales como MySpace, Orkut de Google, Facebook y Twitter, entre el 2003 y 2006, internet alcanza un índice de desarrollo inimaginable, permitiendo la interacción entre los usuarios en tiempo real y convirtiéndose en medios trascendentales en la comunicación política en nuestros días, por la efectividad y rapidez con la que se procesa y se difunde la información.

Las redes sociales fueron pieza clave en la ejecución de estas protestas pacíficas, y en la actualidad se han convertido en una herramienta de interacción fundamental, la misma que contribuye de manera democrática

a la difusión de ideas, opiniones y puntos de vista, unificando la lucha de intereses de manera global.

Los beneficios de las plataformas digitales, se convierten en una herramienta elemental para los políticos, como se menciona en el artículo, *Rafael Correa y las elecciones 2006, Inicios del Marketing y Comunicación política digital en Ecuador:*

(...) los candidatos adoptan y usan estas plataformas para promocionar su perfil, a una fracción del costo que tendrían que desembolsar en los medios masivos, llegando a nuevos públicos que se informan a través de estas plataformas, publican información sobre su vida profesional, obras, trabajo social, convirtiendo estos espacios en una vitrina virtual donde los votantes pueden informarse, debatir, criticar, de la misma forma en que ofrecen información sobre sus hábitos que no revelarían en encuestas u otros tipos de instrumentos de recolección de información más tradicionales. (Costales, 2014, pág. 119)

La nueva forma de hacer política viene acompañada de muchas aristas, una de ellas es que no existen jerarquías en la comunicación, por ende, candidatos, consultores políticos, periodistas y ciudadanos, se expresan libremente y con un mismo lenguaje.

Las posibilidades de socializar de manera fácil en redes sociales, es lo que hace a este espacio idóneo para la actividad política, ya que es un escenario completamente interactivo en donde la distribución de contenidos es permanente.

La incidencia de los nuevos medios de comunicación digitales, ha transformado a la política y además, han iniciado un amplio debate por ser un asunto complejo en el que los usuarios son participantes permanentes en una sociedad donde la era de la información ha llegado para quedarse.

#### **2.2.8. Diario El Universo**

El Universo es uno de los diarios con mayor tiraje a nivel nacional. Fue fundado en el año 1921, siendo propiedad de una Compañía Anónima en la dirección de Carlos Pérez Barriga. La primera sede de este popular medio, estuvo ubicada en la calle Chimborazo 1310 entre Vélez y Luque, en la ciudad de Guayaquil.

En el año 1924 las locaciones de El Universo se trasladan a una casa situada a la esquina noroeste de Boyacá 1714 y Sucre, la misma que era propiedad de Ismael Pérez Pazmiño, quien compartía la vivienda entre su familia y el diario impreso, que en ese entonces se empezaba a incrementar en lo que respecta a impresión, fotograbado y la incorporación de nuevos colaboradores en su Redacción, por lo que todas las habitaciones eran utilizadas para dar abasto.

En el año 1932, El Universo inaugura las instalaciones del “Templo Masón”, un edificio que se encontraba en las calles Escobedo 1204 y Nueve de Octubre: aquí el medio que ya contaba con una considerable acogida, permaneciendo en esta sede cerca de 62 años. (Gómez, 1998, pág. 50)

En este lugar se fue formando su trayectoria como uno de los periódicos más importantes del país. Dentro de los momentos más representativos del medio impreso, está la velación de los restos de su director y fundador, Ismael Pérez Pazmiño, quien falleció en el año 1944.

Tras la muerte de su padre, Ismael Pérez Castro asume el liderato de Diario El Universo, éste desempeña varios roles dentro del medio. Años después la gerencia es asumida por Sucre Pérez Castro, hasta el año 1986 que Carlos Pérez Perasso asume el cargo, logrando momentos significativos para el medio como la definición de la Misión de Diario El Universo y mostrando resultados favorables como la venta de 440.000 ejemplares un día miércoles, cuando lo estimado era 135.000. (Gómez, 1998, pág. 53)

En el año 1994, Diario El Universo se traslada a la que sería su casa definitiva, ubicada en la avenida Domingo Comín y Ernesto Albán, al sur de Guayaquil. Actualmente cuenta con otras sucursales en el norte de la ciudad.

En el año 2002, Carlos Pérez Barriga fue designado director del diario, y muere en este mismo año. En el 2012, junto a sus hermanos César Pérez Barriga y Nicolás Pérez Lapentti, representantes del medio impreso, tras

una denuncia del presidente de aquel entonces, Rafael Correa, por supuestas injurias calumniosas, son retirados de sus cargos y Nila Velázquez es nombrada directora encargada. (El Universo, 2013)

En la actualidad, el periódico está bajo la dirección de Carlos Pérez Barriga, quien salió victorioso de los litigios legales impuestos por Correa. No obstante, el medio ha enfrentado considerables demandas por parte de la SUPERCOT, debido al tratamiento de la información.

El Universo cuenta con un Código Deontológico en el que constan once reglas básicas en el ejercicio periodístico, entre éstas se establece: informar con imparcialidad; no adquirir compromisos con grupos de índole político, social, comercial u otros, que interfieran en el derecho a la verdad; el rechazo a la presión que tenga intención de variar el contenido de una información de acuerdo a sus intereses; respetar el derecho, la honra y reputación de las personas, entre otros.

## **Misión, Visión y Valores de Diario El Universo**

### **Misión**

“Informar sobre lo acontecido en las últimas veinticuatro horas en la ciudad, en el país y en el mundo, de manera clara, objetiva, honesta, imparcial y veraz y orientar y ofrecer elementos de reflexión sobre los asuntos de orden público desde los espacios editoriales y de análisis; en un producto útil, convenientemente presentado, bien impreso y que llegue a todos los sectores del país en el momento oportuno. Hacer todos los días el mayor y mejor periódico del Ecuador”.

### **Visión**

“Ser una organización sólida y cohesiva, identificada con los más caros intereses nacionales, enfocada a su razón de ser y líder en contenidos periodísticos, para ser el mayor y mejor diario nacional”.

## **Valores**

Verdad, Libertad, Responsabilidad, Honestidad, Justicia, Respeto a la dignidad humana, Lealtad al país y Respeto a la libre expresión del pensamiento . (El Universo, 2013)

## **2.3. Marco Contextual**

### **2.3.1. El inicio de la Revolución Ciudadana**

Los orígenes de Alianza País como movimiento, surgen con la participación de Correa en conjunto con Gustavo Larrea, Fander Falconí, Alberto Acosta y otros miembros en el grupo Jubileo 2000, quienes realizaban investigaciones sobre el pago de la deuda externa de aquella época. Finalmente en el año 2005 se consolidó este grupo, denominándolo “Movimiento Alianza País”.

El ejercicio del poder se transformó desde la llegada de Alianza País, un movimiento representado por Rafael Correa y su binomio Lenín Moreno, quienes logran la presidencia y vicepresidencia, a fines del 2006, derrotando en las urnas con 56,67% de apoyo popular, al Ab. Álvaro Noboa, representante del PRIAN. (El Mundo, 2006)

El triunfo de Correa puso fin a la inestabilidad política del país, que presentaba una cifra de siete presidentes en una década (1997-2007), además, con esta victoria izquierdista, se termina la continuidad de los

gobiernos de derecha, denominando a este logro como la “Revolución Ciudadana”.

Finalmente, otro triunfo de Correa es la aprobación de la Asamblea Nacional, la misma que da paso a la Constitución de la República del Ecuador del 2008, en la que se producen varias modificaciones, entre ellas, se avalan dos reelecciones indefinidas, permitiendo el cumplimiento de tres mandatos de forma consecutiva, a la cual se acogió, siendo reelegido en el año 2009 en primera vuelta, imponiéndose con un 51,99% de votos frente a su adversario Lucio Gutiérrez. (El País, 2009)

Alianza País se convierte en uno de los movimientos más consolidados en la historia del Ecuador, es así que Rafael Correa consigue su tercer mandato el 2013, siendo reelegido con un 56,7% de apoyo en las urnas, venciendo a Guillermo Lasso, quien contó con un 23,3% de votos. (El Universo, 2013)

El cambio de la matriz productiva marca un antes y un después en la historia de los gobiernos de Ecuador. Este proyecto impulsado por la Vicepresidencia de la República, Jorge Glas Espinel, nace con el objetivo de lograr el crecimiento económico del país.

El 14 de junio del 2013, es aprobada la Ley Orgánica de Comunicación, un cuerpo legal encargado de la regulación de contenidos y supervisión de información de los medios de comunicación, siendo ésta duramente criticada por varios grupos de oposición, específicamente conglomerados mediáticos del sector privado, quienes la consideran una ley en contra de la libertad de expresión.

A lo largo de los tres mandatos de Rafael Correa, el país enfrentó varios escenarios: crisis, incautación de medios de comunicación, nuevas leyes, intento de golpe de Estado (30S), corrupción y desastres naturales, como el terremoto del 16 de abril del 2016, el mismo que causó gran desestabilización a la economía del Ecuador.

### **2.3.2. Panorama Electoral 2017**

El 2017 sería un año crucial para el Ecuador, sus votantes se preparaban para acudir a las urnas a elegir a sus nuevos mandantes. Las campañas electorales iniciaron desde el 3 de enero hasta el 16 de febrero (2017), con ocho candidatos que disputaban la Presidencia del Ecuador.

**Lenín Moreno**, representante de Movimiento Alianza País, desde que fijó su candidatura se enfocó en hacer efectivo un sistema de diálogo en el que exista una “tregua” con diferentes organizaciones políticas, mediáticas y sociales.

Se enfocó en generación de empleos, y con el programa “Toda una vida”, estableció un proyecto enfocado en mejorar las condiciones de vida de personas de la tercera edad, y con capacidades especiales, también ofreció una lucha permanente contra la corrupción, la delincuencia y el narcotráfico.

**Guillermo Lasso** por el Movimiento CREO, centró sus propuestas de campaña en dinamizar el ahorro, partiendo del consumo medido en los hogares ecuatorianos, además del ahorro en cuanto a la inversión privada. Se enfocó en reconstrucción estructural de las zonas afectadas

por el terremoto el 16 de abril del 2016 y la reactivación económica de los habitantes de dichas zonas.

Aseguró que se otorgarían 1 millón de empleos en 4 años, y el fortalecimiento de los vínculos con diversos países del mundo que signifiquen mercados potenciales para la exportación de productos ecuatorianos.

**Paco Moncayo** por Izquierda Democrática, ofreció generar 470.000 empleos durante 4 años. Se refirió a la creación de un pacto de ética en el que los empresarios no recurrieran a la evasión de impuestos. Abordó el tema de las drogas durante su campaña, sugiriendo establecer mecanismos que combatieran el tráfico y consumo de éstas, también en su discurso abordó la seguridad ciudadana como un derecho esencial.

**Dalo Bucaram** de Fuerza Ecuador, tuvo como prioridad eliminar las salvaguardias y el cobro anticipado del impuesto a la renta. Manifestó que haría posible la reducción del IVA hasta un 10%, estableciendo una diferenciación en cada una de las provincias del Ecuador, de acuerdo a su realidad económica.

Con el lema “Por un Ecuador sin H”, Bucaram sugirió la creación de un plan de acción de cero tolerancia a las drogas.

**Cynthia Viteri** por el Partido Social Cristiano, se enfocó en temas como: el matrimonio del mismo sexo, la construcción de viviendas, los planes sociales, eliminación de impuestos, entre otros. Viteri también propuso combatir el problema de desnutrición crónica en los niños del país y la eliminación de la tabla de consumo de drogas.

**Iván Espinel** de Fuerza Compromiso Social, abordó el tema de reducción de impuestos para las empresas que otorgaran un empleo a jóvenes que oscilen entre 17 y 25 años, esta reducción equivaldría a un 2%, el mismo que también sería reducido si la misma empresa contratase a personal de 45 años.

Combatir la corrupción también fue un tema que figuró durante su campaña, asegurando que los procesos de fiscalización se llevarían a cabo independientemente de que existan lazos familiares.

**Washington Pesántez** por el Movimiento Unión Ecuatoriana, orientó el discurso de su campaña en la aplicación de la separación de poderes. Pesántez manifestó que emprendería una nueva constituyente para prohibir la reelección indefinida a toda dignidad política,

Además, habló apertura de escuelas rurales y comunitarias, un incremento del monto para jubilados, mejorar los temas de salud, seguridad ciudadana y un nuevo modelo económico.

**Patricio Zuquilanda** de Sociedad Patriótica, propuso el establecimiento de un Estado regulador. Sobre el empleo, constaba la contratación por horas, no solo por un periodo de tiempo acorde a un contrato laboral, sino que se presten estos servicios por una cantidad de horas determinadas.

### **2.3.3. Inestabilidad en Alianza País**

El pasado 2 de abril del 2017, Lenín Moreno Garcés, es electo Presidente de la República del Ecuador, después de enfrentarse en segunda vuelta con el empresario Guillermo Lasso.

Desde su discurso ofrecido en Carondelet el 24 de mayo del 2017, día en que fue posesionado, Moreno se mostró abierto al diálogo y con un firme propósito: combatir la corrupción en el país.

A raíz de esto, los medios de comunicación (públicos y privados) han sido llamados a denunciar cualquier acto de esta índole. Además, ha dialogado con líderes de la oposición, ocasionando así, que miembros del Movimiento Alianza País, expongan su molestia.

El 28 de julio del 2017, el presidente Lenín Moreno, dio a conocer un diagnóstico sobre la economía del país, calificándola de “crítica”, adjudicando malas decisiones en el gobierno de Rafael Correa, lo que dio pie a un amplio debate con el ex mandatario, quien cuestionó duramente al nuevo gobierno.

El 3 de agosto del 2017, Lenín Moreno, retira de sus funciones al vicepresidente de la República, Jorge Glas, debido a su aparente vinculación con el caso Odebrecht, generando reacciones la opinión pública, por lo que se procede a su detención el 2 de octubre del 2017.

El 31 de octubre el 2017, en una rueda de prensa, la Secretaria Ejecutiva de AP, Gabriela Rivadeneira, anuncia la destitución de Lenín Moreno de la presidencia del movimiento, nombrando como su sucesor a Ricardo Patiño; más tarde, el Tribunal de Garantías Penales, deja sin efecto dicha destitución.

El Movimiento Alianza País quedó dividido en dos facciones: correístas y morenistas. Los correístas confirmaron la realización de la Convención

Nacional en Esmeraldas, el 3 de diciembre del 2017, mientras que los morenistas tildaron de ilegítima dicha convocatoria.

El 29 de noviembre, Moreno, por medio de dos decretos ejecutivos envió al CNE la convocatoria para la consulta popular y referéndum; Correa fue el primero en cuestionar esta decisión, manifestando que Moreno debió esperar el dictamen de la Corte Constitucional.

La consulta compuesta por siete preguntas abordó diferentes temas como: la supresión de derechos políticos para servidores públicos culpables por delito de corrupción, cese inmediato de los miembros actuales del Consejo de Participación Ciudadana, dejar sin efecto la enmienda sobre la reelección indefinida, la eliminación de la ley de plusvalía, la ampliación de la zona intangible del Yasuní, la restricción de minería metálica en áreas protegidas y la no prescripción de delitos sexuales en contra de los niños, niñas y adolescentes.

El 3 de diciembre, fue llevada a cabo la denominada “VII Convención de Alianza País”, en Esmeraldas, ésta tuvo como eje central impulsar una campaña en contra de la consulta popular y abrir un expediente en contra del presidente Lenín Moreno y así expulsarlo del movimiento, de lo contrario, realizarían una desafiliación masiva y la conformación del Partido de la Revolución Ciudadana.

El 13 de diciembre del 2017, Jorge Glas fue sentenciado a seis años de cárcel como autor de un delito de asociación ilícita, y el 3 de enero del 2018, al transcurrir tres meses ausente de su cargo, deja de ser Vicepresidente de Ecuador, según lo acordado en la Constitución

aprobada en el 2008, y es María Alejandra Vicuña, quien días después toma este cargo con 70 votos a su favor.

#### **2.3.4. Consulta Popular**

El 2017 finalizó con una serie de acontecimientos políticos que generaron gran inestabilidad en el Movimiento Alianza País.

El 3 de enero del 2018 iniciaron las campañas para promover la consulta popular llevada a cabo el 4 de febrero. Mientras el Movimiento Unidad Popular inició una intensa campaña por el Sí en la ciudad de Guayaquil, en la capital se manifestaba la facción opositora de Moreno, liderada por Ricardo Patiño, incentivaba un rotundo No a las preguntas 2, 3 y 6 que constaban en la consulta.

A la campaña por el No, se sumó el expresidente de la República, Rafael Correa, quien el 5 de enero aterrizó en el aeropuerto de Guayaquil, proveniente de Bélgica. Lideró una campaña “puerta a puerta” en sectores populares de Guayaquil, Portoviejo, y otras ciudades, además mencionó que regresaba a “defender la patria”.

#### **2.4. Marco legal**

Existen varios cuerpos legales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, La Carta Magna del Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación, entre otros que poseen varios apartados relacionados con este proyecto de titulación, a continuación se detallan los siguientes:

#### **2.4.1. Declaración Universal de los Derechos Humanos**

Este precepto fue aprobado y establecido por la Asamblea General de Naciones Unidas, el 10 de diciembre de 1948, el cual involucra a todos los pueblos y nacionalidades, defendiendo los derechos humanos, garantizando la dignidad, libertad de expresión e igualdad y justicia.

Expresarse y ser un ente participativo es clave en las sociedades contemporáneas, es así que en relación con los medios, el ciudadano tiene el derecho de investigar y de solicitar información de un determinado tema, en caso de que así lo requiera, con esto se logra expandir las visiones que ofrecen los medios masivos y fomentar una cultura de sentido crítico sobre diversas problemáticas.

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, expresa lo siguiente:

**Art. 19.** “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.  
(Declaración Universal de los Derechos , 1948)

#### **2.4.2. Constitución de la República del Ecuador**

El siguiente artículo de la Constitución la República del Ecuador, aprobada en el año 2008, menciona la importancia de los derechos de las

personas a ser comprendidos como actores activos del proceso comunicativo, estableciendo lo siguiente:

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”.

En el apartado correspondiente al artículo 18, se refiere al derecho de las personas a recibir una información que debe contener varias características para que llegue de manera adecuada, ajustándose a la investigación de este tema, debido a la importancia del tratamiento de la misma en la construcción de las noticias.

**Art. 18.** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. “Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior”.

En sección séptima de la Constitución, correspondiente a Comunicación Social, el artículo 384, referido a la libertad de expresión, otorga un papel clave al ciudadano común, a ser libre de manifestar sus ideas y empoderarse de sus derechos, como ya se lo ha mencionado a lo largo de este trabajo de investigación.

**Art. 384.-** “El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

#### **2.4.2. Ley Orgánica de Comunicación**

La Ley Orgánica de Comunicación, es un cuerpo legal aprobado el 2 de junio del 2013, por la Asamblea Nacional del Ecuador, éste entró en vigencia desde el 25 de junio del 2013. La LOC tiene el objetivo de establecer mecanismos relacionados al ejercicio de los derechos de las

personas en el escenario de la comunicación e información, la regulación en cuanto a la clasificación de contenidos, franjas horarias, y la redistribución de frecuencias.

Las Normas Deontológicas son conocidas como una serie de reglas y principios que se encargan de regir el ejercicio profesional, guiando sus actividades en el plano de la ética. Respecto a los comunicadores sociales y periodistas, la LOC establece el artículo 10, en el que se detalla lo siguiente:

**Art. 10.- Normas deontológicas.-** “Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones”.

**Concernientes al ejercicio profesional:**

d. “Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares”;

e. “Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia”;

**Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:**

a. “Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica”;

b. “Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas”;

e. “Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias”;

f. “Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones”.

Es importante conocer la línea editorial de cada medio; esto orienta a los espectadores y lectores a conocer las políticas ideológicas a las que responde el profesional de la comunicación y el medio como tal, lo que contribuye a generar un escenario más claro sobre el manejo de la información.

Respecto a esto, el artículo 16 establece lo siguiente:

**Art. 16.- Principio de transparencia.-** “Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público”.

La responsabilidad ulterior es otro de los principios de la LOC, a continuación el artículo 20 establece lo siguiente:

**Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.-**

Habrà lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;

La información constituye un elemento esencial en los medios de comunicación y además es un derecho fundamental. Es el producto que se ofrece a las masas y su manejo es la base de las agendas de la opinión pública, es por esto que debe de ser tratada de manera responsable.

El artículo 22 establece lo siguiente:

**Art. 22. “Derecho a recibir información de relevancia pública veraz.-**

“Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada”. (Ley Organica de Comunicación, 2013)

Registro Oficial N° 22, Ley Orgánica de Comunicación, Quito, 25 de junio del 2013.

## **2.5. Marco Conceptual.**

### **2.5.1. Comunicación.**

La Comunicación es una ciencia que estudia los procesos de intercambio de información que se dan entre dos o más seres, con el fin de transmitir un mensaje que cause efectos en el receptor. La Comunicación no solo

está presente en la cognición del individuo sino también en su acción social.

### **2.5.2. Discurso Mediático.**

Son los contenidos que difunden los medios de comunicación sobre diversas temáticas; es decir, el tratamiento y la cobertura que le dan a la información. La elaboración del discurso implica muchos factores como la elección del tema, la jerarquización de las ideas y la intencionalidad implícita plasmada por el medio.

### **2.5.3. Discurso y Manipulación.**

El discurso al constituirse como una fuente que genera poder se convierte en un elemento clave para llevar a cabo la manipulación, la cual se diferencia de la persuasión en el sentido de que existe un abuso de poder que apunta hacia la dominación social.

Los grupos dominantes como políticos, periodistas, científicos, etc. son aquellos que pueden defender sus intereses mediante el uso del discurso, ya que tienen mayor accesibilidad a los medios de comunicación y al discurso público. Un discurso manipulativo puede generarse en la información o incluso a través de la enseñanza con el fin de influenciar en las opiniones e ideologías de aquellos individuos vulnerables que no logran identificar si existe un recorte o modificación de la realidad presentada.

### **2.5.4. Medios impresos.**

Los medios impresos están dentro de la clasificación de medios de comunicación masivos, debido a que permiten difundir contenidos de interés general a las multitudes, estos pueden tener diversas presentaciones como diarios, periódicos, revistas semanales o mensuales, pero todos con la finalidad de informar y entretener a la ciudadanía.

En esta investigación se analizará a Diario “El Universo” específicamente en dos momentos importantes del país a nivel político y social; es decir, el tratamiento de la información antes y después de las elecciones presidenciales del 2017.

#### **2.5.5. Estrategias de Desinformación.**

Son un conjunto de tácticas que suelen emplear los medios de comunicación para modificar la información de acuerdo a sus intereses, en ocasiones pueden omitir detalles que no sean beneficiosos para ellos, también pueden recortar la realidad y mostrar solo aquellos elementos que quieren plasmar en la mente del individuo.

Entre estas estrategias están la distracción, gradualidad, diferir, adulación y demonización de personajes etc.

#### **2.5.6. Encuadres**

Los encuadres son la manera de percibir la realidad por lo tanto se encuentran en las mentes de los individuos; a nivel comunicacional se podría afirmar que pueden localizarse tanto en los comunicadores como en los contenidos de las noticias, en la cultura y en las audiencias.

La teoría de los encuadres también se caracteriza por desestabilizar la supuesta objetividad informativa, ya que al momento de seleccionar y ordenar se está plasmando un sesgo, por lo tanto la percepción del individuo depende de la realidad subjetiva que construyen los medios.

#### **2.5.7. Agenda Setting.**

La agenda setting es una teoría que plantea que los medios de comunicación tienen una gran influencia en el público, debido a que tienen el poder de establecer el orden y la importancia de los temas que difunden. Esta a su vez se divide en agenda de los medios, agenda política y agenda pública.

#### **2.5.8. Análisis de Contenido.**

Es un conjunto de técnicas que permiten analizar e interpretar textos, esto se puede realizar mediante la observación y recolección de datos, pero sobre todo a través de una lectura objetiva, sistemática, válida y comparativa tomando en cuenta el texto y el contexto.

El objetivo del análisis de contenido es identificar los elementos implícitos y explícitos en el mensaje comunicativo, y así de esta forma poder determinar inferencias o deducciones válidas y justificadas de acuerdo con la fuente examinada.

#### **2.5.9. Pensamiento Crítico.**

El pensamiento crítico es una habilidad que permite realizar un análisis lógico de los datos que se reciben, y además permite distinguir si una información es verídica o tergiversada.

Por lo tanto este proceso requiere de herramientas como la inteligencia y el conocimiento para que el individuo pueda evaluar las fuentes de información y sobre todo emitir un criterio o asumir una postura con base en argumentos sólidos, éticos y lógicos.

#### **2.5.10. Infoxicación**

Es la sobrecarga o exceso de información por parte de los medios digitales.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.**

#### **3.1. Metodología General.**

La investigación es descriptiva y explicativa porque busca realizar un estudio comparativo del discurso mediático en el tratamiento de la información política del medio impreso seleccionado, Diario El Universo.

La investigación asume un paradigma mixto compuesto por el Positivista, el Interpretativo y Sociocrítico porque pretende solucionar el problema identificado y así generar nuevos procesos, en este caso uno de los objetivos es transformar la realidad del receptor pasivo que no logra identificar la intención y los encuadres de los medios de comunicación.

Este proyecto posee un enfoque cualitativo y como métodos teóricos empleará la dialéctica para determinar mediante argumentos los componentes que caracterizan el discurso de Diario El Universo en estos dos momentos, y para identificar la comunicación interactiva que genera el orden social y conocer si es mediada, además empleará el análisis, la síntesis, la deducción e inducción, los cuales posibilitarán el desarrollo y la construcción de la investigación en su totalidad.

En el orden empírico se empleará el método de estudio de casos porque el análisis de datos se realizará en el diario “El Universo”, y las técnicas a utilizar son: el Análisis del Discurso y encuadres, ya que permitirá extraer datos en cuanto a las representaciones discursivas puestas en circulación por el diario y además, la técnica de Entrevista a Expertos

### **3.2. Diseño de la Investigación.**

#### **3.2.1. Análisis del Discurso**

Se empleará el Análisis de Discurso, partiendo del modelo de van Dijk, ajustando ciertos elementos de acuerdo a los objetivos de la investigación, por lo que la unidad de análisis consiste en 16 ejemplares

de Diario “El Universo”, específicamente de la sección “Editorial”, en diferentes fechas que comprenden el periodo pre-electoral y post-electoral.

Para llevar a cabo el análisis de la sección del periódico, se elaboró una matriz que consta de 14 indicadores, los cuales se dividen en dos categorías: Ideológica y Léxico-Semántica, esto permitirá extraer datos referentes a las representaciones discursivas puestas en circulación por el diario.

### **Fechas**

#### **Etapas Pre-electoral (2017)**

Enero (15, 30) febrero (5,12), marzo (5, 12, 19, 26)

#### **Etapas Post- electoral (2017 – 2018)**

Noviembre (12, 24, 30), diciembre (12, 19), enero (2, 23, 31)

### **Indicadores**

- **Fecha.-** Indica la fecha de publicación del editorial
- **Título.-** Indica el titular del editorial
- **Tema de agenda.-** Se establece el tema al que pertenece el editorial.

### **Estrategias Ideológicas**

- **Legitimación.-** La legitimación discursiva consiste en argumentar y utilizar elementos lingüísticos que otorguen validez al contenido, de tal manera que se posicione como la realidad absoluta. En el

aspecto político se busca legitimar un hecho político-social y obtener la aceptación mediante el propio discurso.

Existen diversas formas de legitimación, la apelación a la legalidad utiliza recursos normativos y leyes para complementar y validar los hechos, el consenso pretende autenticar las acciones respaldándose en una colectividad mayor y la autorización busca justificar los hechos bajo la representación de instituciones y autoridades de ordenamiento mayor.

- **Simulación.-** La simulación consiste en utilizar y reemplazar palabras que fueron utilizadas por otros con el fin de persuadir, además emplea elementos hipérboles; es decir, aplica diversas formas de engaño.
- **Unificación.-** La unificación emplea un discurso de manera estratégica para fomentar la unidad de un grupo colectivo, minimizando las diferencias e inconvenientes. Una de sus estrategias es proponer una idea o establecer un modelo para la realización unificada de ciertas acciones, por lo tanto recurre a la estandarización.
- **Fragmentación.-** Dentro del discurso utiliza elementos que generan controversias con el fin de dividir a los grupos de tal forma que estos se opongan los unos a los otros.
- **Cosificación.-** Es una estrategia que consiste en exagerar y presentar acontecimientos que son temporales y transitorios como algo permanente y perenne

### **Estrategias Léxico- semánticas**

- **Inferencias.-** Las inferencias son suposiciones o conclusiones que se presentan de manera intencional en el discurso.
- **Intertextualidad.-** Es cuando dentro del discurso se utilizan extractos de otros textos, como una especie de citación.
- **Palabras clave.-** Este indicador permite clasificar las palabras más reiterativas y significativas que están presentes en el discurso, estas pueden ser positivas y negativas.
- **Demonización.-** La demonización se genera cuando en el discurso se utilizan sustantivos o calificativos que pretenden satanizar hechos o acciones.
- **Omisión.-** Es cuando intencionalmente se omiten acciones, datos, fuentes y argumentos que favorecen a ciertas posturas.
- **Observación.-** En este indicador se pueden realizar anotaciones sobre los elementos más importantes que se hayan identificado en el análisis del editorial.

- 

### 3.2.2. Entrevista a Expertos

La entrevista a expertos tiene como principio recopilar información, acerca de un determinado tema, el mismo que es abordado por un profesional que aportará datos específicos.

### 3.3. Análisis de Resultados

Este trabajo de investigación indica el análisis de los resultados sobre el tratamiento de la información en la sección editorial de Diario El Universo, en la etapa pre y post electoral, de la siguiente manera:

### 3.3.1. Etapa Pre-electoral

En esta etapa se analizaron 8 editoriales, de los cuales 7 abordan información relacionada a la situación política del país en diversos contextos como la campaña electoral y los casos de corrupción. En la sección se habla también del tema de la situación económica del Ecuador y la democracia internacional.

**Tabla N° 3**

#### **Editorial N° 1.**

**Fecha:** 15/01/2017

**Título del Editorial:** “Aprender la lección”

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b> | Legitimación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Argumento</b>  | Trata sobre la situación económica del país. Se legitima la situación de crisis con cifras y porcentajes, pero no muestra la fuente en la que se sustentan dichos datos:                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Texto</b>      | <b>“A partir del año 2014, el gobierno de Alianza PAIS ha contraído deuda externa en bonos por \$ 7.250 millones, por los cuales actualmente se pagan unos \$ 700 millones por concepto de intereses, pero en los años 2020, 2024 y 2026 habrá que cancelar el capital, que por el alto costo de los intereses, de aproximadamente 9% en promedio, y del corto plazo, entre cinco y diez años, serán cantidades que pesarán mucho en el presupuesto nacional”.</b> |
| <b>Estrategia</b> | Simulación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Argumento</b>  | Emplea la estrategia de simulación, asegurando que la crisis es grave, así lo indica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Texto</b>      | <b>“De esta manera, el Ecuador, que está viviendo de la deuda en los últimos meses del Gobierno actual, arrastrará las consecuencias en los próximos tres periodos gubernamentales.”</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Estrategia</b> | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Argumento</b>      | También se identifica la estrategia de unificación, ya que el editorial manifiesta que debido a la crisis, los ciudadanos deben aprender la lección:                                                                                                                           |
| <b>Texto</b>          | <b>“A los ciudadanos nos corresponderá ubicar las responsabilidades en donde corresponden, entender que en los últimos años hemos vivido más allá de donde nuestra realidad lo permitía y aprender la lección”.</b>                                                            |
| <b>Estrategia</b>     | Cosificación                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Argumento</b>      | Se emplea la estrategia de cosificación calificando la situación como una deuda difícil de manejar:                                                                                                                                                                            |
| <b>Texto</b>          | <b>“Probablemente, a quien gane las próximas elecciones le tocará reestructurar la deuda y tomar decisiones duras pero necesarias para solucionar el grave problema que recibirá.”</b>                                                                                         |
| <b>Estrategia</b>     | Inferencia (léxico-semántica)                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Argumento</b>      | Dentro de las estrategias léxicos- semánticas, en el editorial se infiere que la deuda no tiene solución a corto plazo, y que esto se verá reflejado en los próximos gobiernos:                                                                                                |
| <b>Texto</b>          | <b>“Arrastrará las consecuencias en los próximos tres periodos gubernamentales, lo que significa que en los doce años venideros, los ingresos del país se destinarán principalmente al pago de las obligaciones contraídas.”</b>                                               |
| <b>Estrategia</b>     | Falacia                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Argumento</b>      | La estrategia de falacia se manifiesta cuando el editorial indica un argumento que no necesariamente es la verdad:                                                                                                                                                             |
| <b>Texto</b>          | <b>“(…) en los últimos años hemos vivido más allá de donde nuestra realidad lo permitía y aprender la lección.”</b>                                                                                                                                                            |
| <b>Estrategia</b>     | Omisión                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Argumento</b>      | En el editorial se identifica la estrategia de omisión ya que no se ha mencionado los antecedentes de la deuda, la misma que no precisamente es consecuencia solo de este Gobierno. Además en el contexto no se menciona los aspectos positivos que tuvo la economía nacional. |
| <b>Texto</b>          | No hay texto                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Palabras clave</b> | Deuda externa, alto costo, pesarán mucho, arrastrarán obligaciones contraídas, reestructurar, decisiones duras, grave problema, aprender la lección, hemos vivido.                                                                                                             |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

Tabla N° 4

Editorial N° 2.

Fecha: 30/01/2017

Título del Editorial: "Información relevante."

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b>     | Legitimación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Argumento</b>      | El editorial emplea la estrategia de legitimación, validando un cambio en la estructura del Estado:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Texto</b>          | <b>"Quizás porque, con más o menos análisis, se sabe que no se trata solamente de un cambio de personas y de estilo, sino de un cambio en la concepción del papel del Estado, del de la sociedad civil y de las relaciones entre las funciones del poder".</b>                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Argumento</b>      | Se identifica la estrategia de unificación al sugerirse que los votantes deben elegir al candidato adecuado de acuerdo a un análisis previo de los perfiles:                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Texto</b>          | <b>"Es importante preguntarnos cuál es el tipo de país que queremos y cuál debería ser el perfil del presidente, para concluir quién es el candidato que se acerca más a él".</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Estrategia</b>     | Cosificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Argumento</b>      | La cosificación es otra de las estrategias que se manifiesta al calificar la actitud de los votantes con respecto al proceso electoral:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Texto</b>          | <b>"(...) es que este proceso electoral ha producido ansiedad, desasosiego, en los electores."</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Estrategia</b>     | Inferencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Argumento</b>      | El editorial infiere con respecto al comportamiento de los candidatos durante la presentación de proyectos. (Párrafo 1)<br>Además, también infiere al aseverar que la carta es poco convincente. (Párrafo 2)                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Texto</b>          | <b>"Los siete candidatos restantes presentaron sus proyectos con distintos niveles de entusiasmo y la ciudadanía se habrá formado su criterio que, en algunos casos, es ya definitivo."</b><br><b>"Han pasado cuatro días desde el encuentro de los candidatos, convocado por la Cámara de Comercio de Guayaquil y al que se excusó el candidato de Alianza PAIS, en una carta poco convincente, al menos para los ciudadanos que aún no habían decidido su voto."</b> |
| <b>Palabras clave</b> | Ansiedad, desasosiego, poco convincente, niveles de entusiasmo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

**Tabla N° 5**

**Editorial N° 3.**

**Fecha:** 05/02/2017

**Título del Editorial:** “Por respeto a la verdad”

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Argumento</b>      | Se maneja un discurso unificador al recalcar los derechos de la ciudadanía y mencionar que los culpables deben responsabilizarse por sus acciones:                                                                                                                                            |
| <b>Texto</b>          | <b>“(…) sin embargo lo único que cabe, por el bien del país y por respeto a la verdad a la que la ciudadanía tiene derecho, es una investigación exhaustiva e imparcial para conocer y sancionar a los responsables de uno de los mayores hechos de corrupción que ha conmovido al país.”</b> |
| <b>Estrategia</b>     | Inferencia                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Argumento</b>      | El editorial es tratado con un estilo informativo, no obstante, se infiere y se demoniza al calificar a los casos de corrupción como los más graves en la historia del país.                                                                                                                  |
| <b>Texto</b>          | <b>“(…) por el bien del país y por respeto a la verdad a la que la ciudadanía tiene derecho, es una investigación exhaustiva e imparcial para conocer y sancionar a los responsables de uno de los mayores hechos de corrupción que ha conmovido al país”.</b>                                |
| <b>Palabras Clave</b> | Gran daño al país, corrupción y conmovido.                                                                                                                                                                                                                                                    |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

**Tabla N° 6**

**Editorial 4.**

**Fecha:** 12/02/2017

**Título del Editorial:** “Inundaciones”

|                  |                                                                                                                                                                       |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Argumento</b> | El editorial no corresponde a la agenda política, ya que trata sobre las consecuencias de las fuertes lluvias que se han suscitado en algunas provincias de la Costa. |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

(El Universo, 2013)

**Tabla N° 7**

**Editorial N° 5.**

**Fecha:** 05/03/2017

**Título del Editorial:** “Comentarios desacertados”

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b>     | Legitimación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Argumento</b>      | Emplea la estrategia de legitimación al validar con la Constitución que el Presidente incumplió el artículo 3.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Texto</b>          | <b>“El presidente olvida que la República que preside está integrada por todos los ecuatorianos, cualquiera que sea su raza, su situación económica, su definición ideológica, sus aciertos y sus errores y que la Constitución, en su artículo 3, cita como uno de los deberes del Estado que él representa “fortalecer la unidad nacional en la diversidad”, por lo que sus palabras al respecto fueron impropias y desacertadas; correspondía, más bien, un llamado a la serenidad y al respeto mutuo.”</b> |
| <b>Estrategia</b>     | Fragmentación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Argumento</b>      | El contenido del editorial busca fragmentar mediante un discurso en el que demoniza e infiere con respecto a la reacción del Presidente ya que califica su comportamiento como desacertado, también infiere al afirmar que la respuesta no representaba al pueblo manabita y además se omite el contexto del conflicto.                                                                                                                                                                                        |
| <b>Texto</b>          | <b>“Un desafortunado tuit, de tantos que hay, desencadenó uno de los episodios más tristes relacionados con el proceso electoral. Decía: “Manabí, devuelve los atunes. Traidores”, era la expresión de alguien con poco sentido de solidaridad y de respeto al derecho a pensar y a elegir. Dio lugar a una respuesta que, sin duda, no representaba al pueblo manabita y, peor que eso, a una generalización y justificación del hecho de tirar los atunes, por parte del presidente de la República.”</b>    |
| <b>Palabras clave</b> | Desafortunado, episodios más tristes, poco sentido de solidaridad y respeto, dos muertos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

**Tabla N° 8**

**Editorial N° 6.**

**Fecha:** 12/03/2017

**Título del Editorial:** “Destitución”

|                       |                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b>     | <b>Legitimación</b>                                                                                                                                                                                   |
| <b>Argumento</b>      | Posee un estilo informativo y hace referencia a la destitución de la presidenta de Corea del Sur, bajo la estrategia de legitimación.                                                                 |
| <b>Texto</b>          | <b>“La Corte Constitucional de Corea del Sur ha confirmado la decisión del Parlamento de destituir a la presidenta Park Geun-Hye, por violación de la Constitución, corrupción y abuso de poder”.</b> |
| <b>Palabras clave</b> | Destitución, corrupción y abuso de poder, democracia.                                                                                                                                                 |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

### Tabla N° 9

#### Editorial N° 7.

Fecha: 19/03/2017

Título del Editorial: “Denuncias”

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b>     | <b>Legitimación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Argumento</b>      | Utiliza la estrategia de legitimación al respaldarse en el Código de la Democracia, realizando un contraste entre dos denuncias, por el incumplimiento del artículo 204 y el 207.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Texto</b>          | <b>“Desde la candidatura oficialista se denuncia que la candidatura opositora incumple el artículo 204, que dice que durante la campaña los candidatos y las organizaciones políticas “no podrán entregar donaciones, dádivas o regalos” a los ciudadanos”.</b><br><b>“Por otro lado, CREO denuncia que se incumple el artículo 207, que dice que quienes desempeñan una función pública y sean candidatos “no podrán participar oficialmente en eventos de inauguración de obras u otros financiados con fondos públicos”.</b> |
| <b>Palabras clave</b> | Transparencia, espíritu subyacente, curiosamente, necesaria, imparcialidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

### Tabla N° 10

#### Editorial N° 8.

Fecha: 26/03/2017

Título del Editorial: “A una semana”

|                   |                     |
|-------------------|---------------------|
| <b>Estrategia</b> | <b>Legitimación</b> |
|-------------------|---------------------|

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Argumento</b>      | En este editorial perteneciente a la agenda del proceso electoral, se manifiesta la estrategia de legitimación, citando la Constitución para defender la diversidad y el derecho al sufragio:                                                                       |
| <b>Texto</b>          | <b>“Vivamos el último tramo con decencia, aceptando que somos uno en la diversidad, sin exclusiones, como dice la Constitución, sin discriminación “que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos””.</b> |
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Argumento</b>      | Otras de las estrategias empleadas, es la unificación, ya que en el editorial se especifica un discurso de unión al mencionar:                                                                                                                                      |
| <b>Texto</b>          | <b>“(…) vivir este proceso como ciudadanos que entendemos que la democracia requiere respeto de los unos a los otros, a las leyes, a los derechos humanos, a la dignidad de las personas, a la verdad, a la justicia y a la paz”.</b>                               |
| <b>Estrategia</b>     | Inferencia (léxico- semántica)                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Argumento</b>      | Dentro de las estrategias léxicos- semánticas, la inferencia es otra de las estrategias que se evidencian en el editorial, al asegurar un juicio.                                                                                                                   |
| <b>Texto</b>          | <b>“tengamos claras las razones por las que lo escogimos y comuniquémoslas con convencimiento y seguridad”.</b>                                                                                                                                                     |
| <b>Palabras clave</b> | Decencia, entusiasmo, empeño, perseverancia, insultos, mentiras, redes sociales, alarmas en las pantallas.                                                                                                                                                          |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

### 3.3.2. Etapa Post- Electoral

En esta etapa también fueron analizados 8 editoriales que hacen referencia a temas políticos del país, en cuanto a la consulta popular, casos de corrupción y los problemas internos en el Movimiento Alianza País.

**Tabla N° 11**

**Editorial N° 9.**

**Fecha:** 12/11/2017

**Título del Editorial:** “¿Qué vamos a hacer?”

|                   |              |
|-------------------|--------------|
| <b>Estrategia</b> | Legitimación |
|-------------------|--------------|

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Argumento</b>      | Se emplea la estrategia de legitimación, mediante la Corte Nacional de Justicia, dando a conocer el proceso de la audiencia llevada a cabo por el caso de Odebrecht.                                                                                                                                                                                            |
| <b>Texto</b>          | <b>“La audiencia preparatoria de juicio que se desarrolla en la Corte Nacional de Justicia por el caso Odebrecht probablemente concluirá la próxima semana. Luego, el juez decidirá llamar o no a juicio a los sospechosos”.</b>                                                                                                                                |
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Argumento</b>      | La unificación también se manifiesta como otra estrategia empleada en el editorial, al establecer una especie de consejo a la ciudadanía:                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Texto</b>          | <b>“Las interrogantes son muchas, pero es deseable que cada ciudadano añada las suyas y que aceptemos que hay tarea para todos y que juntos debemos asumir el compromiso: construir un país que vive la honestidad.”</b>                                                                                                                                        |
| <b>Estrategia</b>     | Cosificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Argumento</b>      | Se evidencia la estrategia de cosificación, al exagerar en las causas relacionadas con el caso Odebrecht, mediante el uso de interrogantes sobre el sistema judicial del país.<br><br>Además, estas mismas interrogantes constituyen una estrategia más: la inferencia.                                                                                         |
| <b>Texto</b>          | <b>¿Será que tenemos legislación permisiva?, ¿Que hemos permitido que se debilite a los organismos de control?, ¿Que la administración de justicia no es tal?, ¿que el control de la información contribuye al silencio?, ¿que hemos perdido la dimensión ética de la educación y de la vida? ¿Hemos permitido que se debilite a los organismos de control?</b> |
| <b>Palabras clave</b> | Probablemente, ética, legislación permisiva, silencio, interrogante                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

## Tabla N° 12

### Editorial N° 10.

Fecha: 24/11/2017

Título del Editorial: “Lealtad”

|                   |                                                                                                                                                                            |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b> | <b>Legitimación</b>                                                                                                                                                        |
| <b>Argumento</b>  | Este editorial pertenece a la agenda relacionada con los problemas internos del Movimiento Alianza País. Tiene características informativas y aborda la Séptima Convención |

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | Nacional, en relación a los problemas del AP y el “intento” de destitución a Moreno. Utiliza la estrategia de legitimación.                                                                                                                     |
| <b>Texto</b>          | <b>“El presidente Moreno, como director de Alianza PAIS, convocó a una reunión de la Dirección Nacional que, entre otros puntos, debía aprobar la fecha y el lugar para la Séptima Convención Nacional del movimiento”.</b>                     |
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Argumento</b>      | Se maneja la estrategia de unificación al manifestar el deseo de los ecuatorianos:                                                                                                                                                              |
| <b>Texto</b>          | <b>“Los ecuatorianos esperamos de quienes fueron elegidos por el pueblo, que sean capaces de mantener su lealtad con el país y sus ciudadanos, por encima de lealtades particulares a un grupo, a una persona o a un movimiento o partido”.</b> |
| <b>Estrategia</b>     | Inferencia (estrategia-léxico)                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Argumento</b>      | La inferencia está presente en el editorial, al asegurarse la eternidad de Correa como líder del Movimiento y además, al hablar de la institucionalidad del país como algo que debe recuperarse:                                                |
| <b>Texto</b>          | <b>“Una disputa por un liderazgo que algunos consideraban eterno– retrasa acciones importantes para que el país recupere la institucionalidad y el ejercicio democrático y mantenga viva la lucha contra la impunidad”.</b>                     |
| <b>Estrategia</b>     | Intertextualidad                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Argumento</b>      | Mediante la estrategia de intertextualidad, aborda las palabras del ex mandatario Rafael Correa:                                                                                                                                                |
| <b>Texto</b>          | <b>“Vamos a expulsar a la gente que ha traicionado el programa de gobierno de Alianza PAIS”.</b>                                                                                                                                                |
| <b>Palabras clave</b> | Liderazgo, retraso, lucha, eterno, expulsará, institucionalidad, ejercicio democrático.                                                                                                                                                         |

. (El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

### Tabla N° 13

#### Editorial N° 11.

Fecha: 30/11/2017

Título del Editorial: “Dictamen positivo”

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b> | Legitimación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Argumento</b>  | El editorial tiene relación con la agenda de consulta popular. Emplea la estrategia de legitimación, validando de esta manera, la convocatoria a la consulta por parte del presidente Lenín Moreno, al Consejo Nacional Electoral, mediante el artículo 105 de la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional: |
| <b>Texto</b>      | <b>“El presidente Lenín Moreno envió al Consejo Nacional Electoral la convocatoria a la consulta. Lo hizo respaldado en</b>                                                                                                                                                                                                            |

|                       |                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | el artículo 105 de la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional, que establece que el organismo tiene 20 días para calificarlas y que si el plazo no se cumple, se entenderá que el dictamen es positivo”. |
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Argumento</b>      | Mediante la estrategia de unificación, el editorial le adjudica un poder único al pueblo:                                                                                                                                            |
| <b>Texto</b>          | <b>“En una democracia no hay poder más alto que el del pueblo (...)”.</b>                                                                                                                                                            |
| <b>Estrategia</b>     | Inferencia (léxico- semántica)                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Argumento</b>      | En cuanto a las estrategias léxicos- semánticas, se manifiesta la inferencia, al mencionar que habrá opiniones divididas refiriéndose a la convocatoria realizada por Moreno.                                                        |
| <b>Texto</b>          | <b>“Probablemente surgirán interpretaciones a favor y en contra de lo actuado por el Ejecutivo”.</b>                                                                                                                                 |
| <b>Palabras clave</b> | Entenderá, dictamen positivo, probablemente, interpretaciones, poder, pueblo, democracia.                                                                                                                                            |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

**Tabla N° 14**

**Editorial N° 12.**

**Fecha:** 12/12/2017

**Título del Editorial:** “Indispensable”

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b> | Legitimación                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Argumento</b>  | Este editorial corresponde a la agenda sobre la renuncia del secretario presidencial. Se emplea la estrategia de legitimación sobre las grabaciones del ex secretario.                                                                                                                                              |
| <b>Texto</b>      | <b>“Una grabación, que circuló ampliamente, permite escuchar al exsecretario afirmar algunas cosas, como que sabían que las denuncias de Villavicencio y de la Comisión Anticorrupción eran verdad, o que había que promover el diálogo porque la gente necesitaba ser escuchada, pero que nada iba a cambiar”.</b> |
| <b>Estrategia</b> | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Argumento</b>  | Se manifiesta la estrategia de unificación al establecerse que el país necesarita trabajar unido                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Texto</b>      | <b>“El país está en un momento difícil y para superarlo necesitamos confiar los unos en los otros y trabajar juntos”.</b>                                                                                                                                                                                           |
| <b>Estrategia</b> | Inferencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Argumento</b>  | La inferencia es otra de las estrategias que se evidencian en el                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                       |                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | editorial al manifestar que se evitó el proceso de las investigaciones y en su lugar callaron:                                                                                                                                      |
| <b>Texto</b>          | <b>“A quiénes se refería cuando dijo que conocían que las denuncias de corrupción eran verdad, por qué callaron esas personas contribuyendo a que no se investiguen hechos que perjudicaron gravemente al Estado, por ejemplo”.</b> |
| <b>Estrategia</b>     | Intertextualidad                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Argumento</b>      | La intertextualidad está presente al momento de tomar el comunicado oficial de Mangas, quien desmintió que la grabación reflejara la ideología del actual mandatario                                                                |
| <b>Texto</b>          | <b>“Lo sacaron de contexto y que lo dicho no reflejaba el pensamiento del presidente Moreno”.</b>                                                                                                                                   |
| <b>Palabras clave</b> | Perjudicaron gravemente, necesitamos, corrupción, transparencia, intereses.                                                                                                                                                         |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

## Tabla N° 15

### Editorial N° 13.

Fecha: 19/11/2017

Título del Editorial: “Cambio de opinión”

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b> | <b>Unificación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Argumento</b>  | Este editorial es sobre la agenda de la consulta popular, aborda la denuncia sobre una supuesta alteración del orden constitucional, por parte de Rafael Correa y Ricardo Patiño, presentada a la OEA, legitimando la acción.<br>Se emplea la estrategia de unificación, al asegurar que:                                           |
| <b>Texto</b>      | <b>“En todo caso, lo que importa es que la OEA y la comunidad internacional conozcan que se está pidiendo al pueblo ecuatoriano su opinión y que cualquier cambio que se dé será porque el pueblo lo consideró conveniente y será difícil demostrar que la voz del pueblo atenta contra la democracia y la constitucionalidad”.</b> |
| <b>Estrategia</b> | <b>Inferencia (léxico- semántica)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Argumento</b>  | En el editorial, se infiere al asegurar que Correa recurre a organismos que fueron criticados durante su gobierno                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Texto</b>      | <b>“Lo pide al mismo organismo que su gobierno criticó duramente, hasta el punto de promover acciones para impulsar la creación de otra organización regional como la Unasur, y del que el presidente Correa expresó, en el 2015, que era insalvable”.</b>                                                                          |

|                       |                                                               |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Palabras clave</b> | Temor, poderoso, democracia, duramente, extraño, conveniente. |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------|

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

### Tabla N° 16

#### Editorial N° 14.

**Fecha:** 02/01/2018

**Título del Editorial:** "Vicepresidencia"

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b>     | Legitimación                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Argumento</b>      | Se evidencia la estrategia de legitimación, al mencionar a la Comisión de Fiscalización de la Asamblea y la Contraloría General del Estado, en cuanto al juicio político al ex presidente Jorge Glas y su destitución del cargo. Además, basado en la Constitución, se argumenta que: |
| <b>Texto</b>          | <b>"Corresponderá a la Asamblea elegir al nuevo vicepresidente de una terna presentada por la Presidencia de la República, si no lo hace en 30 días, se entenderá que fue elegido el primero de la terna".</b>                                                                        |
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Argumento</b>      | La estrategia de unificación también está presente en este editorial, al afirmarse qué:                                                                                                                                                                                               |
| <b>Texto</b>          | <b>"El presidente tiene una magnífica oportunidad para oxigenar su equipo, eligiendo para miembros de la terna a ciudadanos y ciudadanas honestos, trabajadores, con visión de país, capacidad de diálogo y apertura, sin historias negativas en el servicio público".</b>            |
| <b>Estrategia</b>     | Inferencia (léxico-semántica)                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Argumento</b>      | En el editorial se infiere al asumir que se necesitan cambios en el equipo del nuevo gobierno, debido a que los actuales poseen historias negativas en relación al servicio público:                                                                                                  |
| <b>Texto</b>          | <b>"(...) capacidad de diálogo y apertura, sin historias negativas en el servicio público. Personas que garanticen la apertura y en las que la ciudadanía pueda confiar".</b>                                                                                                         |
| <b>Palabras clave</b> | Oxigenar, honestos, trabajadores, historias negativas.                                                                                                                                                                                                                                |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

### Tabla N° 17

#### Editorial N° 15.

**Fecha:** 23/01/2018

### Título del Editorial: “Lo dijo el presidente”

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia</b>     | Simulación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Argumento</b>      | Editorial correspondiente a la agenda de la consulta popular. Se evidencia la estrategia de simulación, al asegurar que al mantener un diálogo con los ciudadanos, este tiene características de ser un buen gobierno                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Texto</b>          | <b>“Todos somos ciudadanos ejerciendo nuestro derecho a opinar y a escuchar a quien nos gobierna y esperamos también ser escuchados, porque solo así es posible rectificar y esta es una de las virtudes de los buenos gobiernos”.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Estrategia</b>     | Unificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Argumento</b>      | Otra de las estrategias que se manifiesta en este editorial, es la de unificación, con un mensaje conciliador producto del discurso de Moreno, quien aseguró que se implementarían cambios en el Gobierno.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Texto</b>          | <b>“Por el bien del país, esperamos que estas palabras resuman un principio, una filosofía de gobierno que se lleve a la práctica oportunamente”</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Estrategia</b>     | Intertextualidad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Argumento</b>      | Usa la estrategia de intertextualidad porque dentro del editorial toma las palabras del presidente de manera textual.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Texto</b>          | <b>“Los cambios son consustanciales a las personas y a los gobiernos, si se ve que las cosas no han dado resultado en una forma, hay que cambiar esa forma, no podemos pretender algo mejor haciendo exactamente lo mismo”</b>                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Estrategia</b>     | Fragmentación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Argumento</b>      | Se observan rasgos de la estrategia de fragmentación, al iniciar el editorial asegurando que como resultado de la entrevista brindada por Lenin Moreno, una parte estuvo de acuerdo y la otra probablemente no, convirtiéndose además, en una inferencia. (Párrafo 1)<br>También se infiere al decir que se esperó 10 años para que un presidente dialogue con los medios de comunicación. (Párrafo 2)                                                                                                       |
| <b>Texto</b>          | <b>“Que a unos ecuatorianos les pareció que estaban bien seleccionados los periodistas y a otros no, puede ser. Que unos hayan quedado satisfechos con toda la entrevista y otros totalmente insatisfechos, también; y que algunos quedaron tranquilos con unas respuestas y con otras no, es posible”.</b><br><b>“Después de una década tuvimos a un presidente ante la prensa dispuesto a responder con serenidad. Se habló básicamente de política interna, de economía y de política internacional”.</b> |
| <b>Palabras clave</b> | Satisfecho, insatisfechos, rectificar, buenos gobiernos, consustanciales, oportunamente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

(El Universo, 2013)

Elaborado por: Ginger Lara y Melanie Álvarez

## Tabla N° 18

### Editorial N° 16.

**Fecha:** 31/01/2018

**Título del Editorial:** “Espacio Público”

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Argumento</b> | El editorial no corresponde a la agenda política, no aborda asuntos políticos, ya que trata sobre un reclamo realizado por el colectivo “Espacios Públicos Libres”, debido al cierre del Parque Centenario, ubicado en el centro de Guayaquil. |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

(El Universo, 2013)

### 3.4. Entrevista a Experto

#### Perfil del entrevistado



MSc. Kléber Loor Valdiviezo, Ex Decano de la Facultad de Comunicación Social

**Fecha de nacimiento:** 27 de enero de 1958

**Experiencia:** 25 años desempeñando la docencia, Subsecretario de Bienestar Social (2007), Director Provincial de movimiento político.

**Reconocimientos:** Miembro del Tribunal de Honor por parte de Prensamérica.

Actualmente se encuentra realizando un Doctorado en la Universidad de la Habana

## **1 ¿Cómo considera usted, el manejo y tratamiento de la información política por parte de los medios en el Ecuador?**

En este país los que han manejado la información son las personas que tienen el control económico, a tal grado que incluso aquellos que eran banqueros tenían una radio o canal de televisión, además participaban en la Superintendencia de Bancos, por lo tanto eran juez y parte así que tenían que resentirse con Rafael Correa porque o tienes el banco o tienes el medio de comunicación.

Estos Señores Isaías tenían aproximadamente trescientas empresas diferentes, ahora vienen a recuperar las cosas que eran de ellos; por ejemplo el edificio de la cedula en el centro, ese edificio de Filanbanco era de ellos, no sé qué pasará, habrá que negociar ahí entre ellos, entonces ahora los pájaros les disparan a las escopetas.

Entonces al haber estos intereses más monetarios que comunicacionales, evidentemente van a elaborar todo el sistema noticioso y lo van a difundir de tal manera que reafirme el sistema y recalando que Lenín es el mejor presidente y que los anteriores eran todos corruptos.

## **2 ¿Cree que la ciudadanía está al tanto, o percibe la intencionalidad que posee el discurso de los medios de comunicación?**

Vamos a partir del hecho que en la población ecuatoriana, muy poca gente lee a consciencia un medio impreso, los cuales están perfectamente ubicados a nivel nacional. Por ejemplo en Guayaquil, el Extra es uno de los periódicos más comprados, pero una cosa es que se

lo compre y otra cosa es que se lo lea en su totalidad ya que hay públicos totalmente segmentados, algunos leen por los clasificados, otros por el morbo de la crónica roja, otros porque lo deportivo le agrada. En fin, hay segmentos de población que compran un periódico no porque lo leen todo sino porque le interesan determinadas secciones y noticias.

Al estar perfectamente ubicados, por ejemplo El Universo saca un tipo tabloide, como el Extra, que se llama Súper, entonces ellos están funcionando en el mercantilismo y de pronto ellos no se sostienen por lo que se vende el periódico todos los días sino por la publicidad y los convenios publicitarios que tienen con las empresas a nivel del país, ese es el mayor negocio. Al Diario Extra le interesa decir salieron 250.000 de tiraje, el otro dice 120.000 pero el pueblo los tiene perfectamente ubicados, yo creo que con El Universo me puedo confiar en sus avisos clasificados, me parece que es la institución más organizada en eso, pero si yo tengo algo de contenido ideológico no me sirve mucho El Universo.

Antes me servía El Telégrafo en el anterior gobierno porque contrastábamos las noticias, pero ahora El Telégrafo también está en la misma onda y entonces he escuchado a personas que dicen “yo prefiero leer El Universo y no El Telégrafo” pero El Telégrafo sigue llamándose medio público, ahí me parece que la población los tiene perfectamente ubicados pero que tampoco generan una protesta masiva.

**3. De acuerdo a su criterio ¿Cuáles serían las principales consecuencias que causa la manipulación mediática en la ciudadanía?**

Primero hay un cambio de Gobierno en el país, antes estaban perfectamente identificados los medios públicos, además se ha generalizado una idea de que el medio público respalda al gobierno de turno, y hay que desmontar eso, porque el medio público tiene que dar información veraz a la ciudadanía, pero la información veraz le molesta o le fastidia a los dueños de las grandes empresas porque no pueden ir al medio público a decirle “yo quiero que me hagan esta publicación, pero necesito que se saque esto o de lo acá.” Entonces al llegar un Gobierno y rebelarse contra el anterior, inclusive se habla de traición al otro proceso porque ellos llegan para continuar un proyecto político, entonces hay un engaño en la ciudadanía porque si él hubiera dicho que no iba continuar el proyecto político, no hubiese ganado y de pronto no tendríamos al actual Presidente sino que tuviéramos a cualquiera de los otros candidatos.

Ellos en ese afán de robustecer su acción, su traición, ubican una o dos personas en el medio público que tengan una ideológica o una mentalidad absolutamente contraria al otro gobierno para que haga exactamente lo contrario que hacía el medio y de esa manera se está rebelando y reafirmando una posición que respalda esto que le interesa al actual Gobierno de desacreditar al Gobierno anterior. Yo creo que la posición actual de los medios es una posición de apoyo al Gobierno porque está en el propósito de ir desdibujando y desmontando todo lo

que hizo el Correísmo y por eso lo apoyan los sectores más conservadores y los sectores económicamente más dominantes del país, están felices, y van a apoyar al Gobierno mientras les convenga y le puedan sacar provecho.

Ya recibieron una primer tajada, la reducción de deudas, se habla que son alrededor de 600 millones y no sé por orden de quién o causa de qué, les perdona el Presidente, si yo quisiera que me paguen yo hubiera dicho: los señores que me pagan dentro de los próximo 30 días van a recibir un descuento del 20% de su deuda, los que me paguen en 120 días van a recibir un 10% de descuento, los señores que me paguen en 180 días van a recibir un 5%, eso es diferente porque si bien es cierto si tengo que cobrar cierta cantidad de dinero y no me lo pagan siempre tendré cuentas por cobrar, pero si acelero el pago con ese dinero puedo hacer otras inversiones, entonces dicen que tiene que reducir el subsidio de la gasolina porque falta liquidez, pero ¿por qué regala o perdona deudas de ricos?, porque con ese dinero que deben, ellos han triplicado sus ganancias, no es que han perdido y además de eso tienen que pagar, no, ellos ganaron y porque ganaron es que se refleja esa deuda.

Los medios amplifican eso y siguen diciendo que ante “la falta de liquidez” que dejó el anterior Gobierno que no dejó la mesa servida, se tiene que ver obligado a hacer esa eliminación de subsidio. Siguen pensando con una mentalidad de hace veinte años en que creen que el pueblo es tonto y no entiende, si bien es cierto el pueblo no tiene la suficiente educación titulada de ir a un colegio o a una universidad pero esto no significa que no entienda esta situación. Por ejemplo lo que dijo

la Vicepresidenta lamentablemente, “En la mayoría de la población, los pobres no tienen carro, no afecta porque no tienen vehículo” No sé qué pasó con su educación pero el que anda en el bus sí tiene que subir el pasaje, el que trae la comida de la Sierra a acá, o el que lleva de aquí a la Sierra sí van a subir los precios. Entonces ellos están amplificando y no les interesa las consecuencias y las consecuencias van a ser nefastas y el pueblo se va a dar cuenta cuando le suba todo y la poca plata que gane no le alcance por lo cual van a haber dificultades, pero seguirán echándole la culpa al Correísmo hasta que lo resista la población.

**4. Como comunicador ¿cuál cree que sería la solución para que los medios no tengan como prioridad los intereses particulares sino el servicio a la ciudadanía?**

Yo diría que nosotros deberíamos ser muy imaginativos y creativos, leía que en Alemania subieron la gasolina de la noche a la mañana, entonces la ciudadanía llevó los carros al centro, se pusieron de acuerdo 5000 personas dejaron los carros y los cerraron en media calle como si estuviera llena y se retiraron, nadie podía andar en la ciudad por lo que tuvieron que bajar la medida.

Si aquí hicieran cosas creativas, por ejemplo sale una noticia en El Telégrafo, y un grupo de estudiantes de la FACSO arman un cartel de dos metros con esa misma noticia y hacen una plantonera 100 alumnos, y en un cartel más pequeño indican “exigimos que se diga la verdad en los medios”, si es un medio público que hable con la verdad a la

ciudadanía y si no va a hablar con la verdad que deje de ser público. Pero esta acción debe ser diaria, los medios no aguantarían.

Hay que hacer ideas creativas, lo de Alemania con los carros tal vez no lo podamos hacer porque si lo hacemos se roban el vidrio.

Entonces habría que tener ideas de estas, hacer medios alternativos, hacer hojas volantes, las instituciones que hacen comunicación, las facultades, las carreras, las organizaciones culturales, los sindicatos, pero lamentablemente en este momento hay algunas personas pseudo izquierdistas que también están apoyando al Gobierno de Lenín Moreno y se hacen de la vista gorda.

##### **5. ¿Cuál es su opinión con respecto a la ética periodística?**

Amén de que exista una ley, el medio de comunicación tiene que ser ético 100%, no necesita ninguna ley porque sino la ley dice el medio de comunicación tiene que ser ético y demostrar la ética en todos sus procedimientos comunicacionales, sino lo dice la ley entonces puedo hacer lo que me da la gana, no, el hecho de ser un medio que da información a la colectividad tiene que ser veraz, transparente, ético.

Yo creo que los medios están violando ese principio ético, que primero es natural pero además lo dice la ley, y la suprema ley que es la Constitución de la República. Están violentando la ética, la verdad, la veracidad, todos los medios, la televisión con sus noticieros. Si ves los noticieros de la semana pasada y esta, todos son contrarios al Correísmo, cuando estaba el gobierno de Correa podían ir a otras personas, aunque hubo un tiempo en el que prohibieron ir porque era

como infructuoso que el Ministro vaya y el entrevistador prácticamente como que lo encerraba y lo cuestionaba; por ejemplo en el último programa de Andrés Carrión, yo sintonicé cuando un señor estaba hablando sobre la situación económica y las posibles alzas de medidas y él dijo: “Si te falta liquidez, si necesitas recursos, por qué perdonas las deudas de estos grandes señores”, entonces dijo el periodista: “pero es que se necesita dinero, no estaba la mesa servida como había dicho el anterior Gobierno”, por lo tanto él está ya con esa posición está poniéndose de lado del actual Gobierno, primera cosa que rompe la ética ya que debe ser imparcial, peor si lleva un programa de esta naturaleza, él es un conductor, pero este se convierte en entrevistado y da sus opiniones. Yo no creo que están actuando éticamente me parece que están respondiendo a unos intereses y a veces también el periodista que trabaja en un canal está pensando en su trabajo.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1. Definición de la propuesta.**

La propuesta de este proyecto de titulación consiste en la planificación de Talleres Educomunicacionales, los cuales serán dirigidos a la ciudadanía en general con el fin de orientarlos y otorgarles los mecanismos necesarios para que desarrollen una recepción activa y crítica del contenido que les ofrecen los medios de comunicación.

También es importante que la ciudadanía esté al tanto de las diferencias que existen entre los géneros informativos y de opinión, sobre todo haciendo énfasis que en el caso de los editoriales, estos reflejan claramente la postura del medio.

En estos talleres se detallarán cuáles son las estrategias de desinformación y cómo identificarlas, además de explicar de una manera sencilla la importancia de los elementos implícitos en el discurso de los medios; que conozcan los lineamientos éticos y legales que deben cumplir los medios de comunicación. De esta forma los ciudadanos tendrán un criterio más sólido y estarán en plena capacidad de ser receptores activos y generar opiniones con un sentido más crítico.

Esta propuesta se presentará en forma de un folleto tamaño A4 que es el instrumento que será impartido en los talleres, en este material se detallará el contenido que se va a explicar, además se desarrollará un espacio para el análisis crítico y reflexivo del rol de los medios de comunicación y su influencia en las diferentes esferas de la sociedad.

## **4.2. Introducción.**

Los medios de comunicación generan grandes cantidades de información, que en muchas ocasiones es decisiva e influyente en la construcción de la opinión pública. En Ecuador, los medios impresos aún son parte importante de las principales alternativas que eligen los individuos como fuente de información, ya sea en su versión física o en

su versión digital plasmada en diferentes plataformas que están presente constantemente y a un rápido alcance.

También hay que enfatizar que en periodo de elecciones, el escenario político y mediático cobran protagonismo a tal punto que los medios juegan un rol importante e influyen directamente en la decisión de los votantes por lo cual es de gran importancia que las personas estén al tanto de la intencionalidad de la prensa.

En el análisis realizado sobre el discurso de Diario El Universo en época electoral, se evidenció que gran parte de los temas manejados por la línea editorial era información correspondiente acerca de los principales candidatos, y desde su perspectiva indicaban detalles sobre la situación actual del país, y señalamientos de los errores cometidos por el gobierno saliente. De esta manera queda claro que los editoriales se enfocan en los hechos de actualidad que se estén desarrollando en el país, ofreciendo una opinión pero desde sus lineamientos.

Debido a esto es esencial que los lectores conozcan que la información y la línea editorial van a depender mucho de los diversos intereses que poseen los medios, ya que estos no son entes independientes por lo tanto mostrarán su visión ajustada de la realidad.

#### **4.3. Descripción de la propuesta.**

El taller abordará varias temáticas que servirán para capacitar a la ciudadanía en la recepción del discurso de los medios, las cuales serán impartidas por estudiantes de comunicación, dichas temáticas son:

Análisis crítico de los medios, Estrategias de desinformación, Artículos relevantes de la LOC, Códigos deontológicos. El taller tendrá una duración de 4 horas, y se realizará en diferentes sectores periféricos de la ciudad. Además esta propuesta podría implementarse en la Facultad de Comunicación Social como parte de las actividades que se realizan en las prácticas de vinculación con la comunidad, de tal manera que los talleres serían impartidos por los estudiantes de último semestre.

#### **4.4. Justificación**

Debido a la importancia de los medios de comunicación y de su papel influyente en la formación del criterio de las personas, es necesario que no solo los profesionales de la comunicación conozcan los elementos discursivos que se utilizan en la elaboración y tratamiento de la información, sino que también el ciudadano común se apropie de estos términos comunicacionales y esté preparado para receptar contenidos de una manera más adecuada.

También es fundamental recalcar que los medios están sujetos a normas éticas y legales, y es prioritario que la sociedad sepa identificar si algún medio está violentando sus derechos o si está infringiendo normativas. Estos lineamientos deben ser del dominio de todas las personas porque la comunicación es un servicio público.

Es por esto que el taller de educomunicación manejará todas estas temáticas para brindar a la ciudadanía las herramientas necesarias que

le permitan generar un pensamiento propio e independiente de la postura de los medios.

#### **4.5. Datos informativos**

**Nombre:** Taller Educomunicacional, “El discurso de los medios”

**Eslogan:** “Por una ciudadanía con criterio”

**Medio de distribución:** En físico (folleto)

#### **4.6. Objetivos de la Propuesta.**

##### **4.6.1 Objetivo General.**

Desarrollar un Taller Educomunicacional sobre el discurso de los medios de comunicación y su influencia en la formación del criterio de las personas.

##### **4.6.2 Objetivos Específicos.**

- a. Definir los temas comunicacionales más importantes para la elaboración del material.
- b. Desarrollar el folleto que servirá como instrumento de los talleres impartidos a la ciudadanía.
- c. Socializar la propuesta con el Departamento de Vinculación de la Facultad de Comunicación Social.

#### **4.7. Diseño de la Propuesta.**

##### **4.7.1. Portada del folleto**



## Taller Educomunicacional



# “El discurso de los medios”



POR:

MELANIE ÁLVAREZ  
GINGER LARA

*“Por una ciudadanía con criterio”*



#### 4.7.2. Cronograma

| Temas Generales para Taller Educomunicacional                     |                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                   |                                                                          |            |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| ACTIVIDAD                                                         | EJES TEMÁTICOS                                                                                                                                                                                                                                      | FACILITADOR                                       | ACCIONES                                                                 | TIEMPO     |
| Dinámica de presentación.                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción a la temática del taller.</li> <li>Interacción entre los participantes.</li> </ul>                                                                                                              | Estudiantes de la carrera de Comunicación Social. | Socialización y diagnósticos.                                            | 30 minutos |
| Charla sobre el rol de los medios de comunicación en la sociedad. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Definición.</li> <li>Principales fuentes de información de la ciudadanía.</li> <li>Géneros periodísticos.</li> <li>Caso ecuatoriano.</li> </ul>                                                              | Estudiantes de la carrera de Comunicación Social. | Presentación de diapositivas. Lectura de material de apoyo.              | 1 hora     |
| Actividad colaborativa                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Rol de los medios de comunicación en la sociedad ecuatoriana.</li> </ul>                                                                                                                                     | Estudiantes de la carrera de Comunicación Social. | Presentación de ejemplos audiovisuales.                                  | 30 minutos |
| Receso                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                   |                                                                          | 15 minutos |
| Charla sobre las estrategias de desinformación.                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Definición.</li> <li>Características de la desinformación.</li> <li>Clasificación.</li> </ul>                                                                                                                | Estudiantes de la carrera de Comunicación Social. | Presentación de diapositivas. Lectura de material de apoyo.              | 30 minutos |
| Explicación de la teoría del framing y agenda setting.            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Conceptos básicos.</li> <li>Contenido de los medios.</li> <li>Relación entre framing y agenda setting.</li> <li>Influencia de los medios en la opinión pública.</li> <li>Intereses de los medios.</li> </ul> | Estudiantes de la carrera de Comunicación Social. | Presentación de diapositivas. Lectura de material de apoyo.              | 30 minutos |
| Ejercicio de aplicación.                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Reconocimiento de las estrategias de desinformación.</li> </ul>                                                                                                                                              | Estudiantes de la carrera de Comunicación Social. | Identificación de los elementos implícitos en el discurso de los medios. | 30 minutos |
| Cierre del Taller Educomunicacional.                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia del análisis crítico del discurso de los medios de comunicación.</li> </ul>                                                                                                                      | Estudiantes de la carrera de Comunicación Social. | Presentación de diapositivas. Lectura de material de apoyo.              | 30 minutos |

**Tabla N° 19**

#### 4.7.3. Presupuesto

##### Software y Equipo Tecnológico

| RUBRO       | JUSTIFICACIÓN                                              | VALOR                  |
|-------------|------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1 Laptop    | Para el manejo de la información                           | \$700,00               |
| 1 Micrófono | Permitirá brindar el taller sin inconvenientes en el audio | \$15,00                |
| 1 Parlante  | Proyección de sonido                                       | \$30,00                |
| 1 Proyector | Proyección de imágenes                                     | \$150,00               |
| 1 mesa      | Para asentar los materiales                                | \$40,00                |
| 15 sillas   | Para los asistentes                                        | \$180,00               |
|             |                                                            | <b>TOTAL: 1.115,00</b> |

##### Materiales

| RUBRO              | JUSTIFICACIÓN                                  | VALOR               |
|--------------------|------------------------------------------------|---------------------|
| 3 Resmas de hojas  | Para documentar información                    | \$9,00              |
| Gigantografía      | Detallar puntos elementales                    | \$15,00             |
| Caja de bolígrafos | Tomar apuntes                                  | \$5,00              |
| Copias             | Copias de los ejemplares de Diario El Universo | \$20,00             |
|                    |                                                | <b>TOTAL: 49,00</b> |

##### Otros gastos

| RUBRO      | JUSTIFICACIÓN                                          | VALOR                 |
|------------|--------------------------------------------------------|-----------------------|
| Transporte | Traslados de materiales y movilizaciones personales    | \$25,00               |
| Refrigerio | Alimentos para asistentes al taller de educomunicación | \$50,00               |
|            |                                                        | <b>TOTAL: \$75,00</b> |

##### Tabla N° 20

**TOTAL GENERAL: \$1.239.00**

## Conclusiones

- Los medios de comunicación tienen una gran influencia en la construcción del criterio de las personas, por lo cual el tratamiento de la información debe ser con ética y veracidad, esta es una responsabilidad que debe ser cumplida por los medios y los comunicadores sociales.
- Por las características de la información publicada en los editoriales de Diario El Universo, se pudo identificar que el discurso ha tenido ciertas transformaciones. Durante la etapa pre-electoral, el discurso presentó elementos que denotaban un posicionamiento de oposición al Gobierno, mientras que después de las elecciones, El Universo presentó un discurso más conciliador y unificador, favoreciendo al Gobierno actual.
- El ciudadano común por lo general desconoce la intencionalidad y la diversidad de elementos que están implícitos en el discurso de los medios, por lo cual es importante que reciba una formación que fomente el sentido crítico de su papel como receptor.
- Los encuadres y las estrategias desinformativas están presentes en el contenido de los medios.

## **Recomendaciones**

- Fomentar en los estudiantes de Comunicación Social el uso de metodologías que involucren técnicas que permitan el análisis y extracción de datos de los discursos de los diferentes medios.
- Generar en los estudiantes de Comunicación Social un alto nivel de ética e integridad profesional, de tal manera que en el ejercicio periodístico sus principios no se vean afectados por los intereses de los medios.
- Generar desde la Facultad de Comunicación Social un espacio para que los futuros profesionales de la comunicación interactúen con la ciudadanía de tal manera que le brinden la formación necesaria para reaccionar activamente ante el contenido de los medios.
- Se debe plantear desde la Academia que la objetividad no es una cualidad que caracterice a la prensa.

## Bibliografía

1. Alfonso, C., Valladares, A., Rodríguez, P., & Selín, M. (2017). Comunicación, cohesión y satisfacción familiar en adolescentes de la enseñanza secundaria y preuniversitaria. Cienfuegos 2014. *Medisur*, 15(3), 341-349.
2. Anzorena, O. R. (2013). *El arte de comunicarnos: Conceptos y técnicas para una comunicación interpersonal efectiva*. Buenos Aires: LEA.
3. Barragán, D. A., & Niño., D. I. (2017). Responsabilidad gubernamental ante decisiones ejercidas por democracia directa. Análisis comparado del plebiscito del Acuerdo de Paz en Colombia y el Referéndum del Brexit en Inglaterra en 2016. *Investigaciones originales*, 19(2), 25-38.
4. Belinchón, M. (2018). El análisis de discurso en la investigación estratégica. *Más poder local*(24), 38-39.
5. Buenaño, E. T. (2017). *ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO DE RAFAEL CORREA EN ECUAVISA Y ECUADOR TV Y LA RECEPCIÓN EN ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE SOCIOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*. Universidad de Guayaquil. Guayaquil: Facultad de Comunicación Social.
6. Burgueño Muñoz, J. (2009). *Los renglones torcidos del periodismo: Mentiras, errores y engaños en el oficio de informar*. UOC PRESS.
7. Costales, J. R. (2014). Rafael Correa y las elecciones 2006, Inicios del Marketing y Comunicación política digital en Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 116-123.
8. Durandin, G. (1995). *La desinformación, la información y la realidad*. Madrid: Paidós.
9. Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso. *Discurso & Sociedad*, 170-185.
10. García, C. R. (2016). Las relaciones internacionales del Perú a través del diario Perú21. Encuadres noticiosos en la información periodística sobre asuntos de Cancillería. *Correspondencias & Análisis*, 221-234.
11. Jacquard, R. (1988). *La desinformación: una manipulación del poder*. Madrid, España: Espasa.
12. Jiménez, M. I. (2017). *ANÁLISIS DE CONTENIDO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA PRENSA ESCRITA RESPECTO A LAS*

NUEVAS LEYES MODIFICATORIAS PARA HERENCIAS Y PLUSVALÍA, DESDE EL ANUNCIO DEL GOBIERNO HASTA SU RETIRO DE LA ASAMBLEA NACIONAL. ECUADOR, DEL 24 DE MAYO AL 15 DE JUNIO DE 2. Santiago de Chile.

13. Jiménez, R. M. (2015). Metadiscursio y persuasión: estudio de editoriales de periódicos españoles sobre la muerte de Osama Bin. *Discurso y Sociedad*, 8(4), 589-622.
14. Mauco, M. P. (2015). *¿Clarín miente? "Del editor al lector": periodismo gerencial en el diario Clarín de la Argentina*. FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES. Buenos Aires: Flacso Andes. Biblioteca Digital de Vanguardia para la Investigación en Ciencias Sociales. REGIÓN ANDINA Y AMÉRICA LATINA.
15. McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
16. Mendivil, C., Racedo, Y., Meléndez, K., & Rosero, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Encuestros*, 11-23.
17. Martín Serrano, M. (2014). La globalización: un espacio y un tiempo de confrontación entre opciones humanizadoras y deshumanizadoras. *Telos*, 98, 14-23.
18. Martín Vivaldi, G. (1998). *Géneros Periodísticos*. Madrid: S.A. EDICIONES PARANINFO.
19. Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Quito, Ecuador: Quipus, CIESPAL.
20. Pabón, L. A. (2013). *ANÁLISIS DE DISCURSO DIARIO EL UNIVERSO SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN DE SUS NOTICIAS (PERÍODO 1 AL 15 DE SEPTIEMBRE 2011)*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
21. Pérez, A. S. (2016). *Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital: nuevos géneros y formatos en internet*. Universidad de Sevilla.
22. Ramonet, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. España: Temas de debate .
23. Reyes, V. d., Martínez, M. P., Mola, E. R., & González, E. Y. (2014). La comunicación en Pedagogía. *SciELO*, 349-350.

24. Rivas Troitiño, J. M. (1995). Desinformación: revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor. *Estudios sobre el mensaje periodístico.*, 75-84.
25. Romero Rodríguez, L. (2013). Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación/misinformación.
26. Sádaba Garraza, M. (2001). Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en Comunicación. *Comunicación y Sociedad.*, XIV(2), 143-175.
27. Sádaba, T. (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
28. Saltos, A. E. (2013). *Participación de la prensa en la opinión pública sobre el proyecto de Ley de comunicación en el Ecuador: Estudio comparativo de los diarios El Universo y El Comercio*. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.
29. Sorolla, M. N., & Díaz, R. R. (2017). Política mediatizada: el caso es durante el Periodo 2008-2012. *Index Comunicación*, 7(1), 143-163.
30. Timsit, S. (2002). Estrategias de Manipulación Mediática. *Pressenza*.
31. van Dijk, T. (2006). Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones. *Signos*, 39(60), 49-74.
32. van Dijk, T. (2016). Análisis Crítico del Discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 203-222.
33. (1948). *DECLARACION UNIVERSAL DE LOS DERECHOS*. eSilec Profesional - [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec).
34. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial N° 449,.
35. (2013). *Ley Organica de Comunicación*. Quito: Registro Oficial.
38. <http://www.eluniverso.com/>
39. <http://www.elmundo.es/>
40. <https://elpais.com/>

# **ANEXOS**

## Editoriales de la etapa Pre-electoral

**Anexo N° 1. Fecha:** 15/01/2017

**Título del Editorial:** “Aprender la lección”

### Aprender la lección

EDITORIALES | Domingo, 15 de enero, 2017 - 00h07

A partir del año 2014, el gobierno de Alianza PAIS ha contraído deuda externa en bonos por \$ 7.250 millones, por los cuales actualmente se pagan unos \$ 700 millones por concepto de intereses, pero en los años 2020, 2024 y 2026 habrá que cancelar el capital, que por el alto costo de los intereses, de aproximadamente 9% en promedio, y del corto plazo, entre cinco y diez años, serán cantidades que pesarán mucho en el presupuesto nacional.

De esta manera, el Ecuador, que está viviendo de la deuda en los últimos meses del Gobierno actual, arrastrará las consecuencias en los próximos tres periodos gubernamentales, lo que significa que en los doce años venideros, los ingresos del país se destinarán principalmente al pago de las obligaciones contraídas.

Probablemente, a quien gane las próximas elecciones le tocará reestructurar la deuda y tomar decisiones duras pero necesarias para solucionar el grave problema que recibirá. A los ciudadanos nos corresponderá ubicar las responsabilidades en donde corresponden, entender que en los últimos años hemos vivido más allá de donde nuestra realidad lo permitía y aprender la lección. (O)

ELECCIONES DEUDA EXTERNA DEUDA PÚBLICA ECUADOR

**Anexo N° 2. Fecha:** 30/01/2017

**Título del Editorial:** “Información relevante.”

### Información relevante

EDITORIALES | Lunes, 30 de enero, 2017 - 00h07

Han pasado cuatro días desde el encuentro de los candidatos, convocado por la Cámara de Comercio de Guayaquil y al que se excusó el candidato de Alianza PAIS, en una carta poco convincente, al menos para los ciudadanos que aún no habían decidido su voto.

Los siete candidatos restantes presentaron sus proyectos con distintos niveles de entusiasmo y la ciudadanía se habrá formado su criterio que, en algunos casos, es ya definitivo.

Pero lo que deja claro el comentario sostenido y el volver una y otra vez sobre el tema es que este proceso electoral ha producido ansiedad, desasosiego, en los electores. Quizás porque, con más o menos análisis, se sabe que no se trata solamente de un cambio de personas y de estilo, sino de un cambio en la concepción del papel del Estado, del de la sociedad civil y de las relaciones entre las funciones del poder.

Y, por todo eso, se quiere tener toda la información posible, pero hay el riesgo de que sea mucha pero no la más relevante. Es importante preguntarnos cuál es el tipo de país que queremos y cuál debería ser el perfil del presidente, para concluir quién es el candidato que se acerca más a él. (O)

### Anexo N° 3. Fecha: 05/02/2017

#### Título del Editorial: “Por respeto a la verdad”

## Por respeto a la verdad

EDITORIALES | Domingo, 5 de febrero, 2017 - 00h59

Hace algunos meses, la Fiscalía investiga supuestos casos de corrupción en Petroecuador. En relación con los delitos que se habrían cometido fue detenido Álex Bravo, exgerente de la petrolera, y está prófugo el exministro de Hidrocarburos Carlos Pareja Yañhuzzelli.

En estos días se han hecho públicos videos en los que el exministro Pareja, en conversación con distintos periodistas, en un lugar indeterminado, menciona algunos aspectos que habría que investigar, como la comercialización y la relación con Odebrecht, si se quiere establecer irregularidades, y da nombres de altos funcionarios que, a su juicio, son responsables de hechos ilícitos que han causado grave daño al país.

Con esta declaración, el caso debe tomar nuevos rumbos y es inevitable que la Fiscalía la tome en cuenta para su indagación, ya que le corresponde seguir todas las pistas para esclarecer la verdad, por supuesto escuchando también lo que tengan que decir los aludidos, y con total independencia buscar las pruebas necesarias para sus conclusiones.

El Gobierno, por su parte, ha reaccionado negándole a Pareja credibilidad; sin embargo lo único que cabe, por el bien del país y por respeto a la verdad a la que la ciudadanía tiene derecho, es una investigación exhaustiva e imparcial para conocer y sancionar a los responsables de uno de los mayores hechos de corrupción que ha conmovido al país. (O)

### Anexo N° 4. Fecha: 12/02/2017

#### Título del Editorial: “Inundaciones”

## Inundaciones

EDITORIALES | Domingo, 12 de febrero, 2017 - 00h00

Las fuertes lluvias están causando estragos graves en varias provincias del Litoral ecuatoriano. Uno de esos efectos es la turbiedad del agua, lo que, como en el caso de Portoviejo, obligó a que se cerraran las compuertas que alimentan el canal de riego que conduce agua cruda a la planta del tratamiento, problemas similares ocurrieron en Manta y en otros lugares de la provincia de Manabí.

Las inundaciones generaron también situaciones que obligaron a la evacuación de varias familias, tanto en sectores manabitas como en el sur de la provincia de El Oro y en la provincia de Santa Elena, donde varias comunidades quedaron aisladas. También hay varias carreteras afectadas en algunos de sus tramos.

Los inviernos fuertes no son extraños a nuestro país y aunque suponemos que hemos avanzado en infraestructura, la realidad demuestra que no lo suficiente, por lo que es de extrema importancia que las autoridades y entidades correspondientes estén preparadas para que puedan responder con la urgencia necesaria. Hace falta también capacitar a la población para que sepan actuar ante la fuerza de la naturaleza y evitar los riesgos. (O)

## Anexo N° 5. Fecha: 05/03/2017

### Título del Editorial: “Comentarios desacertados”

#### Comentarios desacertados

EDITORIALES | Domingo, 5 de marzo, 2017 - 00h00

Un desafortunado tuit, de tantos que hay, desencadenó uno de los episodios más tristes relacionados con el proceso electoral. Decía: “Manabí, devuelve los atunes. Traidores”, era la expresión de alguien con poco sentido de solidaridad y de respeto al derecho a pensar y a elegir. Dio lugar a una respuesta que, sin duda, no representaba al pueblo manabita y, peor que eso, a una generalización y justificación del hecho de tirar los atunes, por parte del presidente de la República.

En una de sus sabatinas habló del tema y en su visita a Chone insistió: “¿Saben qué, manabitas del alma?, ¡devuélvanles sus atunes! ¡Devuélvanles sus limosnas! No las necesitamos”.

El presidente olvida que la República que preside está integrada por todos los ecuatorianos, cualquiera que sea su raza, su situación económica, su definición ideológica, sus aciertos y sus errores y que la Constitución, en su artículo 3, cita como uno de los deberes del Estado que él representa “fortalecer la unidad nacional en la diversidad”, por lo que sus palabras al respecto fueron impropias y desacertadas; correspondía, más bien, un llamado a la serenidad y al respeto mutuo. (O)

## Anexo N° 6. Fecha: 12/03/2017

### Título del Editorial: “Destitución”

#### Destitución

EDITORIALES | Domingo, 12 de marzo, 2017 - 00h07

La Corte Constitucional de Corea del Sur ha confirmado la decisión del Parlamento de destituir a la presidenta Park Geun-Hye, por violación de la Constitución, corrupción y abuso de poder. El hecho provocó varios incidentes entre partidarios y opositores de la presidenta que, incluso, dejaron dos muertos. Sin embargo, el partido de la señora Geun-Hye declaró que aceptaba humildemente la decisión de la Corte Constitucional y que se sentía responsable de la caída.

Es la primera gobernante surcoreana elegida democráticamente que es removida del cargo desde 1987, año en que la democracia se inició en ese país. El sucesor deberá ser elegido en un plazo de dos meses, en circunstancias difíciles para sus relaciones internacionales con Corea del Norte, China y el nuevo Gobierno de Estados Unidos.

De lo que se conoce, se deduce que el paso dado no ha sido fácil, pero que la Corte Constitucional actuó con independencia y que el partido de Gobierno acepta sin cuestionamientos lo decidido por ese organismo. Como debe ser en una democracia. (O)

## Anexo N° 7. Fecha: 19/03/2017

### Título del Editorial: “Denuncias”

#### Denuncias

EDITORIALES | Domingo, 19 de marzo, 2017 - 00h01

En estos días se han producido mutuas acusaciones de no respetar el Código de la Democracia, en las candidaturas presidenciales. Desde la candidatura oficialista se denuncia que la candidatura opositora incumple el artículo 204, que dice que durante la campaña los candidatos y las organizaciones políticas “no podrán entregar donaciones, dádivas o regalos” a los ciudadanos.

Por otro lado, CREO denuncia que se incumple el artículo 207, que dice que quienes desempeñan una función pública y sean candidatos “no podrán participar oficialmente en eventos de inauguración de obras u otros financiados con fondos públicos” pero, curiosamente, añade: “exceptuando aquellos que sean de representación propios del ejercicio de sus funciones”. Este artículo es muy claro hasta que establece la excepción, que parece contradecir al primer enunciado y al objetivo mismo del artículo, que es evitar el uso de lo propio y obligado de la función pública con fines electorales.

Por la transparencia necesaria y por la imparcialidad que le corresponde a las autoridades electorales es de esperar que lo interpreten de acuerdo al espíritu subyacente en el artículo y en la propia ley. (O)

## Anexo N° 8 Fecha: 26/03/2017

### Título del Editorial: “A una semana”

#### A una semana

EDITORIALES | Domingo, 26 de marzo, 2017 - 00h07

Cuando falta una semana para que ejerzamos el derecho al sufragio, no está de más insistir en la necesidad de vivir este proceso como ciudadanos que entendemos que la democracia requiere respeto de los unos a los otros, a las leyes, a los derechos humanos, a la dignidad de las personas, a la verdad, a la justicia y a la paz.

Vivamos el último tramo con decencia, aceptando que somos uno en la diversidad, sin exclusiones, como dice la Constitución, sin discriminación “que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos”. Vivamos con entusiasmo el proceso, participemos en la promoción de nuestro candidato con empeño y perseverancia. Tengamos claras las razones por las que lo escogimos y comuniquémoslas con convencimiento y seguridad. Seamos conscientes de que el voto requiere reflexión previa y, en la era digital, eso incluye el uso positivo de los medios, no más insultos, no más mentiras, no más alarmas en las pantallas.

Hagamos de estas elecciones una oportunidad para crecer en ciudadanía.(O)

## Editoriales de la etapa Post-electoral

Anexo N° 9. Fecha: 12/11/2017

Título del Editorial: “¿Qué vamos a hacer?”

### ¿Qué vamos a hacer...?

EDITORIALES | Domingo, 12 de noviembre, 2017 - 00h08

La audiencia preparatoria de juicio que se desarrolla en la Corte Nacional de Justicia por el caso Odebrecht probablemente concluirá la próxima semana. Luego, el juez decidirá llamar o no a juicio a los sospechosos. De allí en adelante el caso debe seguir de acuerdo con el debido proceso.

Cualquiera que sea el desenlace, nos dejará a los ecuatorianos una interrogante y, probablemente, varias tareas. La pregunta es: ¿qué vamos a hacer para evitar que casos similares se presenten una y otra vez?

Para responder debemos identificar claramente las causas para encontrar las soluciones: ¿será que tenemos legislación permisiva?, ¿que hemos permitido que se debilite a los organismos de control?, ¿que la administración de justicia no es tal?, ¿que el control de la información contribuye al silencio?, ¿que hemos perdido la dimensión ética de la educación y de la vida?

Las interrogantes son muchas, pero es deseable que cada ciudadano añada las suyas y que aceptemos que hay tarea para todos y que juntos debemos asumir el compromiso: construir un país que vive la honestidad. (O)

Anexo N° 10. Fecha: 24/11/2017

Título del Editorial: “Lealtad”

### Lealtad

EDITORIALES | Viernes, 24 de noviembre, 2017 - 00h00

El presidente Moreno, como director de Alianza PAIS, convocó a una reunión de la Dirección Nacional que, entre otros puntos, debía aprobar la fecha y el lugar para la Séptima Convención Nacional del movimiento.

En octubre, algunos miembros de la Dirección Nacional intentaron destituir a Moreno y nombrar en su reemplazo al exministro Ricardo Patiño. El Consejo Nacional Electoral desconoció esa decisión porque no había sido tomada en la convención nacional. Sin embargo, han convocado a la séptima convención en la que, según el expresidente Correa, quien anuncia que estará presente, se expulsará a Lenin Moreno del movimiento porque, según ha dicho, “vamos a expulsar a la gente que ha traicionado el programa de gobierno de Alianza PAIS”.

Lo cierto es que lo que es un problema interno de un movimiento político –y una disputa por un liderazgo que algunos consideraban eterno– retrasa acciones importantes para que el país recupere la institucionalidad y el ejercicio democrático y mantenga viva la lucha contra la impunidad.

Mientras resuelven su problema, los ecuatorianos esperamos de quienes fueron elegidos por el pueblo, que sean capaces de mantener su lealtad con el país y sus ciudadanos, por encima de lealtades particulares a un grupo, a una persona o a un movimiento o partido. (O)

**Anexo N° 11. Fecha: 30/11/2017**

**Título del Editorial: “Dictamen positivo”**

## Dictamen positivo

EDITORIALES | Jueves, 30 de noviembre, 2017 - 00h07

Ayer, cuando se habían cumplido 36 días hábiles desde que la Corte Constitucional empezó el control previo a las 7 preguntas planteadas para la consulta popular, el presidente Lenin Moreno envió al Consejo Nacional Electoral la convocatoria a la consulta. Lo hizo respaldado en el artículo 105 de la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional, que establece que el organismo tiene 20 días para calificarlas y que si el plazo no se cumple, se entenderá que el dictamen es positivo. La propuesta llegó a la Corte el 5 de octubre.

No es la primera vez que se aplica este artículo, lo hizo antes el entonces presidente Rafael Correa, para convocar a consulta popular sobre el caso de La Concordia.

Probablemente surgirán interpretaciones a favor y en contra de lo actuado por el Ejecutivo, pero lo más importante es entender que como dice el artículo primero de nuestra Constitución: “La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad y se ejerce a través de los órganos del poder político y de las formas de participación directa previstas en la Constitución”. En una democracia no hay poder más alto que el del pueblo y nadie que se autodefinía como demócrata y realmente lo sea, teme, elude, desprecia o rechaza la opinión popular. (O)

**Anexo N° 12. Fecha: 12/12/2017**

**Título del Editorial: “Indispensable”**

## Indispensable

EDITORIALES | Martes, 12 de diciembre, 2017 - 00h00

El secretario de la presidencia, Eduardo Mangas, presentó ayer su renuncia. El presidente Moreno la aceptó de inmediato y encargó sus funciones al secretario nacional de Planificación, hasta que se nombre su reemplazo.

Una grabación, que circuló ampliamente, permite escuchar al exsecretario afirmar algunas cosas, como que sabían que las denuncias de Villavicencio y de la Comisión Anticorrupción eran verdad, o que había que promover el diálogo porque la gente necesitaba ser escuchada, pero que nada iba a cambiar. Luego en un comunicado oficial afirmó que lo sacaron de contexto y que lo dicho no reflejaba el pensamiento del presidente Moreno.

La renuncia de Mangas era políticamente indispensable, pero queda por aclarar algunas cosas: a quiénes se refería cuando dijo que conocían que las denuncias de corrupción eran verdad, por qué callaron esas personas contribuyendo a que no se investiguen hechos que perjudicaron gravemente al Estado, por ejemplo.

El país está en un momento difícil y para superarlo necesitamos confiar los unos en los otros y trabajar juntos. Al presidente le corresponde liderar la acción de transparencia y anteponer los intereses de país a todos los demás. (O)

## Anexo N° 13. Fecha: 19/11/2017

### Título del Editorial: “Cambio de opinión”

#### Cambio de opinión

EDITORIALES | Martes, 19 de diciembre, 2017 - 00h07

Parece que el temor al criterio del pueblo es poderoso, puede hasta lograr que las personas cambien de opinión. El excanciller Patiño, acompañado del expresidente Correa, presentó a la Organización de Estados Americanos (OEA) una denuncia sobre una supuesta alteración del orden constitucional por la consulta del presidente Moreno, quien, según el denunciante, pretendería “tomarse en forma directa todas las funciones del Estado”. Pide que se convoque al Consejo Permanente y se active la Carta Democrática para “normalizar la situación”.

Lo pide al mismo organismo que su gobierno criticó duramente, hasta el punto de promover acciones para impulsar la creación de otra organización regional como la Unasur, y del que el presidente Correa expresó, en el 2015, que era insalvable.

Es extraño que les preocupe que Moreno “pretendería tomarse en forma directa todas las funciones del Estado”, cuando en el 2011 el expresidente Correa declaró que el presidente de la República no solo es el jefe del Ejecutivo sino de todo el Estado ecuatoriano.

En todo caso, lo que importa es que la OEA y la comunidad internacional conozcan que se está pidiendo al pueblo ecuatoriano su opinión y que cualquier cambio que se dé será porque el pueblo lo consideró conveniente y será difícil demostrar que la voz del pueblo atenta contra la democracia y la constitucionalidad. (O)

## Anexo N° 14. Fecha: 02/01/2018

### Título del Editorial: “Vicepresidencia”

#### Vicepresidencia

EDITORIALES | Martes, 2 de enero, 2018 - 00h08

Cualquiera que sea la decisión respecto al juicio político al vicepresidente de la República, Jorge Glas, por el que según parece no hay mayor interés, ni prisa, entre los miembros de la Comisión de Fiscalización de la Asamblea, sus días en ese cargo están contados. Por un lado, la Contraloría ratificó la sanción de “destitución definitiva” y, por otro, el plazo para ausencia temporal que es de noventa días, termina el 2 de enero.

En estas circunstancias, y de acuerdo a la Constitución, corresponderá a la Asamblea elegir al nuevo vicepresidente de una terna presentada por la Presidencia de la República, si no lo hace en 30 días, se entenderá que fue elegido el primero de la terna.

El presidente tiene una magnífica oportunidad para oxigenar su equipo, eligiendo para miembros de la terna a ciudadanos y ciudadanas honestos, trabajadores, con visión de país, capacidad de diálogo y apertura, sin historias negativas en el servicio público. Personas que garanticen la apertura y en las que la ciudadanía pueda confiar. (O)

## Anexo N° 15. Fecha: 23/01/2018

### Título del Editorial: “Lo dijo el presidente”

## Lo dijo el presidente

EDITORIALES | Martes, 23 de enero, 2018 - 00h00

Después de una década tuvimos a un presidente ante la prensa dispuesto a responder con serenidad. Se habló básicamente de política interna, de economía y de política internacional. Que a unos ecuatorianos les pareció que estaban bien seleccionados los periodistas y a otros no, puede ser. Que unos hayan quedado satisfechos con toda la entrevista y otros totalmente insatisfechos, también; y que algunos quedaron tranquilos con unas respuestas y con otras no, es posible. Todos somos ciudadanos ejerciendo nuestro derecho a opinar y a escuchar a quien nos gobierna y esperamos también ser escuchados, porque solo así es posible rectificar y esta es una de las virtudes de los buenos gobiernos.

Precisamente, queremos registrar una opinión del presidente: “Los cambios son consustanciales a las personas y a los gobiernos, si se ve que las cosas no han dado resultado en una forma, hay que cambiar esa forma, no podemos pretender algo mejor haciendo exactamente lo mismo”. Por el bien del país, esperamos que estas palabras resuman un principio, una filosofía de gobierno que se lleve a la práctica oportunamente. (O)

## Anexo N° 16. Fecha: 31/01/2018

### Título del Editorial: “Espacio Público”

## Espacio público

EDITORIALES | Miércoles, 31 de enero, 2018 - 00h08

La Defensoría del Pueblo ha citado al alcalde y al procurador síndico municipal a la audiencia que se realizará el 20 de febrero para tratar sobre el reclamo del colectivo Espacios Públicos Libres, que también ha sido citado.

El reclamo se produce porque por seis meses, tres de las puertas de la plaza del Centenario permanecieron cerradas, lo que consideran que interrumpe la libre movilidad en la calle 9 de Octubre, disminuye el turismo y propicia la desaparición de algunos oficios tradicionales, como el de los fotógrafos con sus cámaras antiguas.

Pero el Municipio tiene sus razones: rehabilitar el parque y evitar los problemas generados por la presencia de delincuentes en el lugar.

Es de suponer que habrá acuerdo, pues el Municipio ha multiplicado los parques en la ciudad, precisamente, para ofrecer a la ciudadanía espacios para disfrutar, pero también se debe garantizar la seguridad y no hay que abandonarlos.

Ad closed by Google

Una de las activistas dijo: “Es necesario que nos adueñemos de nuestros espacios públicos”, eso implica también responsabilizarse de ellos. Es mucho lo que de arte, cultura y recreación se puede hacer en un parque y las iniciativas, si bien, aceptadas por el Municipio, no tienen que siempre ser municipales. (O)

Anexo N° 17.

Matriz de recolección de datos

| Fecha | Título | Tema de agenda | Estrategias Ideológicas |            |             |               |              |             |                  | Estrategias Léxico-semánticas |              |         |             |  |
|-------|--------|----------------|-------------------------|------------|-------------|---------------|--------------|-------------|------------------|-------------------------------|--------------|---------|-------------|--|
|       |        |                | Legitimación            | Simulación | Unificación | Fragmentación | Cosificación | Inferencias | Intertextualidad | Palabras clave                | Demonización | Omisión | Observación |  |
|       |        |                |                         |            |             |               |              |             |                  |                               |              |         |             |  |
|       |        |                |                         |            |             |               |              |             |                  |                               |              |         |             |  |
|       |        |                |                         |            |             |               |              |             |                  |                               |              |         |             |  |
|       |        |                |                         |            |             |               |              |             |                  |                               |              |         |             |  |
|       |        |                |                         |            |             |               |              |             |                  |                               |              |         |             |  |
|       |        |                |                         |            |             |               |              |             |                  |                               |              |         |             |  |
|       |        |                |                         |            |             |               |              |             |                  |                               |              |         |             |  |

## **Anexo N° 18.**



### **Preguntas de la Entrevista al MSc. Kléber Loor Valdiviezo**

**1 ¿Cómo considera usted, el manejo y tratamiento de la información política por parte de los medios nacionales, en el Ecuador?**

**2 ¿Cree que la ciudadanía está al tanto, o percibe la intencionalidad que posee el discurso de los medios de comunicación?**

**3. De acuerdo a su criterio ¿Cuáles serían las principales consecuencias que causa la manipulación mediática en la ciudadanía?**

**4. Como comunicador ¿cuál cree que sería la solución para que los medios no tengan como prioridad los intereses particulares sino el servicio a la ciudadanía?**

**5. ¿Cuál es su opinión con respecto a la ética periodística?**

## Anexo N° 19.

### Fotos de la Entrevista



## Anexo N° 20.

### Análisis de los editoriales



Anexo N° 20.

Portada del Folleto

