



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS DE COBERTURA PERIODÍSTICA REALIZADA PARA ALIANZA
PAÍS POR LOS PERIÓDICOS EL TELÉGRAFO Y LA HORA DURANTE LA
CAMPAÑA PRESIDENCIAL 2013**

AUTORA

MARIA AUGUSTA ROMÁN ORTEGA

DIRECTOR

MAURICIO CARPIO

FECHA

SEPTIEMBRE 2013

QUITO-ECUADOR

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORA

MARIA AUGUSTA ROMÁN ORTEGA

DIRECTOR

MAURICIO CARPIO

FECHA

JULIO 2013

QUITO-ECUADOR

DEDICATORIA

A mi Padre, por ser mi más grande ejemplo, y mi apoyo durante toda mi vida, porque con paciencia has esperado y sin palabras me has impulsado a seguir y se cuánto significa esto para ti.

A mi esposo Julio por ser mi compañero, mi más grande apoyo, has sido mi impulso para conseguir todos mis sueños, a mis hijos Ma Paula y Martín que son la luz de mi vida y mi razón de existir.

AGRADECIMIENTOS

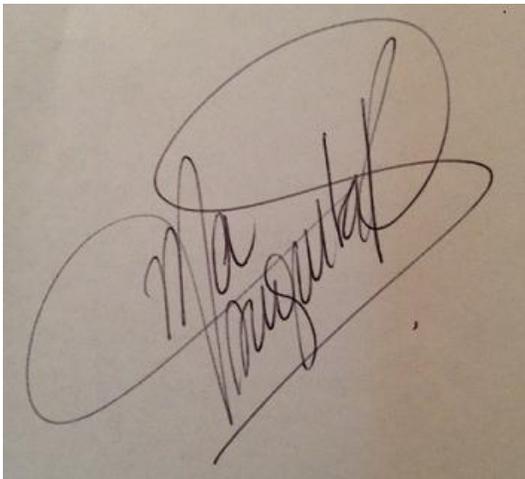
A mi madre, suegros, tías, amigas, que de diversas maneras me insistieron para que termine esta etapa, gracias por su apoyo.

A mi Dios que es el dueño de mi vida, el único que me guía y me da su bendición en cada cosa que realizo, sin el nada sería posible.

A mi Director de Tesis por su paciencia y ayuda durante este proceso

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, María Augusta Román Ortega, con cédula de identidad N° 0702413386, declaro que la presente tesis titulada: “*Análisis de cobertura periodística realizada para alianza país por los periódicos el telégrafo y la hora durante la campaña presidencial 2013*” ,es de mi autoría y que de ninguna manera es copia total o parcial de otra investigación, tesis o trabajo publicado. Todas las fuentes bibliográficas han sido citadas, al igual que los nombres de los autores y autoras. Asumo mi total responsabilidad en el caso de existir cualquier tipo de plagio.

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored surface. The signature is written in a cursive style and appears to read 'María Augusta Román'.

María Augusta Román

0702413386

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
ABSTRACT	3
CAPÍTULO I	5
1. COMUNICACIÓN DE MASAS	5
1.1. Definición de Comunicación de Masas	5
1.2. Redes Sociales	9
1.3. Comunicación Política	11
1.3.1. Comunicación Política en el Ecuador	12
1.3.2. Propaganda Política	14
1.3.3. Discurso Político	15
1.4. Opinión Pública	17
1.5. Medios de Comunicación	19
1.5.1. Medios Públicos	21
1.5.2. Medios Privados	22
1.5.3. Los medios de comunicación frente a la política	23
CAPÍTULO II	25
2. CAPAÑA PRESIDENCIAL ECUADOR 2013	26
2.1. Alianza País como partido político	26
2.1.1. Discurso Político de Alianza País	26
2.2. Redes Sociales en el Ecuador	29
2.3. Opinión Pública en el Ecuador	31
2.4. Medios Públicos en el Ecuador	33

2.5. Medios Privados en el Ecuador	35
2.6. Periodismo escrito en el Ecuador	37
2.7. Diario La Hora	41
2.8. Diario El Telégrafo	43
2.9. Campaña Electoral 2013	43
CAPÍTULO III	55
3. ANÁLISIS DE LA COBERTURA PERIODÍSTICA	55
3.1. METODOLOGÍA	55
3.2. Análisis de la Cobertura Periodística de la Campaña Electoral 2013 y sus Categorías	56
3.2.1. Comunicación de Masas en el Análisis	56
3.2.2. Redes Sociales en el Análisis	57
3.2.3. Comunicación Política en el Análisis	58
3.2.4. Propaganda Política en el Análisis	58
3.2.5. Discurso Político en el Análisis	59
3.2.6. Opinión Pública en el Análisis	60
3.2.7. Medios de Comunicación en el Análisis	60
3.3. Cobertura Periodística en General Diario La Hora – Diario El Telégrafo	61
3.3.1. Comparativo Noticias a Favor de Alianza País	67
3.3.2. Comparativo Noticias en Contra de Alianza País	71
3.3.3. Comparativo Crítica a Alianza País	74
3.3.4. Comparativo Entrevista para Alianza País	77
3.3.5. Comparativo Noticias Informativas de Alianza País	78

3.4. Editorial	79
3.4.1. Editoriales Diario La Hora	80
3.4.2. Editoriales Diario El Telégrafo	84
3.4.3. Comparativo Editoriales Diario La Hora – Diario El Telégrafo	90
3.5. Columna de Opinión	90
3.5.1. Columna de Opinión Diario La Hora	91
3.5.2. Columna de Opinión Diario El Telégrafo	95
3.5.3. Comparativo Columnas de Opinión Diario La Hora – Diario El Telégrafo	103
CAPÍTULO IV	104
4. CONCLUSIONES	104
BIBLIOGRAFIA	109
ANEXOS	112

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se ejecutó un análisis de la cobertura periodística que realizaron Diario La Hora y El Telégrafo en la campaña electoral 2013 en nuestro país. Particularmente realizada al partido político de Gobierno Alianza País, con el objetivo de evidenciar el manejo editorial de estos medios impresos durante el tiempo de campaña.

Se abordan diversas teorías para entender los procesos que utilizan los candidatos dentro de una campaña política para llegar a los electores y conseguir los votos que los llevarán al poder, siendo la comunicación la herramienta fundamental.

En el capítulo I se construye el marco teórico que nos permite entender el problema planteado, las categorías que se conceptualizan son: Comunicación de Masas, Redes Sociales y su desarrollo en la sociedad; también Comunicación Política y, dentro de esta rama, el discurso político y la propaganda política; además de la definición de Medios de Comunicación tanto privados como públicos y su poder frente a la ciudadanía de cara a una campaña electoral.

En el capítulo II se destacan los acontecimientos diarios de la campaña electoral 2013 que duró 42 días. Se desarrolla la problemática del proceso electoral vivido en nuestro país y la situación poder-medios de comunicación-electores dentro del marco de estudio como son: Comunicación Política, Opinión Pública y Medios de Comunicación Privados y Públicos.

En el capítulo III se procede a realizar un análisis cuantitativo de los diarios La Hora y El Telégrafo acorde a la segmentación metodológica adoptada para este estudio: noticias, editoriales y columnas de opinión por su contenido, cuyos resultados arrojan porcentajes para la comparación y así se puede evidenciar la postura adoptada por los medios seleccionados.

Finalmente en el capítulo IV se concluye acerca de la cobertura periodística que realizaron los medios de comunicación objeto del análisis. En base a los datos se deja en claro la postura que estos adoptaron y el tratamiento que dieron a las noticias sobre todo del Movimiento Político Alianza País.

ABSTRACT

In order to develop this Thesis, it was developed an analysis of the journalist coverage that Diario La Hora and Diario El Telégrafo made to the political campaign of 2013 in our country. In a particularly the political campaign made by the Governmental Party Alianza País, with the purpose of determine the editorially tendency of this Ecuadorian Newspaper.

It have been analyzed different theory's in order to understand the procedures made by the candidates within the political campaign to achieve the attention of the newspapers readers and to get the necessary votes that take them to the presidential and legislative chairs, with the communication as the fundamental tool to achieve this.

In the First Chapter its build the theoretical framework in order to understand the thesis, for that matter the categories that are conceptualized in this chapter are: Mass Communication, Social Networks and it's important in the current world, also Political Communication, and in this topic, the political discourse. Also it's analyzed the definition of Private Media and Public Media and the power of this into the citizenship facing the political campaign.

Chapter Two is about the daily events during the electioneering 2013 that take place in 42 days. This chapter developed the electoral process and the issue that merge of Power-Media-Voters in the topics elected to analyze in this thesis: Political Communication, Public Opinion and Private and Public Media.

Chapter Three it's about the quantitatively analysis of Diario La Hora and Diario El Telégrafo, in the adopted methodology of this study: news, editorial and opinion, by its content and wich results, presented in percentages data that we can compare in order to determinate the stance and editorial position of the two selected media.

Finally, in Chapter Four it's destined to conclude the political coverage made by the two selected media. With the results of the analysis, and after process the date, we can determinate the position that each one of this two media adopted, and the treatment that this media have towards the Governmental Party Alianza País.

CAPÍTULO I.

A continuación se realiza una introducción a los diversos conceptos y su fundamento teórico para el sustento del proyecto investigativo, siendo éstos: Comunicación de Masas, Redes Sociales, Comunicación Política, Propaganda Política, Discurso Político, Opinión Pública y Medios de Comunicación tanto Públicos como Privados, y su rol frente a la política. Estas nociones ayudarán a entender los procesos comunicacionales que se viven cuando la ciudadanía es informada durante un proceso electoral, y en la que están implicados medios de comunicación privados y públicos.

1. COMUNICACIÓN DE MASAS

1.1 Definición de la Comunicación de Masas

La comunicación de masas es entendida como “la que se dirige a grandes audiencias” (West y Turner, 2005:32), este proceso se realiza a través de medios de comunicación por donde circulan mensajes masivos, estos pueden ser radio, televisión, prensa escrita, e internet del mismo que nacen los nuevos medios de comunicación y redes sociales como Twitter y Facebook.

Uno de los medios de comunicación con mayor alcance y llegada es la televisión, “la mayoría de la población se informa mirando el noticiario televisado y, para una buena parte de esa población, la imagen es garantía de verdad” (Mouchin, 1999:26). No sucede lo

contrario con la prensa escrita que también informa con credibilidad desde mucho antes que la televisión.

Es importante analizar los distintos niveles de organización social en donde se produce la comunicación, partiendo de ello la comunicación de masas “se puede considerar como uno de los diversos procesos de comunicación a escala de toda una sociedad, que se encuentra en el vértice de una distribución piramidal de todos los procesos de comunicación” (Mc Quail, 1994:35), es decir la información circula masivamente de una persona a otra. Así mismo debemos entender que la comunicación difiere considerablemente de un nivel a otro, con la posibilidad de dividirlos de acuerdo a su cultura, interés, género, inclinaciones, así como por sus necesidades, requerimientos, desacuerdos, reclamos, quejas, etc., según Harold Lasswell¹ “las principales funciones de comunicación en una sociedad eran la vigilancia del entorno, la correlación de las partes de la sociedad en sus respuestas al entorno y la transmisión del legado cultural”. (Mc Quail, 1994:136).

Los medios de comunicación hoy en día producen procesos “masificados entre emisores y receptores” (Mc Quail, 1994:76), esto debido al acceso a la información que se tiene a diario, sin embargo dicho proceso puede ser considerado “calculador y manipulador por parte del emisor” (Mc Quail, 1994:77), mismo que puede responder a intereses propios, ayudado por el conocimiento acerca de las necesidades de su

¹ H. Laswell es pionero en el estudio de la Ciencia Política y las Teorías de la Comunicación, particularmente interesado por la comprensión de los efectos a partir de su tan conocido paradigma: ¿Quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto?

audiencia en televisión y radio, o de sus lectores en el caso de prensa escrita. Marx por su lado consideraba desde el punto de vista clásico que “la clase que posee los medios de producción material también controla, al mismo tiempo, los medios de producción mental, de modo que, en general, las ideas de quienes carecen de medios de producción mental quedan subordinadas” (Mc Quail, 1994: 132), para algunos la teoría marxista no está alejada de la realidad, siempre y cuando se tome en cuenta que actualmente no solo existen medios capitalistas sino también “ la prensa independiente, o la radio y la televisión pública” (Mc Quail, 1994:133).

El proceso de comunicación de masas también es denominado “no moral” (Mc Quail, 1994:77), entendido como “un servicio prestado o un trato comercial, en el que se encuentra voluntariamente sin compromiso alguno para ambas partes.” (Mc Quail, 1994:77). Estas concepciones etiquetan al emisor (dueño) con más poder frente al receptor y se puede considerar que la información que los medios de comunicación transmiten es la realidad que la ciudadanía tendrá y que comunicará también.

Los medios de comunicación han sido llamados el primer poder, al ser considerados incluso más importantes que el mismo poder político, por su llegada masiva a la ciudadanía que los toma como fuentes de información y credibilidad, “resultan sospechosos de violencia simbólica y son temidos como medios de poder y dominación”. (Armand y Mattelart, 1995:51). Para Mc Quail el poder de los medios de comunicación necesita tres características: “una industria mediática nacional capaz de llegar a la mayoría de la gente,

un nivel de control autoritario en la cúspide, y un público aficionado y atraído por los media y vulnerable a sus atractivos manipuladores”.

Concepción que apoya la dependencia mediática propuesta por De Fleur y Ball-Rokeach que “postula que cuanto más dependa una audiencia de los media para la información y cuanto más se encuentre una sociedad en situación de crisis o de inestabilidad, más poder tendrán los media (o se les atribuirá)” (Mac Quail, 1994:138).

También hay otras concepciones en las cuales se los denomina a los medios de comunicación como “fuente primaria de fama y de la posición de los famosos y de un desempeño eficiente en las esferas públicas” (Mc Quail, 1994:28), de esta concepción parte la idea de una necesidad de influencia hacia las masas, en donde la ciudadanía quiere ser como los famosos de televisión, vestir como ellos, asistir a donde ellos van, etc., es por ello que reconocidas marcas usan imágenes de pantalla en sus publicidades que sugieren estereotipos de vida que la sociedad quiere alcanzar.

La teoría de los medios de comunicación y desarrollo también cataloga a la comunicación de masas como positiva en la medida que los “media” sirvan para “ayudar a promover la difusión y la adopción de innovaciones técnicas y sociales esenciales para la modernización. Pueden contribuir a la alfabetización y a la adquisición de otras aptitudes y técnicas básicas” (Mc Quail, 1994:144), es decir los media siguen siendo instrumentos influyentes para la sociedad, concepciones más actuales y modernas consideran que “la

edad mediática solo se establece con convergencia de los medios, la computación y las telecomunicaciones”. (Lash, 2005:120), es decir nuevamente se convierten en fuentes de persuasión.

1.2 Redes Sociales

Como se ha insinuado antes las nuevas formas de comunicación están inmersas en la dinámica de lo que se ha denominado comunicación masiva, y si bien estas tienen la particularidad de incluir con mayor fuerza a las audiencias, aún se mantiene una suerte de dependencia informacional. De allí que los grandes medios se valgan del producto de estos nuevos medios –“*redes sociales*” para captar la atención de estos interlocutores.

Las redes sociales pueden definirse como un “conjunto bien delimitado de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales.” (Lozares, 1996:108). Otro concepto es la “colección más o menos precisa de conceptos y procedimientos analíticos y metodológicos que facilita la recogida de datos y el estudio sistemático de pautas de relaciones entre la gente”. (Lozares, 1996:108).

Los involucrados en las redes sociales pueden ser personas con diversos pensamientos, ideas, ocupaciones, estudios, etc. y representan “individuos, empresas, unidades colectivas sociales, departamentos de una empresa, agencias del servicio público en la ciudad, estados,

etc.” (Lozares, 1996:108), hoy en día medios de comunicación, empresas privadas, públicas, y personas naturales utilizan estos medios para dar a conocer su trabajo, pensamiento, ideología, acciones, etc.

Las redes sociales “traspasan fronteras, crean vínculos, que unen tanto a miembros individuales como a colectivos de la sociedad”. (Requena, 2003:3). Todos pueden conectarse entre todos, y no solo a través de las computadoras, pues desde la llegada al mercado de los llamados *smarthphones* y *tablets* que tienen conexión durante todo el día al Internet, la información llega con mayor inmediatez y no solo a nivel local sino mundial, tenemos al alcance políticos, cantantes, jugadores de fútbol, actores, el mismo Papa Francisco, etc., todos ellos gente que antes solo veíamos en televisión o prensa. Se han acortado las distancias a través de las redes sociales al” anular el tiempo, realizan el mayor de nuestros deseos, satisfecho por el abandono de las restricciones temporoespaciales” (Mouchon, 1999: 28), todo es conocido inmediatamente, y los usuarios se convierten en corresponsales de información a nivel mundial.

Desde hace más de dos décadas el Ecuador se incorporó a la revolución de redes sociales, en donde los medios de comunicación tradicionales como la televisión, prensa escrita y radio se vieron en la obligación de informar con mayor inmediatez que la acostumbrada y, por tanto, debieron adecuarse a las demandas de una nueva lógica de información fundamentada en la tecnología digital.

Los políticos, cantantes, deportistas, actores, personajes de televisión, también hacen uso de las redes sociales, en donde dan a conocer sus logros, quejas, discursos, trabajo, viajes, etc.

1.3 Comunicación Política

A las categorías anteriores se ha de sumar la de comunicación política dado que el ámbito de estudio particular es el electoral. Entonces entendemos que la comunicación política es la “actividad social relacionada con la lucha por el poder y la conducción de un pueblo, incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como propaganda, marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación institucional política.” (Canel, 2006:17). La Real Academia de la Lengua define a la política como “el arte de gobernar pueblos”, y a la comunicación la define como la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”. Es por ello que hay quienes sostienen que “la política sin comunicación sería imposible, ya que la sociedad misma es impensable sin comunicación” (Gerstlé, 2005:22).

La comunicación política se encarga de construir el mensaje que será transmitido a la sociedad a través de las campañas electorales, el “mensaje es el elemento central” (Petit y Cilimbini, 2009: pag.88) y deberá contener la realidad y necesidades del país. Ninguna decisión política podría ser vinculante para la ciudadanía sin la comunicación, todo proceso de cambio debe tener una publicación, presentada en un escenario con definición de

problema y solución que en este caso vendría por parte de los gobernantes. “La comunicación es un recurso de la sociedad para superar los obstáculos que impiden su desarrollo integral y una justa distribución de riquezas que generan todos los individuos congregados en una nación.” (Proaño, 1989:110).

En la política, el uso de la comunicación es fundamental para llegar a los electores y conseguir sus propósitos. “La comunicación está en el corazón del triunfo electoral, es lo que aceita la maquinaria del gobierno, sostiene el liderazgo efectivo, orienta el transcurrir de las comunidades, acuña la memoria social colectiva, y; en fin, es el modo y medio del gobierno democrático”. (Canel, 2005:19). Lo que se dice en una campaña electoral puede ser vital para el candidato, pues la información recibida por uno u otro medio puede afectar la decisión de voto, que podría estar vinculada a las perspectivas, actitudes y opiniones que se reflejan en una sociedad, esto visto desde la teoría hipodérmica o también conocida como de la bala mágica puede ser una realidad, pues la misma sostiene que “el receptor era un elemento pasivo”. (Bernárdez, 1997:184). Sin embargo cabe señalar que dicha teoría se encontró con el problema de que, en la práctica, algunas campañas conseguían el efecto contrario al proyectado por sus creadores”.

Quienes están al frente del poder, representan una clase social, la misma que llega a ser dominante para los electores, los políticos “pueden imponer un sistema de creencias a las clases sociales subordinadas, con el fin de reforzar su dominación”. (Lash, 2005:123), y si un mensaje causó efecto y logró un triunfo este puede servir por algún tiempo para que los políticos se mantengan en el poder, pese a que el mensaje no este apegado a la realidad.

1.3.1 Comunicación Política en el Ecuador

Nuestro país, tiene partidos políticos que nos han representado a través de toda la vida democrática, siendo estos una corriente de izquierda, derecha, centro izquierda, conservadores, liberales, etc. Los mismos que manejan sus propios discursos muchas veces contrapuestos.

Desde el 2007 que ganó la presidencia el economista Rafael Correa del Movimiento Político Alianza País (Lista 35), nuestro país atraviesa por un proceso político considerado de izquierda, en donde su principal fin es luchar por una igualdad social.

Ecuador es un país en desarrollo, según informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de diciembre de 2007 a junio de 2012, la pobreza se redujo del 36,7% al 25,3% y la extrema pobreza del 16,5% al 9,4%, la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) también presentó su informe el 28 de noviembre de 2012, mismo que señala una tendencia a la disminución de la pobreza en nuestro país de 37,1% a 32,4%.

En cuanto a inseguridad según un estudio realizado por la encuestadora CEDATOS en el 2011 el 51% de la ciudadanía encuestada habían sido víctimas de la delincuencia, y un 55% se sentían inseguros, además otros temas como: inestabilidad política en la historia, presidentes derrocados, etc.

Los políticos manejan un discurso incluyente que llama mucho la atención y ofrece una idea de mejoramiento. “Tematizar acerca de propaganda política o de comunicación política es hablar de persuasión ya que toda comunicación política es un intento de influir para lograr un cambio de actitud y/o conducta, para posicionar o reafirmar un candidato, un proyecto. (Petit y Cilimbini, 2009: pag.87).

El Gobierno de Rafael Correa en particular, se enfoca bastante en la comunicación, a través de sus campañas informativas de los diferentes ministerios informa al pueblo, así mismo realiza espacios de réplica ante denuncias presentadas en los medios de comunicación, los sábados a través de su cadena llamada “sabatina” conocemos la agenda de trabajo, avances de obras, viajes presidenciales, etc.

1.3.2 Propaganda Política

Dentro de la comunicación política debemos tomar en cuenta el recurso primordial para poder llegar a los ciudadanos, que es la propaganda política la misma que “se la puede caracterizar como comunicación, cuyo objetivo es la propagación y difusión de ideas, de sistemas de creencias y de proyectos” (Petit y Cilimbini, 2009: pag.87), esto de forma masiva, y repetitiva con la finalidad de perdurar en la mente de los electores.

La propaganda política utiliza el Marketing político como herramienta básica para una campaña electoral, es decir una ciencia que trabaja en base a lo que los electores quieren oír, acompañado de: “encuestas de opinión, formatos y géneros televisivos, técnicas publicitarias, animación por computadora mediante las/os cuales se construye la “imagen del candidato” y les da a los votantes el tratamiento de mercado electoral.” (Petit y Cilimbini, 2009: pag.93), el candidato puede trabajar su perfil y adoptar una postura de acuerdo a las necesidades de los electores.

El candidato es formado de acuerdo a la realidad de los electores, “se someten incansablemente a las nuevas reglas del marketing, es decir, aquellas que conciben al espacio político como un espectáculo, show.” (Petit y Cilimbini, 2009: pag.93), participan de entrevistas, asisten a eventos, inauguran obras, asisten a la televisión, saludan con todos, recorren barrios, escuchan necesidades, prometen, etc. Y con ello aparecen en las noticias de los principales medios de comunicación.

Dentro de la campaña electoral deberán existir estrategias de apoyo para los candidatos. “Las causas políticas se defienden en discursos y entrevistas grabados, en folletos, pósteres y, por supuesto, en plataformas y programas electorales.” (Alonso, Volkens y Gómez, 2012:11). Todo partido político tiene su sede, en donde sus partidarios se reúnen y organizan sus estrategias, además realizan cierres de campaña en las ciudades principales y barrios más populosos, colocan vallas publicitarias, realizan spots televisivos, cuñas

radiales, aparecen en la publicidad de los diarios, reparten hojas volantes en buses, calles transitadas, realizan llamadas telefónicas masivas, entregan regalos en barrios pobres, etc.

1.3.3 Discurso Político

Como se podrá intuir la propaganda necesita de un mensaje, contenido en el discurso.

Aristóteles definía al discurso como un arte, “la habilidad de percibir, en cada caso, los medios disponibles de persuasión”. (Palti, 2005:39), es decir las necesidades que el pueblo necesita escuchar, siendo la comunicación vital para realizarlo.

Dentro del discurso político encontraremos que es “particular por ser el único que siempre lleva implícito la representación del enemigo, de quien me diferencio u opongo.” (Petit y Cilimbini, 2009: pag.89), es común ver como todo político se refiere a los errores de sus adversarios políticos, para el desprestigio del opositor, el discurso siempre tratará de evidenciar una política diferente al de la oposición y centrará su objetivo en la necesidad de persuadir a la ciudadanía que lo escucha, y que será la encargada de otorgar el poder, este deberá contener mucha fuerza para demostrar temple y veracidad. “La credibilidad se relaciona con la competencia y la confiabilidad que el candidato pueda demostrar” (Petit y Cilimbini, 2009: pag.88).

El mensaje que se transmitirá a través del discurso político está lleno de ideas y planes de trabajo posibles de realizar, que serán la esperanza de los votantes, muchas veces cansados

de promesas, el discurso deberá tomar en cuenta “las creencias generales (conocimiento, opiniones, valores, criterios de verdad, etc.) de sociedades enteras o culturas. (Dijk: 1999:154). Para poder llegar a los electores es necesario identificar el sentir de cada individuo frente a su realidad, es decir dirigirse a los pobres, ricos, clase media, empresarios, empleados privados, sector público, etc., mismos que son parte de la sociedad y deben ser incluidos por el gobernante y por ningún motivo pueden verse afectados. “El discurso es la práctica principal por la que la ideología se reproduce, y es a la vez controlado y moldeado por ésta.” (Dijk: 1999:154).

Los candidatos pueden verse afectados o apoyados en las urnas según la credibilidad y confianza que generan en la ciudadanía a través de su mensaje, acordémonos que “Los grupos ideológicos se organizan en torno a un esquema conformado por categorías sociales como pertenencia, actividades, objetivos, valores, posición y recursos” (Dijk: 1999:154).

1.4 Opinión Pública

Una de las grandes preocupaciones de la investigación de la comunicación ha sido los efectos. ¿Qué sucede con los mensajes que circulan a diario por los medios? La respuesta a la pregunta central de esta investigación involucra definitivamente a los electores a la opinión que generan frente a los procesos de información.

La opinión pública es “la opinión de todos (mejor del pueblo activo, del pueblo participante) sobre los asuntos que a todos afectan” (Ruiz, 1997:39), o también “la opinión del pueblo sobre lo público” (Ruiz, 1997:39), y se constituye en los asuntos de interés necesarios para poder organizarnos y convivir democráticamente, en donde los ciudadanos pueden expresarse a través de huelgas, paros, reuniones, o también a favor de alguna ideología en marchas de apoyo, concentraciones etc. a través de “opiniones: juicios expresados verbal o conductualmente, en contra o favor de una o varias opciones”. (Sampedro, 2000: 20).

Dentro del proceso electoral a diario se manejan encuestas de opinión ciudadana, obtenidas de preguntas realizadas a la población, mismos que dan sus opiniones hacia los candidatos, estos resultados son trascendentales tanto para los votantes como para los candidatos, “urnas medios y sondeos, obsesionan al poderoso que busca en ellos la imagen más favorable para confirmar su voluntad de permanencia.” (Sampedro, 2000:13).

Hay quienes sostienen que dentro de una campaña electoral existe manipulación de la opinión pública para incidir en la decisión de voto, “el círculo se cierra cuando el político lee las encuestas para mejorar los resultados de las siguientes con mensajes engañosos, que los medios amplifican en busca de favores políticos, mientras los institutos de sondeos se venden al mejor (im) postor” (Sampedro, 2000:13), esta teoría cuestiona el real fin de los medios de comunicación y cuestiona el buen papel de las encuestadoras; sin embargo es muy común que todo candidato siempre mencione en sus discursos y entrevistas que es el

ganador según sus encuestas y que intente desmentir los resultados que el resto de candidatos también manejan.

Para la ciudadanía temas como inseguridad, pobreza, estudio, nivel de vida, popularidad política, son temas de interés que a diario se manejan dentro de los medios de comunicación, y que pueden dar una percepción de país diferente, siendo positivo o negativo para el candidato, quienes manejan estos datos normalmente son “los contables de la opinión pública contemporánea son los políticos, periodistas y los institutos de sondeos” (Sampedro, 2000:13).

La opinión pública, es la participación del pueblo en las decisiones que a todos afectan en cuanto a democracia se refiere, y es medida a través de “asamblea, referéndum, elecciones o por sondeos” (Ruiz, 1997:50), mismos que son realizados constantemente, sea en un proceso electoral o no, con la finalidad de indagar en el pensamiento ciudadano.

Ningún medio de comunicación tiene como finalidad dar a conocer la opinión pública, sin embargo aquello forma parte de sus transmisiones diarias y “tratarán de influir la opinión pública a futuro, al ser “creadores de opinión” (Ruiz, 1997:57), es decir podrán reflejar realidades de la sociedad que pueden ser a favor o en contra de un candidato.

1.5 Medios de Comunicación

La Real Academia de la Lengua define por separado al medio como “órgano destinado a la información pública” y a comunicación como la “acción y efecto de comunicarse”, es decir y como su nombre lo indica, un medio de comunicación es un canal a través del cual podemos comunicarnos entre una o varias personas.

Los medios de comunicación “proporcionan el modelo y establecen el paradigma de la información en el mundo de hoy” (Lash, 2005:119), vivimos un mundo en donde el ser humano necesita ser informado de todo lo que acontece.

Históricamente “cada uno de los medios fue, desde el punto de vista de la familia común, un nuevo dispositivo que cabía adoptar o rechazar, como forma de tecnología dentro del hogar.” (Fleur, Ball-Rokeach, 1993:75), actualmente no sucede lo contrario, conforme se moderniza el mundo el ciudadano también avanza.

La utilización de los medios de comunicación para informar, vender, promocionar, entretener, etc. los convierte en “medios instrumentales” (Lash, 2005, 123), pues cada ciudadano los utilizará con el fin que quiera alcanzar debido a su alcance y credibilidad.

La nueva Ley de Comunicación ecuatoriana aprobada este año, considera a los medios de comunicación social de la siguiente manera según el Art.5 y 6 respectivamente:

Art.- 5.-“Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que presten el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.”

Art.- 6.- Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llegue al 30% o más de la población del país, de acuerdo al último censo nacional; o, si el sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país.

Adquieren la misma condición los medios impresos nacionales siempre que la publicación circule en una o más provincias del territorio de la República del Ecuador cuya población corresponda, individual o conjuntamente, al 30% o más del total de habitantes del país, de acuerdo con el último censo nacional.

Para contabilizar y verificar la adecuación al parámetro antes establecido, se considerará de forma conjunta a todas las compañías que operen un mismo medio audiovisual o impreso nacional, ya sea de forma directa, a título de ediciones regionales o con cualquier otro mecanismo.

Los medios de comunicación social de carácter nacional no podrán pertenecer en todo o en parte, de forma directa o indirecta, a organizaciones o compañías extranjeras domiciliadas fuera del Estado ecuatoriano, ni a ciudadanos extranjeros, salvo aquellos ciudadanos extranjeros que residan de manera regular en el territorio nacional.

1.5.1. Medios Públicos

Los medios de comunicación públicos “están condicionados por los lineamientos políticos y las determinaciones del ejecutivo o del partido en el poder”. (Lucien, 1995:64). “Una clara característica del medio público debería ser su autonomía editorial” (Béistegui, 2005:226).

La mayoría de países a nivel mundial cuentan con medios públicos, radios, prensa y televisión, los mismos que se mantienen de fondos públicos, hay excepciones en donde si les es permitido vender publicidad para generar fondos, aunque ese no es el fin del medio,

dentro de las características de un medio público está la rendición de cuentas sobre el buen uso de los recursos públicos.

El primer medio de comunicación público en el mundo fue la British Broadcasting Corporation o más conocida como la BBC, que fue adquirida por Reino Unido en 1927, cinco años después de funcionar como una empresa privada, hoy en día una de las cadenas más grandes y con mayor credibilidad del mundo. Los ingresos de esta cadena son recaudados por una licencia de televisión que paga cada hogar que tenga y reciba señales de televisión. Europa es considerado el pionero de estos medios de comunicación

Según Dolores Béistegui en su publicación “Entre Medios Públicos y Medios de los Poderes del Estado” publicado en noviembre del 2005, los medios públicos son medios “preocupados por la difusión de cultura, comprometidos con el fortalecimiento de la identidad; medios de comunicación concebidos como un proceso dinámico del desarrollo humano.”

Un medio de comunicación público es considerado importante para garantizar la imparcialidad, y que no solo exista una versión por parte de los medios de comunicación privados partiendo de la “indiscutible necesidad de que un Estado contemporáneo y comprometido con la democracia cuente con medios de comunicación de servicio público” (Béistegui, 2005:227).

1.5.3 Medios Privados

Los medios de comunicación privados, “son empresas privadas con fines de lucro. Sus propietarios son ciudadanos con particulares intereses y visión del mundo. El sistema, en su conjunto, está condicionado, en buena medida, a la pauta del anunciante. (Lucien, 1995:64).

A nivel mundial la lista de medios de comunicación privados es extensa, podemos mencionar en México Televisa, el Clarín en Argentina, Mediaset en España, entre otros.

En el Ecuador el proceso para la operación de un medio de comunicación, no impreso o digital, inicia con la solicitud al Estado de una frecuencia que le permita la concesión en el espacio radioeléctrico. Para todos aquellos que se hallaban operando las frecuencias asignadas la Superintendencia de Telecomunicaciones dispuso en Junio del 2013 que:

En rigor de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, publicada en el Registro Oficial No. 22 (Tercer Suplemento), del 25 de junio 2013, se comunica a los concesionarios de frecuencias de radiodifusión sonora y de televisión abierta y a la ciudadanía en general:

Que, de acuerdo a la disposición transitoria tercera de la mencionada Ley: “Las personas que consten como concesionarios de frecuencias del servicio de radiodifusión sonora y televisión abierta, en el plazo de 30 días a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial, deberán presentar a la autoridad de Telecomunicaciones una declaración juramentada en la que conste que la persona natural o jurídica concesionaria es quien utiliza la concesión y /u opera la estación autorizada por lo menos en los dos últimos años. El incumplimiento de esta disposición dará lugar al inicio del proceso de reversión de la concesión de frecuencia por la autoridad de Telecomunicaciones...”

En tal virtud, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones será la entidad encargada de receptor las declaraciones juramentadas, las mismas que deberán ser presentadas de acuerdo al formato que se encuentra en el portal web www.conatel.gob.ec , en las oficinas ubicadas en:

Quito, SENATEL Av. Diego de Almagro N31-95 y Alpallana. Edificio.
Senatel, planta baja Cuenca, Dir. Regional del Austro Av. Solano y 12 de abril. Edificio San Vicente de Paúl
Guayaquil, Dir. Regional del Litoral Av. 9 de Octubre 100 y Malecón Simón Bolívar.
Edificio Banco la Previsora, piso 25, Oficina 25-01

Quito, 27 de junio del 2012

Ing. Jaime Guerrero Ruiz

1.5.3. Los medios de comunicación frente a la política

Los medios de comunicación cumplen un papel fundamental dentro de una campaña electoral, son los encargados de transmitir al público el mensaje de los candidatos cuyo propósito es conseguir votos para llegar al poder, es decir son aliados de la democracia.

Hay quienes sostienen que “la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral, o en la forma de ayudar a vencer al vencedor” (Holgado, 2003:472). Lo mismo sucede con el resto de medios de comunicación que con sus ediciones noticiosas, informan a diario acerca de la realidad nacional e internacional, convirtiéndose en fuente de credibilidad para la ciudadanía.

Es común hoy en día conocer muy de cerca y a fondo los procesos electorales que se suscitan alrededor del mundo, campañas pasadas como las de Barak Obama en Estados Unidos y Hugo Chávez en Venezuela, resultan familiares para el mundo entero, y es común entre las familias debatir acerca de las tendencias políticas de estos líderes, y de sus logros y errores ocasionados en sus países.

Debido a la dinámica cotidiana que enfrenta a los medios con los aspirantes a cargos públicos, se intuye que los medios de comunicación pueden ser considerados aliados o enemigos de los políticos por el manejo que estos dan de la información. En nuestro país no

sucede lo contrario, hoy por hoy los medios de comunicación privados son altamente cuestionados por el poder ejecutivo, abriendo un debate importante Poder-Prensa.

A través de los años la pugna Poder Ejecutivo-Prensa siempre ha existido, podemos remontarnos a la época de la dictadura del ex presidente ecuatoriano García Moreno cuando luego de su muerte el escritor ambateño Juan Montalvo dijo una de sus frases más célebres “mi pluma lo mató”, Montalvo siempre fue un detractor de la dictadura y publicaba en la revista “El Cosmopolita”.

En el mandato de Lucio Gutiérrez cuando existieron las denuncias de nepotismo y actos de corrupción dentro del Gobierno también hubo enfrentamientos con la prensa, cabe resaltar que uno de los medios con mayor oposición fue radio La Luna (99.3 fm) en ese entonces propiedad del actual Ministro de Cultura Francisco Velasco, dicha radio se convirtió en la principal tribuna del autodenominado grupo “Los Forajidos”.

CAPÍTULO II

Los procesos electorales son tema para la agenda de cobertura de cualquier medio, en cualquier parte del mundo. Y esto porque las elecciones presidenciales son noticia de primera plana mientras dura la contienda, entre otras razones porque se evidencian las

posturas de los sujetos políticos que inciden en la opinión pública y menos “evidente” se visibilizan las simpatías de los medios.

Ya a finales del 2012 era evidente la simpatía y la resistencia a la reelección del Economista Correa. A inicios del 2013 comenzado el período propagandístico, cada actor tomaba sus posiciones. ¿Qué paso con los medios? ¿Cómo realizaron la cobertura particularmente los diarios La Hora y El Telégrafo?

A continuación se realiza una descripción de Alianza País como partido político, su discurso y política; y cómo se desarrollaron las acciones periodísticas de los diarios La Hora y El Telégrafo en tanto medios de comunicación. En este escenario nos resulta evidente la tensión entre poder político y medios de comunicación en el país.

2. CAMPAÑA PRESIDENCIAL ECUADOR 2013

2.1 Alianza País como partido político

Alianza País (Patria Altiva y Soberana) nace como movimiento político de izquierda el 19 de febrero de 2006 liderado por Rafael Correa, actual Presidente del Ecuador. Dentro de su plan está llevar al país hacia el Socialismo del Siglo XXI o el “Socialismo del Buen Vivir”.

Su nacimiento y éxitos electorales, deja a un lado partidos políticos tradicionales y que por años gobernaron nuestro país.

El socialismo del siglo XXI fue mencionado por primera vez por el Presidente venezolano Hugo Chávez, es considerado un socialismo revolucionario, y coincide con la economía de Marx, apoyada entre movimientos sociales y entre países.

Las políticas de gobierno de Alianza País son la revolución constitucional, ética (lucha contra la corrupción), económica, social, por la integración latinoamericana, judicial, ambiental, del conocimiento, urbana, y cultural.

2.1.1. Discurso Político de Alianza País

El discurso político presidencial y de todo el Movimiento Alianza País, contiene cadenas radio y televisión frecuentes, que responden a obras, trabajos, inauguraciones y también a réplicas de defensa frente a denuncias. Se han visto a diario promocionales de los ministerios, campañas educativas, en donde se informa todo el trabajo que el Gobierno realiza, adicional a esto existen informes semanales de trabajo a la ciudadanía, llamadas “Sabatinas” que se realizan en diferentes ciudades y pueblos del país, y en donde las autoridades también escuchan los problemas del lugar.



Recuperado de: <http://alianza35.blogspot.com/2008/09/jovenes-alianza-pais-35.html>, 16 de septiembre de 2013, 15h36.

Dentro del discurso mediático presidencial en su Sabatinas ha llamado a la gente de dinero como “pelucona”, así mismo cada semana en estos mismos espacios, crítica duramente a los medios de comunicación privados, a los que ha tildado de “sicarios de tinta” y a los periodistas como “gordita horrorosa”, “limitadito”, entre otros epítetos.



Recuperado de: <http://www.granma.cubaweb.cu/2013/01/30/interna/artic02.html>, 16 de septiembre de 2013,

15h44.



Recuperado de: <http://lenguajelibre.blogspot.com/2011/01/revolucion-ciudadana-la-magia-de-los.html>, 16 de septiembre de 2013, 15h30.

En la página web oficial del partido político encontramos dentro de sus pensamientos lo siguiente:

“En nuestro deber desterrar el hambre y la pobreza. Mientras subsista una sola injusticia en nuestra patria, allí estaremos, con un vendaval de amor y de ternura, siempre con el oído atento a la demanda y a la voz de los humildes y desamparados.

Estaremos con el corazón y la decisión para no claudicar jamás, para profundizar esta transformación y que sus conquistas sean irreversibles.”

2.2 Redes Sociales en el Ecuador

Rafael Correa Presidente de Ecuador maneja personalmente su cuenta de Twitter con un número aproximado de 1 millón 231.765 seguidores (17/09/2013), y dentro de sus mensajes constan sus obras, inauguraciones, propuestas, viajes, etc. La ciudadanía se manifiesta con quejas, críticas, felicitaciones o elogios, algunas veces generando polémica en la red social Twitter.



Según Diario El Telégrafo en su publicación impresa del 3 de febrero, nuestro país hasta esa fecha alcanzaba 5 millones de usuarios en Facebook y 600 mil en Twitter, según datos realizados por la empresa Marker.

En elecciones Marker también realizó una medición de *likes* en Facebook hacia los candidatos y el resultado fue el siguiente:

FACEBOOK AL 3 DE FEBRERO 2013	
CANDIDATO	LIKES
RAFAEL CORREA	294.909
GUILLERMO LASSO	251.000
MAURICIO RODAS	223.744
ALVARO NOBOA	189.084
LUCIO GUITIERREZ	21.344
NORMAN WRAY	9.283
ALBERTO ACOSTA	9.257
NELSON ZAVALA	276

Fuente: Diario El Telégrafo

Realizado por: María Augusta Román

En Twitter los seguidores de los candidatos también se midieron y a la misma fecha según Diario El Telégrafo los resultados fueron los siguientes:

TWITTER AL 3 DE FEBRERO 2013	
CANDIDATO	FOLLOWERS
RAFAEL CORREA	711.818
GUILLERMO LASSO	63.956
ALVARO NOBOA	25.814
ALBERTO ACOSTA	25.025
LUCIO GUTIERREZ	14.632
MAURICIO RODAS	9.256
NORMAN WRAY	8.953
NELSON ZAVALA	2.008

Fuente: Diario El Telégrafo

Realizado por: Ma. Augusta Román

Las redes sociales no tuvieron regulación por parte del Consejo Nacional Electoral (CNE), y las opiniones vertidas en estos sitios están amparadas en el Art. 203 del Código de la Democracia que dice "Los particulares tienen el derecho a transmitir ideas, opiniones o información de interés nacional en referencia al proceso electoral, garantizando entonces el pleno ejercicio de la libertad de expresión."

Según datos del Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información el 54,7% de la población tiene acceso a Internet, siendo Pichincha la provincia con más acceso con el

91.83%, seguida de Azuay con el 54,66%, Guayas ocupa el tercer lugar con el 51,16% y Manabí el cuarto lugar con el 30.42%.

Los candidatos se apoyaron durante la campaña electoral en las redes sociales, según Diario el Telégrafo en su publicación del 3 de febrero, Ciespal y José Rivero un periodista multimedia, quienes realizaron una observación del manejo de redes sociales por parte de los candidatos del 21 al 24 de enero, cuyo resultado fue: el primer lugar para Rafael Correa, seguido de Guillermo Lasso y un tercer lugar para Alberto Acosta.

2.3 Opinión Pública en Ecuador

Dentro de la campaña política 2013 en Ecuador, el Presidente Correa no asistió a ninguna entrevista en canales privados, su campaña se centró en recorridos a lo largo del territorio nacional, que eran cubiertos por todos los medios de comunicación del país “al político pragmático solo le importa la opinión pública que se traduce en voto” (Sampedro., 2000:13).

Nuestro país con el Gobierno de Rafael Correa ha participado de varias elecciones políticas, dentro de ellas podemos destacar la Consulta Popular del 15 de abril de 2007, denominada Referéndum Aprobatorio Ecuador 2007, cuya pregunta fundamental era la creación de la Asamblea Constituyente con la finalidad de redactar una nueva Constitución, el triunfo por el sí obtuvo el 81,72% , la asamblea fue conformada por 130 asambleístas entre nacionales

y provinciales, su sede fue en Montecristi, en donde se construyó un espacio llamado Ciudad Alfaro en honor al Viejo Luchador, Eloy Alfaro. Esta Constitución fue aprobada por la ciudadanía el 28 de septiembre de 2008 en el “Referendum 2008”.

El 7 de mayo de 2011 el Ecuador vive otra elección, esta vez se trataba de un Referéndum Constitucional y Consulta Popular Ecuador 2011, ésta trató asuntos relativos al sistema judicial, seguridad, medio ambiente, banca y medios de comunicación, todos temas que generaron controversia. Luego de esta Consulta Popular, Quito se quedó sin la reconocida Feria Taurina “Jesús del Gran Poder”, ya que dentro de sus preguntas se consultó acerca de la eliminación de la muerte de un animal como parte de un espectáculo público, pregunta que obtuvo la mayoría de sí. Ese mismo año los organizadores continuaron con la feria pero sin muerte del toro, y las taquillas no fueron las mismas, para el 2012 la Feria fue suspendida por completo sin mayores explicaciones. Diario el Universo en su edición del viernes 16 de noviembre de 2012 recoge parte de las declaraciones del comunicado que la empresa Citotusa (Organizadores de la Feria) envió al alcalde Augusto Barrera, y dice lo siguiente: “las razones para esta decisión que lamentamos son muy complejas y se manifiestan en el temor y desinterés de taurinos y aficionados frente a corridas en las que están prohibidas la muerte del toro en el ruedo dentro de un ambiente de polémica, amenaza y oposición.”

Rafael Correa asume su cargo como Presidente el 15 de enero de 2007 por un periodo de 4 años, el 28 de septiembre de 2008 se aprueba la nueva Constitución realizada en Montecristi, misma que entró en vigencia el 20 de octubre de 2008, con nueva Constitución

se convoca a elecciones presidenciales nuevamente el 26 de abril de 2009 y Rafael Correa es elegido con el 51,99% de los votos hasta el 2013.

El 17 de febrero de 2013 se convoca a elecciones nuevamente y Rafael Correa se lanza a la reelección nuevamente, y gana con el 57,17% de los votos, su mandato durará hasta el 2017, debido a que la Constitución actual solo permite una reelección.

2.4 Medios Públicos en el Ecuador

Nuestro país inaugura por primera vez en la historia un canal público “Ecuador TV” el 29 de noviembre de 2007 a la par con la inauguración de la Asamblea Constituyente en Montecristi, nace como un medio informativo, sin fines de lucro, responsable con la ciudadanía y con la información que transmite, ha sido duramente criticado por la oposición ecuatoriana, al calificarlo como un medio de transmisión ilimitado de las políticas del Movimiento Político de Gobierno.

En nuestro país, el 8 de julio del 2008, la AGD (Agencia de Garantía de Depósitos) incauta más de 200 empresas entre éstas TC Televisión, Gama TV y Cablenoticias, tres canales hasta ese momento privados pertenecientes a Roberto y William Isaías, ex dueños del cerrado Filanbanco, además Diario El Telégrafo, que pertenecía a Fernando Azpiazu ex dueño del Banco Progreso.

Estos canales tras un escándalo mediático fueron incautados por el Estado para ser subastados en un máximo de seis meses a quien quisiera comprarlos por el valor comercial, sin embargo han pasado más de cinco años de dicho suceso y los medios siguen siendo manejados por el Estado.

TC Televisión, Gama TV y Cablenoticias, pese a que son manejados directamente por el Estado siguen subsistiendo de la venta de publicidad, dichos medios ocupan el “40% de la audiencia en televisión”. (Punín, 2011:8)

Actualmente el Estado administra los siguientes medios de comunicación:

INCAUTADOS	CREADOS POR EL GOBIERNO
EL TELEGRAFO	ECUADOR TV
GAMA TV	RADIO PÚBLICA
TC TELEVISIÓN	EL CIUDADANO (VERSION IMPRESA Y DIGITAL)
CABLE NOTICIAS	
CABLE DEPORTES	AGENCIA ECUATORIANA DE NOTICIAS ANDES
REVISTAS DEL GRUPO LA OTRA (TRES MEDIOS IMPRESOS)	
RADIO UNIVERSAL	

Fuente: Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia3parte/37_Punin_V75.pdf, página 8, 16 de septiembre de 2013, 15h57

Realizado por: María Augusta Román

2.5 Medios Privados en el Ecuador

En nuestro país, tenemos dentro de los principales medios de comunicación privados en Televisión: Ecuavisa, Teleamazonas, Telerama, RTS, en prensa escrita: El Comercio, El Universo, Diario La Hora, Diario Hoy, Diario Expreso, Últimas Noticias, además de un sinnúmero de radios que al igual que la televisión tienen un manejo privado pero con concesión estatal, es decir pagan un valor al Estado por la frecuencia pero el manejo es privado y con fines de lucro.

Los medios de comunicación privados en el Ecuador hoy enfrentan duras críticas por parte del primer mandatario, quien los ha relacionado con los banqueros que quebraron en la crisis financiera de 1999, donde miles de personas se vieron perjudicadas con sus ahorros. Para el presidente Correa los periodistas han sido calificados de “bestias salvajes” y considera a la prensa como mentirosa, inexacta, entre otros epítetos que han sido pronunciados por el Primer Mandatario en sus Sabatinas semanales, algunos medios y periodistas se han visto envueltos en juicios por parte del Ejecutivo.

El 26 de marzo de 2010 Emilio Palacio, ex Editorialista de Diario El Universo, es enjuiciado a tres años de prisión y obligado a pagar una multa de USD \$10 mil por considerarlo “autor de una concurrencia de delitos contra la honra: injuria calumniosa y de injuria no calumniosa grave” en contra de Camilo Samán que en ese momento era Gobernador de la Provincia del Guayas, según publicó el diario El Universo en su versión online del 29 de marzo de 2010 a las 19h00.

Posteriormente el 6 de febrero de 2011 Palacio publica un editorial acerca del 30 de Septiembre (30S) en donde manifestaba que el Presidente podía ser enjuiciado, en un

futuro, por crímenes de Lesa Humanidad, al ordenar disparar contra un hospital lleno de civiles, esto provocó otra demanda hacia el periodista, al Diario y sus propietarios, pero esta vez se exigía 10 años de cárcel y el pago de USD \$80 millones, los dueños fueron absueltos luego del dictamen y el periodista se encuentra exiliado en EEUU luego de que el Presidente Correa le ganara el juicio por injurias calumniosas por un valor de USD \$40 millones.

El 28 de febrero de 2011, el Presidente Correa plantea un juicio contra Juan Carlos Calderón y Christian Zurita, autores del libro “El Gran Hermano”, los dos redactan el libro a partir de una denuncia presentada contra el hermano del Presidente Fabricio Correa y “sus” supuestos contratos con el Estado Ecuatoriano, la demanda fue por 10 millones de dólares y quien ganó en primera instancia fue el Presidente, pero luego la demanda fue archivada por la Segunda Sala Civil de Pichincha, luego de que el mandatario los perdonara.

Dentro de las polémicas en los medios de comunicación privados, también estuvo la salida de Carlos Vera periodista que, durante muchos años conducía el espacio Contacto Directo en Ecuavisa y “Cero Tolerancia” de este último es cuando los directivos del canal suspendieron la transmisión aduciendo que el periodista no dio su derecho a la réplica a la candidata María de los Ángeles Duarte del partido oficialista (Lista 35) luego de que ella la solicitara, debido a una entrevista realizada al Alcalde de Guayaquil Jaime Nebot en la cual se refirió a ella. Vera salió de Ecuavisa el 19 de abril de 2009 y desde ahí, no ha ocupado ningún espacio en la televisión.

El 27 de agosto de 2010, Jorge Ortiz, otro de los periodistas y entrevistadores más reconocidos del país, anunció su renuncia al espacio Hora 7 que conducía en Teleamazonas, según Diario el Universo en su publicación online del 27 de agosto de 2010 a las 4h20, la misma se debía a no “ser un obstáculo para la venta de ese medio”. Ortiz dijo en esa misma publicación “Me parece evidente por la insistencia y la acidez de los ataques del Gobierno en mi contra, que yo podría ser un obstáculo para que el Gobierno autorice esa venta cuando llegue el momento”. El canal por ley debía ser vendido pues su dueño, Fidel Egas, es dueño de una entidad financiera (Banco del Pichincha), y la Constitución de Montecristi prohíbe que un propietario de una entidad financiera tenga negocios de cualquier otra índole.

Luego de la salida de Jorge Ortíz quien ocupó ese espacio fue Janeth Hinojosa, periodista y productora independiente con muchos años en la pantalla y conductora del programa 30 minutos plus. Ella también salió del espacio el 19 de septiembre de 2012, Diario el Comercio, en su publicación online del mismo día, recoge que la decisión fue tomada “por unas amenazas contra su vida que recibió la semana pasada”, esto luego de que el espacio presentara varias denuncias acerca de un crédito que fue otorgado por el Banco Cofiec, sin las garantías necesarias y saltándose el procedimiento normal, al ciudadano argentino Gastón Duzac, el mismo que huyó del país y solo ha cancelado la suma de USD \$90 mil días antes de elecciones, el banco COFIEC forma parte de los activos de la EX AGD y que por ende tiene manejo estatal,.

2.6 Periodismo escrito en el Ecuador

Primicias de la Cultura de Quito fue el primer periódico que registra nuestra historia, “publicado el 5 de enero de 1792 por Eugenio de Santa Cruz y Espejo” (Ayala, 2012:5), como su nombre lo indica este fue un periódico de los capitalinos, sin embargo Guayaquil no se quedó atrás y para el año de 1821 inaugura con su primera publicación el Patriota de Guayaquil, y se convierte en el segundo periódico del Ecuador.

Para 1830 con el inicio de República, “la prensa tuvo un enorme desarrollo, puesto que se convirtió en el principal instrumento de la polémica política y promoción electoral”. (Ayala, 2012:7), y en esos tiempos al igual que ahora “se informaba sobre la labor de los poderes del estado, se los defendía o criticaba, se lanzaban candidaturas o se las combatía”. (Ayala, 2012:7).

Desde 1830 a 1895 el Gobierno manejó un periódico oficial, el mismo que publicaba todos “los documentos del Gobierno: leyes, decretos, circulares, acuerdos, sentencias, privilegios y hasta correspondencia oficial”. (Ayala, 2012:7).

La iglesia católica también tenía su periódico llamado “El Católico del Guayas”, la mayoría de periódicos eran de Quito y Guayaquil, pero Azuay, Loja, Imbabura, también inauguraban sus medios a lo largo del siglo XIX.

Para nuestro país la prensa escrita ha sido fuente de credibilidad por muchos años, es una costumbre leer el periódico y enterarse de todo lo que sucede en el país. “Los periódicos

han sido testigos y cronistas, pero también actores en la trayectoria del país” (Ayala, 2012:2).

Los periódicos en ese entonces marcaban trayectoria y normalmente eran manejados por élites y familias de mucho dinero que pugnaban por el poder. “la inmensa mayoría de ellos tenía un objetivo político, a tal punto que la mayor proliferación de fundaciones (y decesos) de periódicos se daba en vísperas de las elecciones”. (Ayala, 2012:8)

La mayoría de diarios de esa época no destacaba noticias locales, las noticias extranjeras eran las que se publicaban, además de promover el proyecto nacional que en ese momento se impulsaba “los periódicos tenían motivaciones coyunturales y se publicaban por ellas” (Ayala, 2012:8).

También el concepto mercantilista actual de los medios de comunicación tal como lo señala Enrique Ayala Mora, en ese entonces no existía, “los periódicos no se consideraban un negocio. Era un servicio público que no se autosustentaba. Los anuncios publicados eran escasos y hasta inexistentes.” (Ayala, 2012:9).

Antes del siglo XIX ningún periodista era de profesión, todos eran empíricos, los políticos, familias acaudaladas, empleados públicos eran algunos de los colaboradores para la

redacción, “la tirada de los periódicos variaba entre 50 y unos pocos cientos” (Ayala, 2012:10).

Los opositores del Gobierno de Juan José Flores fundaron un periódico llamado “El Quiteño Libre”, “Fue un hito en el periodismo de combate” (Ayala, 2012:11).

A finales del siglo XIX la prensa escrita vivió una de las medidas más fuertes dentro de su desempeño, se trataba de la censura eclesiástica, “la obligación que tenían los redactores de pedir permiso para sus publicaciones a los obispos” (Ayala, 2012:12) quienes no cumplían este concordato firmado con el Vaticano eran excomulgados y hasta quitados sus derechos políticos.

Todo lo anterior mencionado fue el inicio de la prensa escrita, sin embargo para 1860 aparece el primer Diario como una institución sólida, llamado Diario de Guayaquil, “no duró mucho, así como otros intentos de prensa diaria que se dieron por décadas”. (Ayala, 2012:14).

“A inicios del siglo XX se institucionalizó la prensa diaria” (Ayala, 2012:15), ahí aparece Diario El Comercio, fundado en 1906 y que se mantiene hasta la presente fecha como uno de los medios más importantes y con credibilidad del país. Para ese entonces “los más destacados escritores colaboraban con los periódicos, y algunos de ellos se emplearon de cronistas” (Ayala, 2012:17).

El crecimiento de los medios de comunicación como empresas en donde se mantenían de sus anunciantes se dio primero en Guayaquil y luego en Quito, “la prensa fue controlada íntegramente por el sector privado” (Ayala, 2012:17), el diario oficial perdió importancia y fue convertido en el Registro Oficial “que desde entonces solo publicó leyes, reglamentos y otros documentos de Estado” (Ayala, 2012:17).

La expansión de la prensa continuaba, para 1921 nace en Guayaquil El Universo otro medio que hasta ahora se mantiene con sus impresiones diarias, el puerto principal tenía su participación en la prensa también con El Telégrafo fundado en 1884, Azuay tampoco se queda atrás y en 1924 aparece El Mercurio y en 1955 el Tiempo. Con dicha expansión crecía también el número de colaboradores para los Diarios, “Surgió entonces un sentido corporativo. En 1940 se fundó la Unión Nacional de Periodistas (UNP)” (Ayala, 2012:24) misma que dio paso a “la primera instancia de profesionalización de personas que se habían formado en la práctica” (Ayala, 2012:24).

La fundación de Diario Hoy en 1982, marcó un hito en el país por ser “el primero íntegramente producido con el uso de computadores” (Ayala, 2012:25, dejó a un lado la impresión blanco y negro, pasó al full color, con alta definición de imágenes. Luego de esto el resto de diarios obtuvieron tecnología de punta.

2.7 Diario La Hora

Diario La Hora fue fundado el 23 de agosto de 1982, por Galo Martínez Merchán, actualmente dirigida por Francisco Vivanco Riofrío es el diario con más ediciones regionales del país al publicarse en 15 provincias del mismo, entre ellas: Quito, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua y Zamora Chinchipe.

Su primera publicación se realiza en Esmeraldas el 1 de agosto de 1992, y así fue provincia por provincia hasta en el 2009 abrir su última edición local en El Oro, el éxito de este periódico joven es informar acerca de los acontecimientos locales de cada provincia.

A lo largo de estos años ha enfrentado varios cuestionamientos por parte del poder, dentro de los más recientes y de conocimiento público están los siguientes:

9 de marzo de 2007, Diario la Hora publica un editorial titulado “Vandalismo oficial”, el medio es enjuiciado por “no haber publicado una carta en la que exigía rectificaciones (Diario Hoy, 23 de abril de 2008, 00:00), este proceso fue archivado el 18 de junio de 2008 al considerarse que no se injurió ni ofendió al presidente.

10 de octubre de 2012 Diario la Hora publica según recoge textualmente Diario Hoy en su publicación electrónica el 8 de noviembre del 2012 a las 00:24 horas:

“Entre enero y septiembre de este año 2012, año preelectoral, el Gobierno gastó en publicidad oficial 7 139 441 dólares. De ese monto, 9 504 753 dólares corresponden exclusivamente a septiembre, según el Centro de Monitoreo de la Corporación Participación Ciudadana”.

Dicha publicación generó un juicio por parte de la Administración Pública “bajo el supuesto de que el medio no enmendó el presunto error” (Diario Hoy 8 de noviembre de 2012), este juicio fue perdido por Diario La Hora al presentar pruebas de que el Diario no rectificó el error en el mismo espacio donde se publicó la noticia. Diario La Hora anunció que irá a instancias internacionales para apelar.

4 de abril de 2013, Diario La Hora publica fotos acerca del conflicto que existe en el Oriente Ecuatoriano entre los Taromenanes, Según la Secretaría de Comunicación (Secom) que dio a conocer a través de una carta del juicio explico que las razones se daban porque las imágenes son “morbosas y degradantes” (El Universo, 4 de abril 2013, 17:16).

2.8 Diario El Telégrafo

Diario El Telégrafo fue fundado en Guayaquil por Juan Murillo Miró el 16 de febrero de 1884, adopta dicho nombre en honor al servicio de Telégrafo que se inauguró en nuestro país en ese mismo año. Por problemas políticos deja de producir ediciones el 3 de julio de 1886, en 1898 compra todas sus acciones José Abel Castillo y se convierte en el principal matutino por varias décadas.

El 17 de marzo de 2008 se convierte en Diario Público, luego de la incautación de los bienes del ex banquero Fernando Aspiazu Seminario, uno de los implicados en la Crisis Bancaria de 1999.

2.9 Campaña Electoral 2013

El 4 de enero de 2013 por aprobación del CNE (Consejo Nacional Electoral) arrancó oficialmente la campaña electoral en nuestro país para elegir Presidente, Vicepresidente, Asambleístas y Parlamentarios Andinos. Fueron cuarenta y dos días de campaña en donde se pudo ver en escena propuestas de todas las agrupaciones y partidos políticos, quienes querían un espacio en la política interna, algunos participaron con candidaturas presidenciales y otros únicamente por los escaños de asambleístas.

Según el Art.33 del Reglamento de Promoción Electoral, se estableció que desde la convocatoria a elecciones, 18 de Octubre del 2012, las instituciones públicas, agencias de publicidad o medios de comunicación que deseen difundir anuncios de organismos del Estado, requieren la autorización del CNE.

Según un estudio realizado por FUNDAMEDIOS cuya publicación se realizó en su boletín N17 del 8 de marzo del 2013, acerca de los medios de comunicación en las elecciones del 2013, dio como resultado una amplia ventaja de cobertura para Alianza País en comparación con el resto de partidos políticos. El estudio que analizó 1087 noticias y artículos se realizó desde el 5 de enero, fecha de inicio de campaña, hasta el 14 de febrero de 2013, un día antes de la finalización de la misma.

Según dicho informe Diario El Telégrafo, publicó 127 notas para el oficialismo, siendo el medio de comunicación que más lo hizo, así mismo en cobertura netamente presidencial, Rafael Correa, candidato a la reelección, contó con 49 espacios en los medios de comunicación, casi duplicando a su opositor y segundo en los resultados finales, Guillermo Lasso, que solo tuvo 28 espacios en la prensa.

El Presidente Rafael Correa solicitó a la Asamblea Nacional licencia de 30 días para participar de la campaña electoral, permiso que fue utilizado por el mandatario desde el 15 de enero de 2013, el Vicepresidente Lenin Moreno, quedó a cargo del país.

El Presidente Rafael Correa ganó su reelección, según datos de CNE (Concejo Nacional Electoral) con el 57,17% de los votos, seguido de un Guillermo Lasso líder del partido CREO Lista 21 con el 22,68%.

La campaña estuvo llena de matices noticiosos de gran escala, entre estos y uno de los más polémicos fue la utilización de bienes públicos por parte del partido de Gobierno Alianza País para la campaña política, desde el 10 de enero y cuando aún el Presidente ejercía sus funciones, el Secretario Nacional de Comunicación, Fernando Alvarado, reconoció excesos luego de una reunión mantenida con Domingo Paredes, Presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE).

Alvarado reconoce excesos

El secretario nacional de Comunicación, Fernando Alvarado, admitió ayer, tras una cita que mantuvo con el presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE), Domingo Paredes, que existe información del Gobierno que podría convertirse en propaganda política.

Por ello, anunció que la decisión es revisar de inmediato la publicidad oficial. Así, se retirarán lemas alusivos a la llamada revolución ciudadana, aunque se mantendrá la información gubernamental.



Página B1 **DECLARACIÓN.** Alvarado promete que se corregirán ciertas publicidades.

Fuente: Diario La Hora, 10 de enero de 2013.

La polémica aumentaba cuando el 10 de enero de 2013 el Presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE) declaraba que el candidato Rafael Correa pese a ser un candidato más seguía siendo Presidente de la República.



DETERMINACIÓN. Paredes no ve mal el uso de recursos estatales.

CNE permite a Correa usar bienes públicos

El titular del Consejo Nacional Electoral (CNE), Domingo Paredes, justificó el uso que hace el candidato presidente, Rafael Correa, de los recursos del Estado durante sus recorridos políticos.

"Por el hecho de que salga con licencia hasta que concluya la campaña, él no deja su condición de Presidente", expresó.

Página B3

Fuente: Diario La Hora, 11 de enero de 2013.

Para el 27 de enero de 2013 el tema continuaba, esta vez el Presidente Correa visitaría Loja como parte de su agenda de Campaña electoral, en esta visita se denunció la utilización de los vehículos de la Gobernación para la movilización de Rafael Correa.

Ordenan uso de bienes del Estado para PAIS

El Gobernador de Loja pidió que se destinen vehículos públicos para recibir al candidato Rafael Correa.

Los exteriores de la Gobernación de Loja estuvieron ayer llenos de vehículos oficiales. La inusual imagen respondía a una orden emitida por el Ejecutivo de la provincia en la que exigía que cada institución delegue dos vehículos públicos con sus respectivos choferes para participar de la caravana de recibimiento del candidato oficialista a la Presidencia, Ra-

fael Correa. El evento está previsto para mañana. Los funcionarios dedicaron ayer el día a retirar los distintivos de los automotores e incluso les sacaron las placas. Cuando vieron que un equipo de este diario los estaba fotografiando, los interceptaron y quisieron obligar a borrar el material gráfico.

Página 81



CAMPANA. Camionetas de distintos ministerios, en los exteriores de la Gobernación.

Fuente: Diario La Hora, 27 de enero de 2013.

Para el 29 de enero de 2013, el Partido de Gobierno, y luego de la visita del Candidato Correa a Loja, El Director Provincial de Alianza País, Jairo Montaña reconoció la utilización de bienes públicos para la campaña, y lo justificó diciendo que se trata de un protocolo pues Rafael Correa seguía siendo el Presidente en funciones. Diario la Hora mencionó “Correa arribó a Loja ayer y el Gobernador de la Provincia solicitó dos vehículos de cada entidad pública, con conductor, para seguridad del Candidato Presidente”.

Dentro de la cobertura electoral que se dio en dicha visita, Diario La Hora también mencionó en su publicación del 29 de enero de 2013 que la visita del Candidato Presidente

“fue cubierto vía cadena de 10 emisoras, las mismas que los lunes, de 07:00 a 08:00, transmiten el programa oficial ‘Loja habla’, cuyo espacio es financiado con dineros públicos y llega a alrededor de 35.000 dólares al mes”.

En Ibarra hubo denuncias también por parte de William Hidalgo, Director Provincial del MPD, el partido de Gobierno ha “teñido de verde las paredes sin que exista el logo del CNE y violentando las ordenanzas municipales”, de acuerdo a la publicación de Diario La Hora.

PAIS reconoce uso de bienes públicos para la campaña

Expertos y opositores piden intervención de Contraloría por el uso de vehículos.

Una comisión provincial de movimiento PAIS en Loja, Jairo Montaño, aseguró que los recursos públicos para su campaña electoral fueron utilizados para el uso de vehículos.

Montaño dijo, además, que se pudo observar la utilización de los recursos públicos, por lo que Correa sigue siendo Presidente y no Montaño y sus seguidores.

Correa afirmó a Loja que y al momento de su campaña electoral pública, una vez más para el uso de los recursos públicos.

La Comisión Provincial de Movimiento PAIS en Loja, Jairo Montaño, aseguró que los recursos públicos para su campaña electoral fueron utilizados para el uso de vehículos.

Montaño dijo, además, que se pudo observar la utilización de los recursos públicos, por lo que Correa sigue siendo Presidente y no Montaño y sus seguidores.

Correa afirmó a Loja que y al momento de su campaña electoral pública, una vez más para el uso de los recursos públicos.

La Comisión Provincial de Movimiento PAIS en Loja, Jairo Montaño, aseguró que los recursos públicos para su campaña electoral fueron utilizados para el uso de vehículos.

Montaño dijo, además, que se pudo observar la utilización de los recursos públicos, por lo que Correa sigue siendo Presidente y no Montaño y sus seguidores.

Correa afirmó a Loja que y al momento de su campaña electoral pública, una vez más para el uso de los recursos públicos.

La Comisión Provincial de Movimiento PAIS en Loja, Jairo Montaño, aseguró que los recursos públicos para su campaña electoral fueron utilizados para el uso de vehículos.

Montaño dijo, además, que se pudo observar la utilización de los recursos públicos, por lo que Correa sigue siendo Presidente y no Montaño y sus seguidores.

Correa afirmó a Loja que y al momento de su campaña electoral pública, una vez más para el uso de los recursos públicos.

La Comisión Provincial de Movimiento PAIS en Loja, Jairo Montaño, aseguró que los recursos públicos para su campaña electoral fueron utilizados para el uso de vehículos.

Montaño dijo, además, que se pudo observar la utilización de los recursos públicos, por lo que Correa sigue siendo Presidente y no Montaño y sus seguidores.

Correa afirmó a Loja que y al momento de su campaña electoral pública, una vez más para el uso de los recursos públicos.

La Comisión Provincial de Movimiento PAIS en Loja, Jairo Montaño, aseguró que los recursos públicos para su campaña electoral fueron utilizados para el uso de vehículos.

Montaño dijo, además, que se pudo observar la utilización de los recursos públicos, por lo que Correa sigue siendo Presidente y no Montaño y sus seguidores.

Correa afirmó a Loja que y al momento de su campaña electoral pública, una vez más para el uso de los recursos públicos.



PAIS reconoce uso de bienes públicos para la campaña. El uso de recursos públicos para la campaña electoral de Jairo Montaño, líder del movimiento PAIS en Loja, ha sido cuestionado por expertos y opositores. Se alega que se utilizaron vehículos oficiales para el transporte de la campaña.

LOJA • El director provincial de movimiento PAIS en Loja, Jairo Montaño, reconoció en una entrevista radial el uso de vehículos públicos para recorridos procelitistas del candidato presidente, Rafael Correa, tal como lo publicó La Hora el fin de semana.

Montaño dijo, además, que no pudo evitarse la utilización de los vehículos oficiales, porque Correa sigue siendo Presidente y todo obedece a un protocolo. Enseguida, Montaño pidió “las disculpas correspondientes y necesarias al pueblo”.

Fuente: Diario La Hora, 29 de enero de 2013.

Las denuncias dentro de este tipo fueron el menú del día, para el 30 de enero de 2013 se registraban 22 denuncias de uso de bienes públicos en todo el país a propósito de la campaña electoral.

22 casos de uso de bienes en campaña

Un informe de la Contraloría General reveló que entre el 26 de noviembre de 2012 y el lunes de esta semana, se registraron 22 denuncias sobre utilización indebida de los recursos del Estado con fines proselitistas.

Las denuncias son por uso de vehículos, bienes y locales de entidades públicas para reuniones, así como la participación de servidores públicos. El detalle se mantiene en reserva mientras concluye el proceso de investigación y verificación.

Sin embargo, la entidad ofrece que, de evidenciarse hechos que impliquen el uso arbitrario de bienes públicos, aquello dará lugar al establecimiento de sanciones administrativas y civiles.

Página B4

Fuente: Diario La Hora, 30 de enero de 2013.

Por su parte Diario El Telégrafo tuvo una sola noticia referente a este tema en todo el tiempo de campaña electoral, tanto en la portada y desarrollo del 3 de febrero del 2013 se recoge que la contraloría investigara acerca de la utilización de bienes públicos, y se menciona que se investigará acerca de las 22 denuncias presentadas en este sentido.



Fuente: Diario El Telégrafo, 3 de febrero 2013



Fuente: Diario El Telégrafo, 3 de febrero 2013

Cabe recalcar que las denuncias por utilización de bienes públicos se contraponen a las disposiciones de Contraloría que impedía el uso de estos bienes desde el 4 de enero al 14 de

febrero de 2013 por la campaña electoral. Diario El Telégrafo en su publicación del 3 de enero de 2013 publicó que “el Contralor General del Estado, Carlos Pólit, advirtió a los candidatos, autoridades y funcionarios públicos, de abstenerse en las campañas electorales de usar locales, infraestructura, vehículos, maquinaria pesada o cualquier bien estatal.” Además Contraloría estableció una línea telefónica gratuita 1800-eticos para que la ciudadanía denuncie cualquier irregularidad.

Otro de los temas de esta campaña electoral fue la confesión de falsificación de Título Universitario del Primo del Presidente Correa, Pedro Delgado quien ejercía como Presidente del Directorio del Banco Central del Ecuador.

Este es el título falso de Delgado

El extitular del Banco Central y primo del presidente Rafael Correa, Pedro Delgado, presentó un título falsificado para trabajar como docente en la Universidad San Francisco de Quito, cargo que desempeñó durante seis años.

Con la copia del diploma, el asambleísta Enrique Herrería (Ind.) sostuvo que “ya no existe motivo para que el Ministerio Fiscal siga en etapa de indagación previa, sino que debe instruir sumario pidiendo la prisión preventiva de Delgado y no la detención para efectos de investigación”.

Al mismo tiempo, los políticos Martha Roldós, Cléver Jiménez y Jorge Escala, de la Unidad



DOCUMENTO. Este es el título falsificado de Pedro Delgado.

Plurinacional de las Izquierdas, pidieron al fiscal general, Galo Chiriboga, que inicie una instrucción fiscal al actual candidato a vicepresidente, Jorge Glas, y también contra el ministro Wilson Pástor.

Página B5

Investigan 30 firmas a cargo de Delgado

La Contraloría General del Estado está haciendo 30 exámenes especiales referentes a las empresas que estuvieron bajo el control del Fideicomiso No Más Impunidad, que presidió Pedro Delgado, primo del presidente, Rafael Correa. Además, al menos 20 personas constarían en dichos exámenes, entre ellos el propio Delgado.

Así lo reveló ayer la asambleísta Silvia Salgado, presidenta de la Comisión de Fiscalización. Al ser consultada por qué antes en los procesos de la Comisión no estaba vinculado el pariente de Correa, la legisladora simplemente contestó: “El asunto Du-



CONTROL. Pedro Delgado, primo de Rafael Correa.

zac está en un solo cuerpo de la investigación, en donde parte de los convocados es Delgado, pero no solo él...”.

Páginas A6 y B1

Fuente: Diario La Hora, 22 de enero 2013

Fuente: Diario La Hora, 6 de febrero 2013

Delgado renunció a su cargo tras dicho anuncio el 19 de diciembre de 2012, este tema acarreó duras críticas hacia el Presidente antes y durante la campaña electoral.

Tardía orden de captura

La Fiscalía pidió ayer la prisión preventiva para investigaciones de "delito de acción pública" contra Pedro Delgado, expresidente del Directorio del Banco Central y quien se encuentra en Estados Unidos desde diciembre.

En teoría, mañana Delgado deberá rendir su versión en la Fiscalía, de acuerdo con la notificación que remitió la entidad, tras la denuncia que presentó el asambleísta Enrique Herrería (Ind).

Pero la versión no se podría realizar, ya que Delgado no regresó al país como lo anunció el presidente Rafael Correa.

"Ya ni los reyes magos le van a traer", dijo el asam-



IMPLICADO. El primo del Presidente reconoció su mentira y huyó.

bleísta Galo Lara (PSP), quien en varias ocasiones pidió a la Comisión de Fiscalización de la Asamblea Nacional, que lo citara para que se pronunciara sobre el caso Duzac. Pero, la Comisión, al parecer, "trató de proteger" al primo del Jefe de Estado. Mientras, crecen las críticas por este asunto.

Página B3

Fuente: Diario La Hora, 9 de Enero 2013

Pedro Delgado huyó del país el 20 de diciembre de 2013, la justificación fue que tenía ticket de regreso para el 6 de enero de 2013, que solo salió para pasar fechas navideñas con su familia, sin embargo hasta hoy no regresa, vive en EEUU junto con su familia, su esposa ocupaba un cargo diplomático en Miami, luego de este suceso el Gobierno de los EEUU le retiró la visa.

Delgado: sin visa y sin juicio

La embajadora de Ecuador en Estados Unidos, Nathalie Cely, aseguró ayer que Washington revocó el visado de Pedro Delgado, primo en segundo grado del presidente, Rafael Correa.

El expresidente del Banco Central viajó a Miami en diciembre, luego de admitir que usó un título universitario falso.

"Su familia tendrá un tiempo prudencial para dejar el país. Estamos confirmando que la notificación haya sido entregada", escribió Cely en Twitter.

Por su lado, el abogado de Delgado, Juan Carlos Carmignani, anunció anoche por Telemazonas, desde Estados Unidos, que su defendido no regresará al Ecuador, mientras su situación legal no esté regularizada, y analiza pedir asilo político en un tercer país.

Páginas A6 y B2

La justicia investiga al clan Delgado

Personajes como Antonio Buñay, Germánico Maya, Pedro Zapac, Marcelo Ordoñez, Gino Caicedo, Roberto Sandoval, Omar Unda, Patricia Sandoval, Diana Macanela y otros exfuncionarios del Banco Cofiec, estarían en la lista del nuevo proceso que inició la Fiscalía, para investigar el crédito de 800 mil dólares otorgado a Gastón Duzac.

Página B1

Fuente: Diario La Hora, 16 de Enero 2013

Fuente: Diario La Hora, 4 de enero 2013

El Presidente Correa y todo su Gabinete, cuando empezaron a sonar algunas acusaciones acerca de este tema, mostró su apoyo incondicional a Delgado su primo y hasta un homenaje público le realizaron. Por su parte hay líderes de la oposición que sostienen que el Fiscal General de la Nación Galo Chiriboga pudo evitar que Delgado huyera, pero las gestiones no llegaron a efectuarse.

Delgado: la deuda de Galo Chiriboga

Según analistas, el Fiscal debió evitar su salida. Esta semana se activan 4 procesos contra el primo de Correa.

Para analistas jurídicos y opositores, el fiscal general, Galo Chiriboga, cometió un error de proceso al no actuar inmediatamente cuando Pedro Delgado, primo en segundo grado del presidente, Rafael Correa, salió del

país tras reconocer que falsificó su título y voló en primera clase y lleno de cuestionamientos.

El jurista Cristóbal Buendía señaló: "La Fiscalía debió ejecutar los procedimientos determinados en el artículo 216 del Cód-

go de Procedimiento Penal. Esto es el inmediato aseguramiento de la concurrencia del procesado", explicó.

Opinó que se pudo solicitar la prohibición de salida del país y la detención de Delgado para que se pueda asegurar la comparecencia para rendir versiones. Además, la prohibición de enajenar bienes y el congelamiento de sus cuentas.

Sin embargo, desde el oficia-



POLEMICA. Decenas de acusaciones ha enfrentado Chiriboga por su cercanía al Régimen.

lismo insisten en que se debe garantizar el debido proceso y con los tiempos adecuados.

Página B1

Fuente: Diario La Hora 14 de Enero 2013

Dejando a un lado los escándalos puestos en escena en esta campaña electoral, debemos mencionar también que en la contienda participaron algunos medios administrados por el Gobierno para la cobertura Presidencial, como son: TC Televisión, Gama TV, Cable Visión y Ecuador TV, además Diario El Telégrafo, y algunas radios a nivel nacional que también forman parte de los bienes incautados por la AGD y que hasta el momento no han sido vendidos, a pesar de ser una de las promesas del Presidente Correa luego de su incautación.

Según un informe de Participación Ciudadana Ecuador TV Canal Público le dio 1.116 minutos de cobertura a las actividades electorales de Rafael Correa, frente a los 386

minutos de cobertura entregada al candidato de la oposición y segundo en los resultados electorales Guillermo Lasso.

Diario El Telégrafo y Diario La Hora también hicieron su trabajo en cuanto a la cobertura electoral, desde el 4 de enero al 14 de febrero de 2013.

Diario la hora con un total de 212 noticias referentes a campaña electoral, sean estas dirigidas a los partidos políticos, información acerca del sufragio, o anuncios y noticias del CNE (Concejo Nacional Electoral) etc., mientras que El Telégrafo publicó 378 noticias destinadas a las mismas causas.

CAPITULO III

3. ANÁLISIS DE LA COBERTURA PERIODÍSTICA

A lo largo de este capítulo se realiza un análisis cuantitativo de la cobertura periodística, que realizaron tanto Diario La Hora como Diario El Telégrafo durante los 42 días de campaña electoral.

Para el análisis las informaciones electorales se han dividido, por su contenido y género (noticias, columnas de opinión editoriales) con la finalidad de evidenciar la cobertura que cada medio realizó durante el proceso electoral.

3.1 METODOLOGÍA

Conforme a las categorías de estudio planteadas anteriormente, como son la Comunicación de Masas, Redes Sociales, Comunicación Política, Discurso Político, Propaganda Política, Opinión Pública, Medios de Comunicación y Medios Frente a la Política y al detalle de la problematización que observamos se generó en la cobertura de la campaña electoral a inicios del 2013, particularmente entre el Diario El Telégrafo y Diario La Hora, pasamos a detallar cómo se operó para la realización del análisis de la cobertura de estos dos medios impresos.

En primer lugar haremos alusión a la conformación de la muestra de estudio o muestreo, mismo que ha sido limitado del 4 de enero al 14 de febrero de 2013. Se escogieron noticias de los dos impresos que fueron objeto de análisis morfológico, de contenido y de circulación. Estos ligados al análisis de contenido de un texto político “que conlleva decisiones sobre el muestreo de los textos, sobre la descomposición en unidades de

codificación y sobre la técnica específica de codificación que se aplicará” (Alonso, Volkens, Gómez, 2012:16).

En el análisis morfológico se identificó el número de noticias, entrevistas, reportajes, editoriales, y columnas de opinión publicados por cada uno de los medios durante los 42 días de campaña, mismas que fueron descompuestas en unidades de codificación de acuerdo a los temas que abordaron, como por ejemplo: noticias a favor o en contra del movimiento político en análisis informativas, entrevistas, crítica o denuncia. “Desafortunadamente no hay una regla sencilla que nos indique cuántas unidades hay que seleccionar” (Alonso, Volkens, Gómez, 2012:16), es por ello que fueron codificadas de acuerdo al contenido.

Sobre el contenido cabe aclarar que no se ha hecho un análisis discursivo, sin embargo sí se tuvo en cuenta el mensaje central de las noticias, reportajes y otros géneros utilizados por los medios durante la cobertura electoral.

Finalmente después de identificar todas las categorías hemos realizado una técnica de codificación manual cuantitativa de las noticias publicadas por Diario La Hora y El Telégrafo, y con los resultados se procedió a realizar una comparación simple entre los dos medios para evidenciar el tipo de manejo periodístico que dieron a la campaña electoral dichos medios.

3.2 Análisis de la Cobertura Periodística de la Campaña Electoral 2013 y sus

categorías

3.2.1 Comunicación de Masas en el Análisis

La comunicación de masas manifiesta que la información que los medios emiten es fuente de credibilidad, es por ellos que se analizarán las noticias que fueron difundidas de manera masiva, con la finalidad de determinar si esto afectó o no la decisión del voto, tomando en cuenta que la votación alcanzada por la lista 35, fue la más grande de todas las elecciones en las que ha participado; el segundo candidato con mayor número de votos, con larga distancia a Rafael Correa fue Guillermo Lasso.

De los 42 días de campaña electoral se analizarán todas las noticias referentes a elecciones publicadas por Diario La Hora y Diario El Telégrafo, siendo Alianza País el partido político a estudiar, las noticias han sido segmentadas por su contenido.

En este punto y según Mc Quail la comunicación necesita un nivel de control autoritario en la cúspide, un público aficionado atraído por los media y vulnerable a sus atractivos manipuladores, se evidenciará la posición que adoptó cada medio y el mensaje que transmitió a la ciudadanía.

3.2.2 Redes Sociales en el Análisis

Diario La Hora y Diario El Telégrafo utilizaron sus respectivas publicaciones electrónicas en sus páginas web, así como sus cuentas en las redes sociales Facebook y Twitter para informar durante la campaña electoral, y con esto sumaron lectores, es decir a parte de su

tiraje diario también contaron con los usuarios de internet que a diario usan este medio para informarse.

Diario La Hora cuenta a la fecha (17/09/2013) con 82.936 seguidores en Twitter y Diario El Telégrafo con 92.267 seguidores en dicha red social. Diario La Hora, cumpliendo lo que dicta la nueva Ley de Comunicación, ha publicado que su tiraje es de aproximadamente 49.500 ejemplares diarios a nivel nacional, mientras que Diario El Telégrafo según su publicación diaria refleja un número de 15.000 a 15.500 ejemplares diarios.

3.2.3 Comunicación Política en el Análisis

Partiendo del concepto de la comunicación política que la define como la “actividad social relacionada con la lucha por el poder y la conducción de un pueblo” (Canel, 2006:17), se analizan las noticias referentes a Alianza País, ya sean noticias a favor y en contra, así como los editoriales y las columnas de opinión que reflejan la posición del Diario.

Pues hay concepciones que consideran que “Las porciones de información que obtenemos (de las campañas) pueden cambiar nuestras perspectivas, actitudes y opiniones”. (García, D’Adamo, Slavinsky, 2005:169-170), de acuerdo a este punto se determinará la intención del medio durante el proceso electoral según la cantidad de noticias, editoriales, columnas de opinión a favor o en contra de alguna ponencia que publicó para lectura de la ciudadanía.

3.2.4 Propaganda Política en el Análisis

La Propaganda política “cuyo objetivo es la propagación y difusión de ideas, de sistemas de creencias y de proyectos” (Petit y Cilimbini, 2009: pag.87), es vital para la campaña política del candidato, necesitando de los medios de comunicación como fuente de difusión masiva a través de sus ediciones diarias y así poder llegar a la ciudadanía.

Es por ello que toda noticia, editorial, columna de opinión, etc. a favor de un candidato puede ser considerada como propaganda política, y constituirse en un apoyo directo a la candidatura pese a no ser pagadas.

Así mismo se considera que las noticias publicadas en contra de los candidatos, pueden dañar el proyecto político de los candidatos y restarles credibilidad.

3.2.5 Discurso Político en el análisis

Todo proceso electoral mantiene un discurso político, mismo que se evidencia a través del contenido noticioso de la Prensa que a diario realiza sus coberturas a los candidatos.

El discurso político transmitido puede variar de un medio a otro de acuerdo a su postura, misma que se identificara con la segmentación de noticias a favor o en contra de Alianza País, pues no es lo mismo publicar actos de corrupción dentro del Gobierno y al mismo tiempo destacar su labor o atacar a los candidatos de la oposición.

Los candidatos generan noticia durante el proceso electoral y transmiten sus posturas a través del discurso político, sin embargo sus opiniones pueden ser transmitidas a la ciudadanía de acuerdo a la posición del diario.

3.2.6 Opinión Pública en el Análisis

En cuanto a opinión pública que es concebida como “la opinión de todos (mejor del pueblo activo, del pueblo participante) sobre los asuntos que a todos afectan” (Ruiz, 1997:39), se analizan las columnas de opinión de Diario La Hora y Diario El Telégrafo, mismas que son escritas por gente cercana o no al medio, es decir cualquier ser humano puede enviar su opinión frente al acontecer nacional e internacional.

Sin embargo se puede considerar que el escoger la publicación puede ser manipulada para incidir en el voto, es por ello que se analiza el número de columnas de opinión que se publican a favor o en contra del candidato del oficialismo.

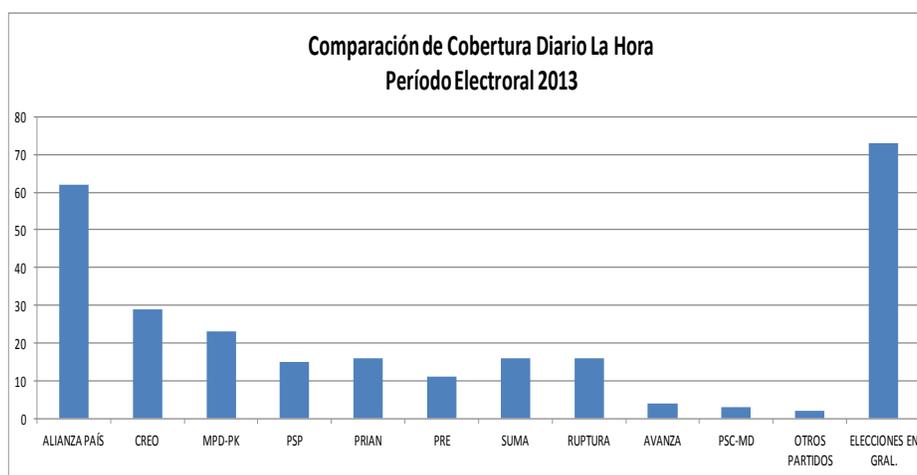
3.2.6 Medios de Comunicación en el Análisis

Diario La Hora representará la posición del diario privado del país, en tanto que diario El Telégrafo será el diario público. Se escoge Diario La Hora como medio privado por la posición que existe entre el Gobierno y La Prensa privada, y a Diario El Telégrafo por ser

un medio manejado por el Estado, con la finalidad de evidenciar cuál fue el manejo periodístico que dieron ambos diarios durante el proceso electoral para Alianza País, movimiento político del Gobierno.

3.3 Cobertura Periodística en General Diario La Hora – Diario El Telégrafo

La cobertura realizada por Diario La Hora, sin tomar en cuenta el espacio (tamaño) que destinaron a cada noticia acerca de la campaña que realizaban ya sean los candidatos, sus partidarios o simpatizantes, sean noticias a favor o contra reflejó lo siguiente:

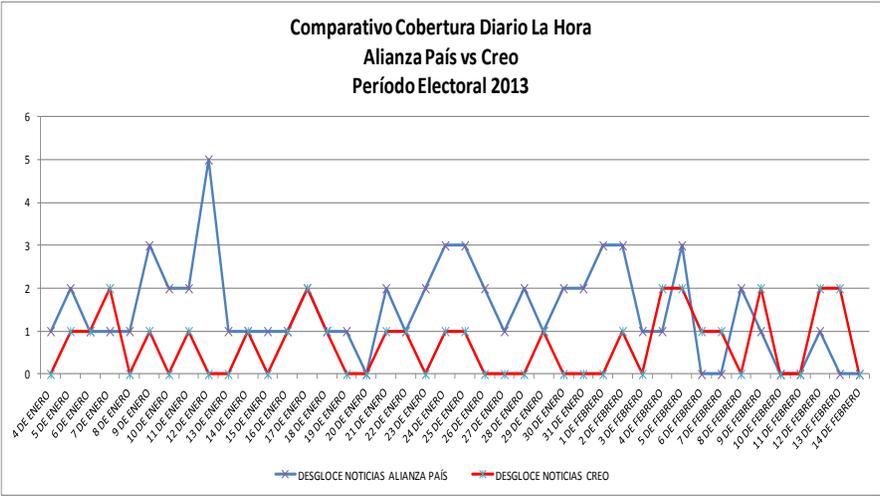


Fuente: Diario La Hora (Anexo1)

Realizado por: Ma. Augusta Román

Diario La Hora desde el 4 de enero de 2013 al 14 de febrero de 2013, destina 62 noticias referentes a Alianza país (Lista 35) y 29 para el movimiento político CREO (Lista 21),

segundo movimiento político con mayor número de coberturas, ocupando el mismo puesto en las elecciones generales.



Fuente: Diario La Hora (Anexo 1)

Realizado por: Ma. Augusta Román

Las noticias destinadas por Diario La Hora para todos los partidos políticos tuvieron diferentes espacios y tamaños, algunos ocuparon dos páginas dentro del espacio que correspondía a entrevistas de los candidatos, en donde se conocía sus propuestas, perfil, desempeño, etc., este espacio fue destinado a todos los candidatos, y en formato entrevista a excepción de Rafael Correa quien no otorgo entrevista al medio, por lo que su publicación se basaba en un recuento de los años de Gobierno y sus propuestas para los siguientes años.

PERFIL B2 **EL HOMBRE QUE QUIERE UNA DÉCADA DE PODER** **PAIS** B3

La 'partidocracia' en PAIS

Rafael Correa dejó la academia, donde casi nunca dejaba de reír para ser Presidente, donde ha sido tachado de prepotente.

Alianza PAIS en busca de profundizar su 'revolución'

Cuando hablan de redistribución de la riqueza, los oficialistas hablan de "inflectar" a los que más tienen.

ECONOMÍA
'Votar a los más fuertes'

EX SOCIAL
Un vuelco hacia la tecnología

SEGURIDAD
Profesionalización de la fuerza pública

LIBERTAD
'No solo de los grupos de poder'












MINUTOS CON: B2 **MINUTOS CON:** B3

'INSULTANDO NO SE CREA EMPLEO PARA LA GENTE'

Guillermo Lora asegura que corrupción, pero sin Mas, Correa se va a victoria.

Problemas y soluciones





Dentro de la cobertura electoral, también encontramos las noticias informativas acerca de los recorridos de los candidatos, críticas y noticias, ya sean a favor o en contra, cuyos tamaños varían, algunas ocuparon un espacio menos al 1/8 de página.

ELECCIONES 2013
ES

Partidos se quejan por plazo para registrar veedores

El CSE pretendió que en una semana se calificaran 44.000 delegados para monitorizar la votación.

El Consejo Nacional Electoral (CNE) anunció que en una semana se calificaron 44.000 delegados para monitorizar la votación. Los partidos políticos se quejaron por el corto plazo para registrar a los veedores.

El CNE pretendió que en una semana se calificaran 44.000 delegados para monitorizar la votación. Los partidos políticos se quejaron por el corto plazo para registrar a los veedores.

Expositiva
 El CNE pretendió que en una semana se calificaran 44.000 delegados para monitorizar la votación. Los partidos políticos se quejaron por el corto plazo para registrar a los veedores.

Garzas convocadas a elecciones presidenciales
 El CNE pretendió que en una semana se calificaran 44.000 delegados para monitorizar la votación. Los partidos políticos se quejaron por el corto plazo para registrar a los veedores.

ELECCIONES 2013
ES

Correa llega en helicóptero del Ejército para grabar video

La comunidad de Pucará Alto, en Otavalo, se quedó sorprendida el lunes, cuando el candidato presidente, Rafael Correa, llegó hasta allí para grabar un video, a bordo de un helicóptero del Ejército, registro A.E. E. 465. Llegó a las 13:47 a una explanada del lugar.

La comunidad de Pucará Alto, en Otavalo, se quedó sorprendida el lunes, cuando el candidato presidente, Rafael Correa, llegó hasta allí para grabar un video, a bordo de un helicóptero del Ejército, registro A.E. E. 465. Llegó a las 13:47 a una explanada del lugar.

Sin embargo, 17 minutos más tarde, otro helicóptero (E-480) de la misma institución, aterrizó con el equipo técnico y asesores. Tras su llegada, el candidato oficialista caminó 100 metros hasta la casa de José Chiza, quien recibió a los candidatos, quien recibió a los candidatos, quien recibió a los candidatos.

A unos 200 metros, en una casa, los esperaban José y Mercedes Morales. Esa fue una de las locaciones usadas para el video.

Después fue al legendario 'Lechero', donde realizaron varias tomas utilizando sofisticados equipos como, por ejemplo, un helicóptero operado por control remoto.

REALIDAD. El helicóptero en el que se movilizaba el candidato presidente causó mucha inquietud entre los pobladores.

Precisamente, es de la denuncia por 800.000 dólares entregó, de mano

Fuente: Diario La Hora, 9 de enero 2013

ELECCIONES 2013
EN CAMPAÑA

Lo social es la prioridad de los vicepresidenciables

Muchos apuntan a fortalecer el trabajo hecho por Lenin Moreno, pero cada uno le pone su toque.

Los candidatos a vicepresidencia se comprometieron a fortalecer el trabajo social que el presidente Lenin Moreno ha iniciado. Cada uno de ellos tiene su propia propuesta para continuar con esta línea de trabajo.

Candidatos deben reforzar estrategia
 Los candidatos a vicepresidencia se comprometieron a fortalecer el trabajo social que el presidente Lenin Moreno ha iniciado. Cada uno de ellos tiene su propia propuesta para continuar con esta línea de trabajo.

ELECCIONES 2013
EN CAMPAÑA

Lasso promete empleo

Con la frase 'Otro Ecuador es posible', el candidato Guillermo Lasso recorrió la provincia de Manabí. Presentó la cuarta propuesta del movimiento Creando Oportunidades CREO, que consta en planes para generar empleos productivos. Su binomio Juan Carlos Solines lo acompañó en la jornada. Entre los lugares que visitaron estuvo una procesadora de atún de Manta.

Rodas asiste a desfile
 Mauricio Rodas inició la jornada.

Fuente: Diario La Hora, 7 de enero de 2013

Cabe analizar qué tipo de noticias fueron las 62 que Diario La Hora destina para Alianza País, y que para este análisis han sido divididas en las siguientes categorías: Noticias a Favor, Noticias en Contra, Críticas (estas pueden ser positivas o negativas) Entrevistas e

Informativas, mismas que por su contenido debían ser separadas y analizadas individualmente:

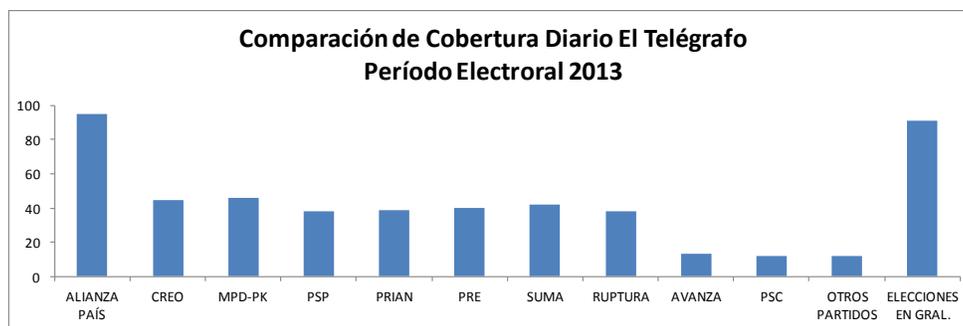


Fuente: Diario La Hora (Anexo 3)

Realizado por: María Augusta Román

Un 48% de la Cobertura de Diario La Hora para Alianza País es en Contra, dividiéndose el 52% restante en Noticias a Favor, Crítica, Entrevistas e Informativas.

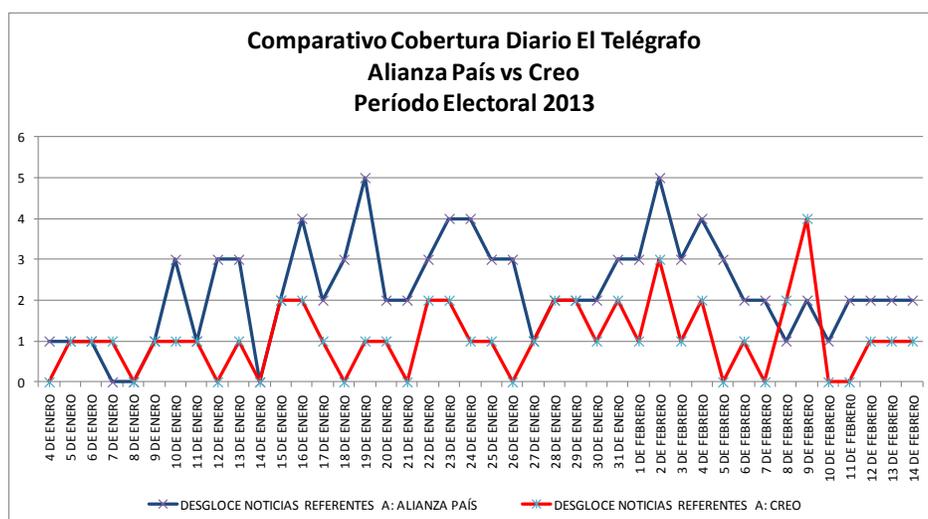
Por su parte diario El Telégrafo en los 42 días de campaña electoral destino un mayor número de espacios para Alianza País en comparación del resto de partidos políticos.



Fuente: Diario La Hora (Anexo 2)

Realizado por: María Augusta Román

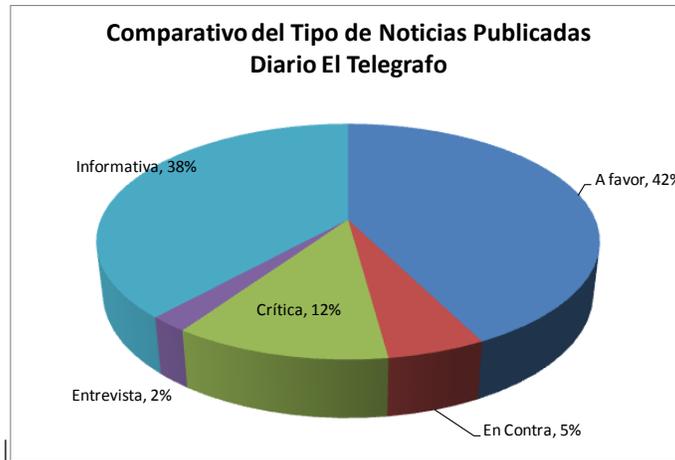
El segundo lugar de cobertura lo ocupa el partido MPD con su alianza con Pachacutik y cuyo candidato fue Alberto Acosta, conocido por haber simpatizado en sus inicios políticos con Alianza País y por haber sido el presidente de la Asamblea de Montecristi que redactó la actual Constitución Ecuatoriana. El tercer lugar en cobertura lo disputa “Creo” con SUMA Y RUPTURA.



Fuente: Diario El Telégrafo (Anexo 2)

Realizado por: María Augusta Román

De los 95 espacios noticiosos que Diario El Telégrafo destina a Alianza País también se ha usado el mismo criterio de división, Noticias a Favor, en Contra, Crítica, Entrevista e Informativa, y los resultados fueron los siguientes:



Fuente: Diario El Telégrafo (Anexo 4)

Realizado por: María Augusta Román

El 42% de la cobertura de Diario El Telégrafo fue destinado a noticias a favor de partido de Gobierno, un 58% se destinaron a Noticias en Contra, Crítica, Entrevista e Informativa.

3.3.1 Comparativo Noticias a Favor

Iniciando el análisis del tipo de cobertura que dio cada medio a la Lista 35, se ha empezado comparando las noticias a favor entre los dos diarios.



Fuente: Diario La Hora y Diario El Telégrafo (Anexo 3 y 4)

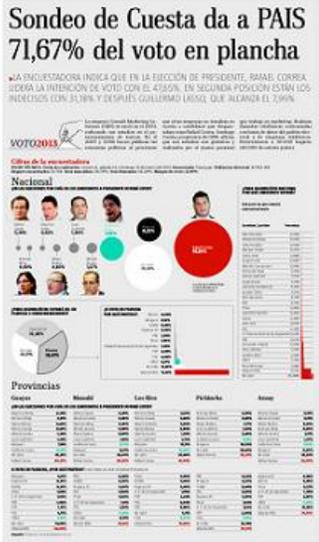
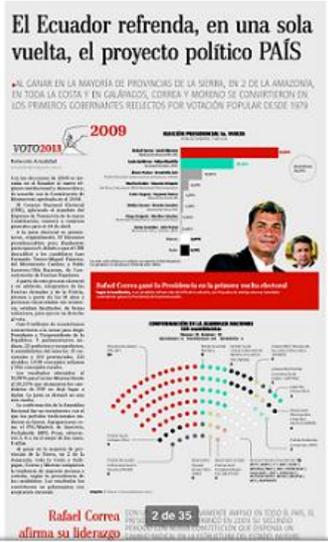
Diario La Hora destina una sola noticia dentro de los 42 días de campaña a favor de Alianza País, la noticia fue publicada el 19 de enero de 2013, y se trataba de un atentado que sufrió una sede del movimiento en Guayaquil.

Por su parte Diario El Telégrafo dentro de todas las noticias positivas publicadas en este tiempo electoral, encontramos la defensa hacia Jorge Glass binomio presidencial de Correa, quien fue denunciado de no tener título de tercer nivel. Así mismo el apoyo a Correa acerca del Plan Retorno de médicos por el que fue duramente criticado, el subsidio de sueldos a medios pequeños, luego del alza salarial a los periodistas con título, fueron temas defendidos por este diario.

El 13 de enero de 2013, el Telégrafo titulaba "Rafael Correa: Recuperamos la fe y la esperanza", aún como Presidente en funciones Correa visitó Guaranda con motivo del Carnaval y aprovechó para celebrar los 6 años de Gobierno, esto dentro del proceso electoral.

Mientras los medios privados criticaban duramente la utilización de bienes públicos, el 16 de enero de 2013 el Diario El Telégrafo publica: "Correa arriba en vuelo comercial de TAME y provoca conmoción", Correa tomo licencia como Presidente y su primer vuelo lo realizó en aerolínea comercial, así mismo sus partidarios anunciaron en este medio que no estaría acompañado de vehículos oficiales.

Dentro de las publicaciones a favor por parte de El Telégrafo recopilamos, los logros en salud, seguridad social, inseguridad, deportes, impuestos, justicia, empleo, migración, además de encuestas que las hicieron públicas, donde no solo Rafael Correa alcanzaba la mayoría sino que también obtenía una mayoría absoluta en la Asamblea General y se descartaba por completo una segunda vuelta.



Fuente: Diario El Telégrafo, 4 febrero 2013

Durante la Campaña Electoral, el Ejecutivo desarrolló un comercial, al que se lo conoció como “el spot de la bicicleta”, el mismo que fue elogiado por su producción, tanto por sus seguidores como por detractores, a propósito de esto El Telégrafo el 23 de enero de 2013 le dedica el titular en Portada: “Correa, en bici revuelca a la vieja clase política”.

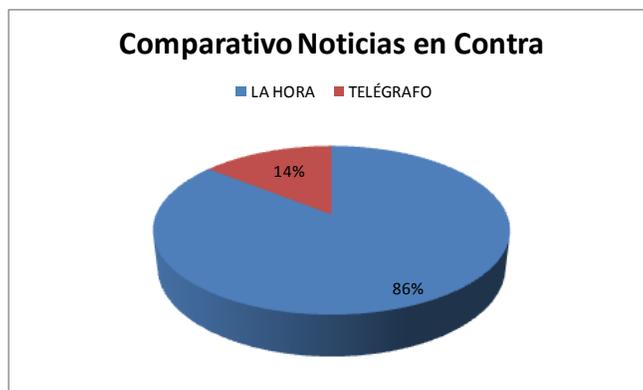


Fuente: Diario El Telégrafo, 23 enero 2013

En cuanto al tema de Pedro Delgado el mismo diario publicó el 4 de enero que por pedido de Correa, EEUU le retira la visa, convirtiéndola así en una noticia positiva a favor del Gobierno, intentando contrarrestar el fuerte ataque de los medios privados que culpaban al régimen de la fuga del primo del Presidente. Otro ejemplo fue el alza salarial a las FF.AA. en tiempo de elecciones, situación que fue fuertemente defendida por Diario El Telégrafo, mientras en los privados se lo criticaba como un proyecto político.

3.3.2 Comparativo Noticias en Contra

Realizando una comparación entre Diario La Hora y El Telégrafo por cada una de las clasificaciones de las noticias podremos tener un mejor panorama de cobertura electoral.



Fuente: Diario La Hora y Diario El Telégrafo (Anexo 3 y 4)

Realizado por: María Augusta Román

Diario la Hora destina 30 espacios noticiosos “en contra de Alianza País”, denominados así por tratarse de noticias acerca de denuncias de irregularidades, corrupción, etc. dentro del Gobierno: la utilización de bienes públicos en los recorridos del Gobierno alrededor del país, la falsificación del título de Pedro Delgado, primo de Rafael Correa que ejercía como Presidente del Banco Central, la denuncia contra Jorge Glass, candidato a Vicepresidente por Alianza País, al acusarlo de no tener título de tercer nivel, y luego de que su tesis había sido copiada.

Mientras tanto Diario El Telégrafo publica cuatro noticias “en contra de Alianza País”, durante el proceso electoral:

1. Publicada el 10 de enero de 2013 hacía referencia a una denuncia de CREO en contra de país por supuesta injerencia extranjera en la campaña de País, presentando textos de turismo de Venezuela que fueron repartidos en la campaña.
2. Publicada el 13 de enero de 2013, se trata de otra denuncia por parte del asambleísta Jorge Escala acerca de un supuesto plan del Gobierno para favorecer partidarios de PAÍS en concursos públicos, el espacio destinado a esta noticia fue de menos de 1/8 de página.



Fuente: Diario El Telégrafo, 13 de enero 2013

3. Publicada el 15 de enero de 2013 trataba de una publicación acerca de que el CNE retiró publicidad ilegal de Avanza y Alianza País.



CNE retira publicidad no autorizada

Vallas publicitarias no autorizadas fueron retiradas, este fin de semana, en la ciudad de Ambato por la delegación provincial de Tungurahua del Consejo Nacional Electoral. El retiro de la publicidad se efectuó previo a la respectiva notificación, que en este caso fue para el partido Avanza y el movimiento PAIS.

Fuente: Diario El Telégrafo, 15 de enero 2013

- Publicada el 4 de febrero del 2013 trataba de otra denuncia por parte de una ciudadana quien informo a través de las redes sociales que funcionarios del CNT de Manabí usó vehículos públicos para colgar propaganda del Movimiento Alianza País.



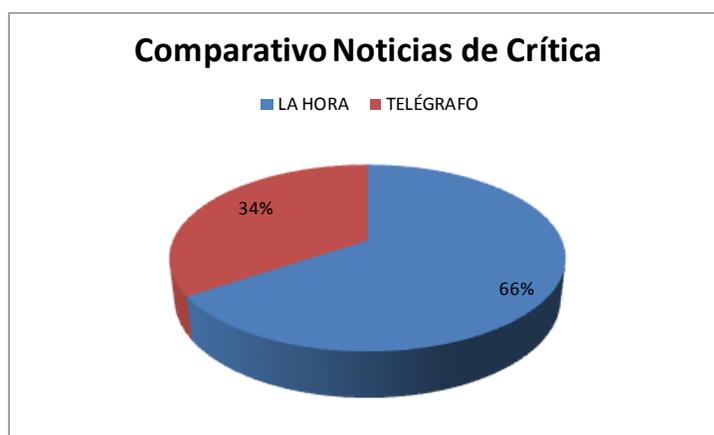
Uso indebido de bienes públicos

Una ciudadana denunció, a través de las redes sociales, que personal de la CNEL de Manabí usó vehículos de la entidad para colgar pancartas que promueven las candidaturas provinciales de Félix Alcívar y Kerly Torres, del Movimiento Alianza PAIS. La Contraloría y el CNE han solicitado a la ciudadanía que presenten las denuncias de estas irregularidades.

Fuente: Diario El Telégrafo, 4 de febrero 2013

3.3.3 Comparativo Noticias de Crítica Alianza País

Los dos diarios también realizaron críticas o denuncias siendo tanto a favor como en contra de Alianza País.



Fuente: Diario La Hora y Diario El Telégrafo (Anexo 3 y 4)

Realizado por: María Augusta Román

Diario La Hora realizó 21 críticas en contra de Alianza País, entre las cuales destacamos el Plan Manuela Espejo, el mismo que consistía en enviar 300 médicos para registrar a minusválidos tras un convenio suscrito con Cuba, se lo podía interpretar como un proyecto político de elecciones. La salida de Pedro Delgado del país y el préstamo que realizó el COFIEC (Delgado como Presidente del Directorio) a Gastón Duzac, un argentino que no cumplía con los requisitos que la Ley y el Reglamento Interno del Banco exigían para otorgar préstamos, Duzac pidió 800 mil dólares, huyó del país y la deuda no ha sido saldada en su totalidad.

La utilización de bienes públicos, la supuesta falsificación de título de Jorge Glass y haber ejercido un cargo público sin título, la campaña electoral exagerada por parte del partido Gobiernista, la campaña de Correa mientras aún no solicitaba su licencia ni encargaba la Presidencia a Lenin Moreno, también formaron parte de las críticas que Diario La Hora publicó.

Por su parte Diario El Telégrafo realiza un total de 11 publicaciones entre críticas y denuncias a favor y en contra del Movimiento Alianza País, el 10 de enero empieza su primera denuncia a favor de País y en contra el Municipio de Guayaquil por la clausura de una central del Movimiento País, y dos locales contiguos, los mismos que no tenían nada que ver con el movimiento, la clausura se realizó basándose en la ordenanza municipal que prohíbe las centrales políticas en zonas regeneradas.

El 11 de enero el mismo diario presentó una denuncia contra Carlos Vera, quien durante la presentación de su libro manifestó: “si están las cámaras de Gobierno, que se vayan a la mierda las cámaras del Gobierno”, criticando que luego si atendió muy cordialmente a un canal privado.

El 12 de enero se ordenó abrir una sede cerrada de Alianza País (el 10 de enero de 2013), y se presentó un crítica aduciendo que hay dedicatoria por parte de la Municipalidad de Guayaquil, así mismo los dirigentes políticos manifestaron que es absurdo que en campaña electoral se cierre una sede.

El 15 de enero El Telégrafo tituló “Tibán entrega pulseras anticorreístas en la Bahía”, esto en alusión a un recorrido que realizaba la candidata por Pachacutick a la asamblea Lourdes Tibán.

El 19 de enero otra denuncia en contra de Alianza País se publicó por Diario el Telégrafo, esta vez tituló “Central de PAÍS sufre vandalismo”, se trató de un atentado que sufrió una sede del movimiento, dos personas vestidas de negro, lanzaron globos llenos de alquitrán.

El 21 de enero de 2013 se publicó una crítica contra el candidato a Asambleísta por el Partido Sociedad Patriótica (PSP) Alfredo Ortíz, quien a través de su cuenta de twitter denunció a simpatizantes de su partido que se cambiaron de camiseta y se fueron a Alianza País.

El 22 de enero publicó una denuncia acerca de que existen 107 procesos por publicidad ilegal y que dentro de esto están PAÍS, CREO, MDP-PK Y PSP, así mismo CREO denunció la transmisión en Gama TV, TC Televisión y Cablevisión (canales incautados por el Gobierno) de “La Ferriata”, un video de imitación de la conocida “Traviatta” de Verdi, pero a son de crítica para los candidatos de oposición al Gobierno.

El 23 de enero se publicó una crítica contra el Gobierno acerca de las FF.AA. (Fuerzas Armadas), en la cual, luego de una noticia acerca de los planes de campaña para mejorar la inseguridad, se realizó un análisis y se mencionó que el Gobierno debe abastecer a las FF.AA. para que realicen un buen trabajo.

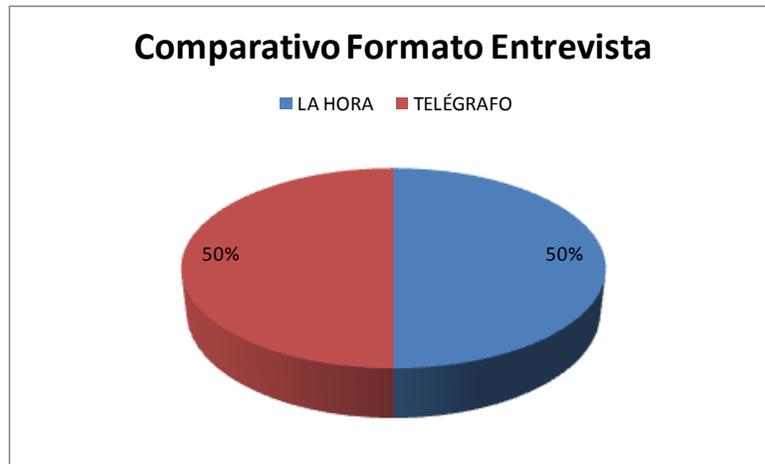
El 25 de enero publicó una denuncia en contra de Rafael Correa y Fernando Alvarado por parte de Lucio Gutiérrez, ex Presidente del País, y Candidato a la Presidencia, por un video que circula por internet en donde se ve a miembros de PSP agrediendo a un ciudadano, Gutiérrez dijo: “te voy a perseguir Rafael Correa, No te voy a dejar en paz... Me estás fregando demasiado”.

El 31 de enero Rafael Correa y Jorge Glass pidieron rectificación a una caricatura realizada por Bonil y publicada por Diario El Universo, aduciendo que es ofensiva, el dibujo hace alusión a que el 30S fue un invento de Correa y que lo mismo hizo Glass con su tesis.

Finalmente el 14 de febrero de 2013, último día de campaña, El Telégrafo presentó a través de Doris Soliz, Secretaria de País, una denuncia de supuestos problemas en actas del CNE, al considerar que “el espacio para marcar los votos del candidato Rafael Correa no estaría junto al anverso, sino en el reverso”.

3.3.4 Comparativo Formato Entrevista Alianza País

Tanto Diario La Hora como El Telégrafo realizaron entrevistas tanto al Candidato Presidencial como a miembros de sus listas para Asambleaístas.



Fuente: Diario La Hora y Diario El Telégrafo (Anexo 3 y 4)

Realizado por: María Augusta Román

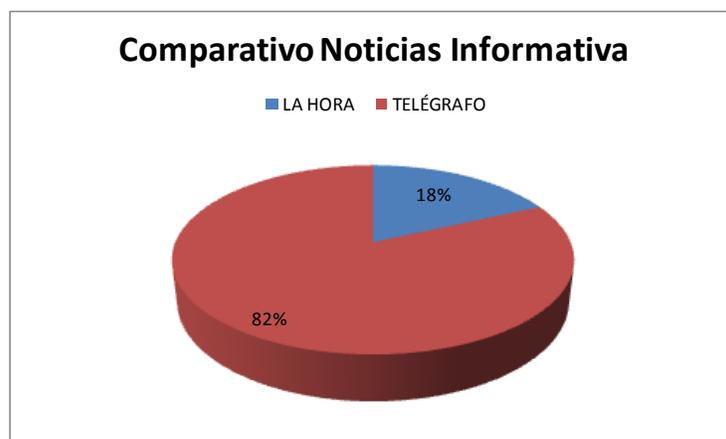
Por el lado de La Hora las entrevistas se realizaron el 18 de enero y el 2 de febrero de 2013, la primera fue para Gabriela Rivadeneira, actual Presidente de la Asamblea y que en ese entonces era Candidata a Asambleísta por la Lista 35. La segunda entrevista se la realizó a Virgilio Hernández, también candidato a la Asamblea y actual asambleísta.

Por su parte Diario El Telégrafo publicó el 26 de enero de 2013 una entrevista realizada a Correa en donde criticó a las redes socialcristianas por liberar 10 mil presos ante la falta de actuación de jueces.

La segunda entrevista se publica el 13 de febrero de 2013, en dos páginas se acoge una entrevista de Rafael Correa, en donde se destaca “El gran desafío de estos cuatro años es hacer este proceso irreversible”.

3.3.5 Comparativo noticias informativas

Tanto Diario La Hora como El Telégrafo dieron espacio a noticias generales para Alianza País.



Fuente: Diario La Hora y Diario El Telégrafo (Anexo 3 y 4)

Realizado por: María Augusta Román

Diario La Hora destina 8 noticias para informar acerca del recorrido de los candidatos, Lenin Moreno como Presidente encargado, la licencia de Correa, etc., mientras que Diario El Telégrafo destina 36 noticias acerca de Alianza País en el ámbito general, las mismas que se referían a temas similares a los de Diario La Hora y otros poco relevantes de campaña.

3.4.Editorial

Dentro del contenido de los periódicos en general, existe la sección de opinión, dividida entre el editorial, la o las columnas de opinión, la caricatura y la crítica artística, además de las cartas de opinión que envía la ciudadanía con sus pensamientos acerca de los temas del país y el mundo que suceden a diario.

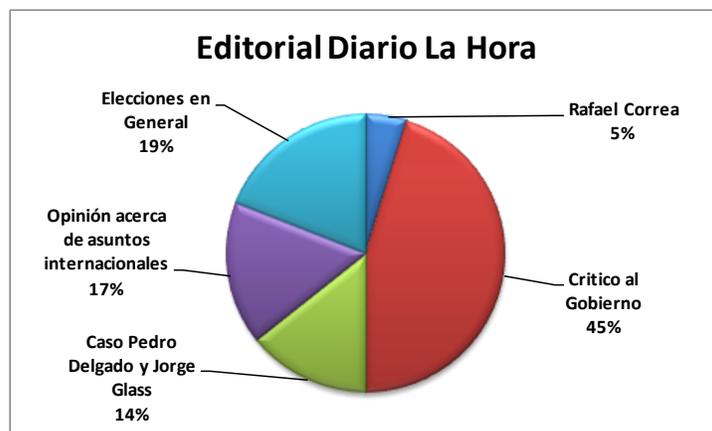
El editorial siempre será la posición oficial del medio respecto a los acontecimientos locales, nacionales o mundiales, su identidad no es revelada pues no es una columna de opinión de una persona sino la posición del diario como institución, de enfrentarse a un juicio por la publicación del mismo quien responderá será el Gerente del medio y la empresa como tal.

“Los editoriales de periódicos presentan un caso muy especial, pues en ellos todo o casi todo es evaluativo” (Bolívar, 1997:3), todos los editoriales analizan hechos de relevancia y sobre todo de actualidad noticiosa.

A través de esta sección toda persona puede opinar libremente amparados en su derecho a la libertad de expresión, convirtiéndose en un espacio de opinión pública y en tiempo de elecciones estas opiniones resultan trascendentales para la ciudadanía ya que transmiten la opinión de la población.

3.4.1 Editoriales Diario La Hora

Los editoriales de Diario La Hora durante el periodo electoral estuvieron divididos de la siguiente manera:



Fuente: Diario La Hora (Anexo 5)

Realizado por: María Augusta Román

Las categorías para la clasificación de los editoriales publicados por Diario La Hora fueron realizadas en base a los temas tratados desde el 4 de enero al 14 de febrero de 2013, destinados de la siguiente manera: Rafael Correa como Presidente y como candidato, crítica al Gobierno, caso de Pedro Delgado y Jorge Glass, elecciones en general y opinión de temas noticiosos internacionales.

La crítica al Gobierno y el caso de Pedro Delgado y Jorge Glass, podrían ser considerados lo mismo, sin embargo han sido separados en este análisis debido a la importancia que se dio dentro de la campaña electoral tanto por la cercanía familiar de Delgado con el Primer Mandatario, así como el caso de Glass por ser binomio presidencial del Rafael Correa. Así mismo los editoriales que realizaban una crítica directa al candidato Presidente fueron separados para diferenciar el Gobierno en general de la campaña política.

En el análisis de 42 editoriales, el 45% (19 editoriales), fueron destinados a la crítica al gobierno, si a esto le sumamos el 5% destinados a Rafael Correa como candidato a la reelección y el 14% que se redactó a cerca de Pedro Delgado y Jorge Glass, se concluye que la mayoría de los editoriales, 64%, fueron de dedicados de una u otra manera a Alianza País.

Los 19 editoriales que marcaron una postura crítica al Gobierno por parte de Diario la Hora fueron:

Editoriales en contra del Gobierno – Diario La Hora		
Fecha	Titular	De qué se trata
08-ene	Impostura de Hoy	Pedro Delgado y el asecho a la prensa privada por parte del Gobierno
10-ene	De Antología	Valija diplomática y la falta de sanción
11-ene	Más de lo mismo	Designación del Nuevo Consejo de la Judicatura y la mayoría Correísta
15-ene	De conspiraciones se trata	Plan de la CIA contra el Gobierno y Rafael Correa
16-ene	Sentencia extraña a la justicia	Sentencia dictada contra Diario La Hora por los datos de gasto en publicidad oficial
17-ene	Por el interés público	Campaña política de alianza país en medios privados a los cuales no asistían
18-ene	Ese es su papel	Alza salarial para las FF.AA. Como proyecto político en elecciones
23-ene	Mala suerte de ecuador	Inauguración anticipada aeropuerto de Quito como proyecto político
24-ene	Ley del embudo	Falta de fiscalización y eficiencia por parte

		del CNE en la campaña electoral
25-ene	El asalto es al futbol	Derechos de transmisión de fútbol para Ecuador TV, Gama TV y TC Televisión
28-ene	Tontos o granujas	Funcionarios de Gobierno se creen superiores y no entablan una crítica constructiva
29-ene	Ni cortos ni perezosos	Crítica hacia la homologación de la FF.AA. Y ECU 911
31-ene	Campaña fracasada	Crítica para campaña de sonrisas impulsada por la Vicepresidencia
02-feb	¿Mal informado?	Crítica al Secretario de Comunicación por mala calificación de Ecuador en Libertad de Expresión
05-feb	Golpes bajos	Encuestadoras del Gobierno revelan resultados a favor
06-feb	Con madurez y cordura	Inseguridad que sucedió en campaña
11-feb	Para anotar y archivar	Datos del INEN no concuerdan con la realidad

Fuente: Diario La Hora

Realizado por: María Augusta Román

Rafael Correa como candidato a la reelección tuvo dos editoriales el primero un llamado para que cumpla con su licencia y no use viene públicos para la campaña electoral y la segunda un crítica al desconocimiento del Presidente en los actos de corrupción que suceden en su Gobierno.

Editoriales en contra de Rafael Correa – Diario La Hora
--

Fecha	Titular	De qué se trata
07-ene	No imaginarlo ni mencionarlo	Si Rafael Correa como candidato cumplirá con la ley y no usará los beneficios de Presidente
12-ene	Ciegos que no quieren ver	Falta de conocimiento de Rafael Correa en los actos de corrupción

Fuente: Diario La Hora

Realizado por: María Augusta Román

El caso de Pedro Delgado y Jorge Glass también formaron parte del editorial de Diario La Hora, con seis publicaciones.

Editoriales en caso Pedro Delgado y Jorge Glass – Diario La Hora		
Fecha	Titular	De qué se trata
04-ene	¡Viva la media naranja!	Rueda de prensa de Jorge Glass en defensa de su título
05-ene	Sainete no, tragicomedia	Huida de Pedro Delgado del país
09-ene	Caballeros o cofrades	Gestión Pedro Delgado frente al fideicomiso AGD-CFN no más impunidad
14-ene	‘Caretucos’ oficiales	Crítica falsificación de títulos
19-ene	La culpa es de los gringos	Crítica a Correa por no extraditar a Pedro Delgado aduciendo que es por culpa de EEUU.
22-ene	¿Linchamiento político?	No retorno de Pedro Delgado

Fuente: Diario La Hora

Realizado por: María Augusta Román

Las elecciones en general fueron tratadas en 8 editoriales y los temas de noticias internacionales en 7 editoriales, sumando un 36%.

3.4.2 Editoriales Diario El Telégrafo

Por su parte Diario El Telégrafo, para poder realizar un análisis similar al anterior, se ha visto la necesidad de cambiar la categorización de los temas dedicados a los editoriales, las categorías a evaluar aquí son: a favor de Rafael Correa y el Gobierno, Crítica hacia los candidatos de la oposición, Caso de Pedro Delgado, Opinión acerca de temas noticiosos internacionales, Elecciones en General y Otros Temas.



Fuente: Diario El Telégrafo (Anexo 7)

Realizado por: María Augusta Román

La posición del Diario marcó un 33% de opinión en contra de los candidatos de la oposición, 7% a favor de Rafael Correa y el Gobierno, 0% para el caso de Pedro Delgado,

12% para la opinión de noticias internacionales, 10% para otros temas y sorprendentemente un 38% para la crítica a los Medios de Comunicación privados del país, siendo de conocimiento público el enfrentamiento que viven los medios de comunicación privados con el Primer Mandatario ecuatoriano.

De los 42 editoriales escritos por Diario El Telégrafo, 14 fueron dedicados a realizar una opinión crítica directa contra los partidos de la oposición:

Editoriales contra los candidatos de la oposición – Diario El Telégrafo		
Fecha	Titular	De qué se trata
04-ene	¿Sensacionalismo político marca el inicio de campaña?	Crítica a los candidatos, ofrecimiento del oro y el moro
06-ene	Una campaña para escuchar y debatir muchos futuros	Llamado a los candidatos a hablar con la verdad
10-ene	Con el tema de los ductos no hay que lavarse las manos	Llamado a los candidatos a hablar con la verdad - Tema Gasoducto de Guayaquil
11-ene	Que los candidatos digan si apoyan una ley de EE.UU.	Crítica hacia los candidatos por ofrecer mejores relaciones con EE.UU así como tratados
15-ene	¿Cuál es el afán de bajar y eliminar los impuestos?	Crítica hacia los candidatos que ofrecen bajar y eliminar ciertos impuestos
20-ene	El uso de vehículos municipales	Crítica contra Nebot por uso de

	para campaña del PSC	bienes del Municipio de Guayaquil para campaña del PSC
22-ene	Ya son 13 años del primer golpe popular al neoliberalismo	Crítica contra los partidos políticos de Derecha
28-ene	Mucho más respeto para los electores y para sí mismos	Crítica a las propuestas de los candidatos de la oposición
03-feb	¿De qué hablan los y las candidatas a la vicepresidencia?	Crítica a los Vicepresidenciables por falta de protagonismo de parte de sus binomios
06-feb	¿Cómo se entiende la teoría de la "cancha inclinada"?	Crítica a los candidatos por campaña anticipada
07-feb	La "feminización" de la política sigue su curso con lentitud	Crítica para los Vicepresidenciales por ausencia de postulados feministas en sus propuestas
08-feb	La soberanía de Venezuela no está en entredicho	Crítica contra Guillermo Lasso por declaraciones en contra de Venezuela
11-feb	Despetrolizar el país o el prejuicio que inventa cifras	Crítica a los candidatos por ofrecimientos de "despetrolizar" el país
14-feb	¿No hubo debate de fondo en la campaña electoral?	Crítica para los candidatos por falta de propuestas de interés nacional

Fuente: Diario El Telégrafo

Realizado por: María Augusta Román

A favor del Gobierno directamente fueron 3 los editoriales que destacaron los logros del Gobierno, y defendieron temas noticiosos como la nueva Corte Nacional de Justicia y los nuevos integrantes del Consejo de la Judicatura.

Editoriales a favor del Gobierno – Diario El Telégrafo		
Fecha	Titular	De qué se trata
14-ene	Son seis años que explican un hito histórico del país	Logros del Gobierno en sus seis años de Gobierno
19-ene	Un año positivo de la nueva corte nacional de justicia	Evaluación positiva para la Corte Nacional de Justicia
25-ene	El nuevo consejo de la judicatura con 2 grandes retos	Defensa de los nuevos integrantes del Consejo de la Judicatura

En lo que se refiere a crítica a los medios de comunicación privados fueron 16 editoriales los que trataron este tema, los mismos que cuestionaban el desempeño por parte de los medios de comunicación privados en denuncias contra el Gobierno, así como los espacios que estos dedicaron a los candidatos de la oposición, la postura crítica por parte de Diario El Telégrafo para con estos demostró una marcada defensa al actuar del Gobierno y al candidato del oficialismo Rafael Correa durante los 42 días de proceso electoral.

Editoriales contra medios de comunicación privados – Diario El Telégrafo		
Fecha	Titular	De qué se trata
05-ene	El día del periodista es una ocasión para pensar en su futuro	Crítica a los periodistas para dignificar la profesión que hoy sufre una metamorfosis

08-ene	"Si no les gusta, busquen nomás otro trabajo"	Crítica a la UNP por declaraciones acerca del alza salarial a periodistas y subsidio del gobierno
12-ene	¿El "equilibrio" informativo se mide en balanza privada?	Crítica a los medios privados por crítica de ellos a los medios públicos
13-ene	Las garantías de un proceso limpio no están en la prensa	Crítica a los medios privados acerca de su desempeño en el proceso electoral
17-ene	Y continúan los despidos en los medios de prensa	Crítica acerca de despidos en los medios privados por alza salarial de los periodistas
18-ene	¿Qué pasa realmente con el Pacific National Bank?	Crítica a los medios privados por denuncia de la situación del Pacific National Bank
21-ene	La transmisión de fútbol, ¿otro campo de disputa política?	Disputa entre canales por derechos del fútbol
23-ene	No cesa el uso político del tema "migración cubana"	Crítica a la cobertura de los medios privados para la migración de cubanos al país
26-ene	Emilio palacio no tiene calidad moral para juzgarnos	Crítica a Emilio Palacio ex editorialista de Diario El Universo
27-ene	El "humor político" de El comercio solo ofende y lo denigra	Crítica para El Comercio por las caricaturas publicadas
29-ene	La crónica roja no es un muro para ofender la dignidad	Crítica a diarios por publicación de fotos de fuerte contenido.
30-ene	¿Por qué hacen periodismo desde el "anonimato"?	Crítica a páginas web anónimas que han publicado

		denuncias contra el Gobierno
01-feb	Ampliar el campo del servicio informativo	Crítica a los medios dueños de grupos de poder y elogio a Diario El Telégrafo
02-feb	En DD.HH., Ecuador va por vía opuesta a la de los medios	Crítica a los medios por publicaciones acerca de la realidad del país y mediciones internacionales
04-feb	¿Por qué la prensa comercial no publica encuestas?	Crítica a los medios por no publicar encuestas y solo manifestar que van bien las encuestas
09-feb	Más autocensura en la "prensa libre e independiente"	Crítica a los medios privados por publicar encuestas que son de interés público

Fuente: Diario El Telégrafo

Realizado por: María Augusta Román

Extrañamente, para Diario El Telégrafo, el tema que copó los medios de comunicación privados en el tiempo electoral acerca de Pedro Delgado y Jorge Glass, no fue topado en ninguno de sus editoriales.

Opinión acerca de temas internacionales y otros temas sumaron 9 editoriales con un 22%.

3.4.3. Comparación Editoriales Diario La Hora El Telégrafo



Fuente: Diario La Hora y Diario El Telégrafo (Anexo 5 y 7)

Realizado por: María Augusta Román

3.5. Columna de Opinión

Dentro de los tipos de opinión también encontramos la columna de opinión, que puede ser fija o eventual, es decir hay personalidades que la mantienen de forma consecutiva en el diario un día determinado o simplemente de acuerdo al tema coyuntural es publicada.

La columna de opinión “aborda un hecho o un tema de actualidad” (Camps, Pazos, 2003:13), esta opinión si lleva firma del responsable.

Diario La Hora en sus publicaciones de lunes a sábado dedica 2 espacios dentro de la sección de opinión para la columna de opinión, el día domingo el número aumenta hasta 5.

Diario El Telégrafo por su parte dentro de la Sección de Opinión dedica de lunes a domingo 5 espacios para las columnas de opinión, algunos autores son fijos y otros varían depende del tema a ser tratado.

3.5.1. Columna de Opinión Diario La Hora

Del análisis de un total de 96 artículos de opinión publicados por Diario La Hora desde el 4 de enero al 14 de febrero de 2013 se los clasifica en: Gobierno y Rafael Correa, caso Pedro Delgado y Jorge Glass, elecciones en general, opinión de acontecimientos internacionales, y otros temas.



Fuente: Diario La Hora (Anexo 6)

Realizado por: María Augusta Román

El 35% de las columnas de opinión se destinaron para elecciones en general con 34 espacios, otros temas con el 27% y 26 espacios, Gobierno y Rafael Correa con 20% y 19

espacios, 13% para opinión de acontecimientos internacionales con 12 espacios, y un 5% para el caso de Pedro Delgado y Jorge Glass con 5 espacios.

En lo que tiene que ver Alianza País entran las categorías de Gobierno y Rafael Correa con un 20% y el caso de Pedro Delgado y Jorge Glass con un 4%, dando como resultado un 24% de las columnas de opinión dedicadas al partido de Gobierno.

Columna de opinión – Gobierno y Rafael Correa – Diario La Hora		
Fecha	Titular	De qué se trata
06-ene	El "tecnoroldosismo"	Crítica en general a todos los problemas del Gobierno
11-ene	Lodo petrolero	Crítica al Gobierno por el manejo petrolero
13-ene	Con o sin licencia	Crítica a Rafael Correa por hacer campaña con beneficios de Presidente
	Helicóptero con dueño	Crítica al Gobierno por uso de bienes públicos y a los medios públicos por transmitir cadenas
15-ene	Elecciones	Crítica a la utilización del Estado para la campaña del Gobierno
16-ene	‘Verde, que te quier....’	Crítica al Gobierno por las políticas ambientales
18-ene	Hechos y cultura	Crítica al Gobierno por eliminar auspicio para la cultura contrapuesto al gasto de publicidad

22-ene	Votos	Crítica al Gobierno acerca de encuestas y votos que obtendrá Correa
23-ene	! Adelante Rafael!	Apoyo a Rafael Correa y su proyecto político
24-ene	Elecciones a la vista	Crítica a Correa por el uso de bienes públicos para su campaña electoral
25-ene	Política y verdad	Crítica al Gobierno por política ambiental
27-ene	Espectáculo	Crítica al Gobierno acerca de utilización de las mismas mañas de la partidocracia
	Operación ´descorreizar´	Crítica al Gobierno por el exceso de poder sin un control igualitario
30-ene	Reforma	Crítica para el Gobierno de que no hay conciencia del cambio revolucionario
01-feb	Memoria histórica	Crítica a Correa y Glass por solicitar rectificación a Diario El Universo por caricatura de Bonil
03-feb	¿No es delito robar el tiempo?	Crítica al Partido de Gobierno por falta de fiscalización en actos de corrupción
05-feb	¿Terroristas?	Crítica por el caso de los 10 de Luluncoto acusados por el Gobierno de terrorismo
06-feb	Utopía sin chistes	Crítica al Gobierno por rectificación a Diario El Universo por caricatura de Bonil
07-feb	Se llevan mi helicóptero	Crítica a Correa por la utilización de bienes públicos entre estos un

		helicóptero para su campaña
09-feb	! Dramas!	Crítica al Gobierno por falta de atención en hospitales públicos pese a existir incremento de presupuesto
14-feb	No les puedo contar nada	Crítica al Gobierno por cosas como inseguridad y al CNE por su fiscalización

Fuente: Diario La Hora

Realizado por: María Augusta Román

De las 21 columnas de opinión publicadas en el tiempo electoral, 20 fueron destinadas a la crítica tanto del Gobierno como a máximo líder Rafael Correa, entre los temas más destacados encontramos, el uso de viene públicos para la campaña electoral, el acoso a la prensa privada, el desconocimiento en actos de corrupción, la falta de fiscalización, falta de política ambiental, mala atención en hospitales públicos entre otros.

El tema de Pedro Delgado y Jorge Glass, ocuparon cinco columnas de opinión sin embargo éstas solo fueron resaltadas la primera semana de campaña electoral.

Columna de opinión – Pedro Delgado y Jorge Glass – Diario La Hora		
Fecha	Titular	De qué se trata
06-ene	De condes, economistas y las comas	Crítica a Pedro Delgado y la falsificación de título
	Karaoke político	Crítica a Jorge Glass por copiar una tesis
	2013	Crítica a Pedro Delgado y Jorge Glass
09-ene	Más títulos	Crítica la falsificación de títulos en general

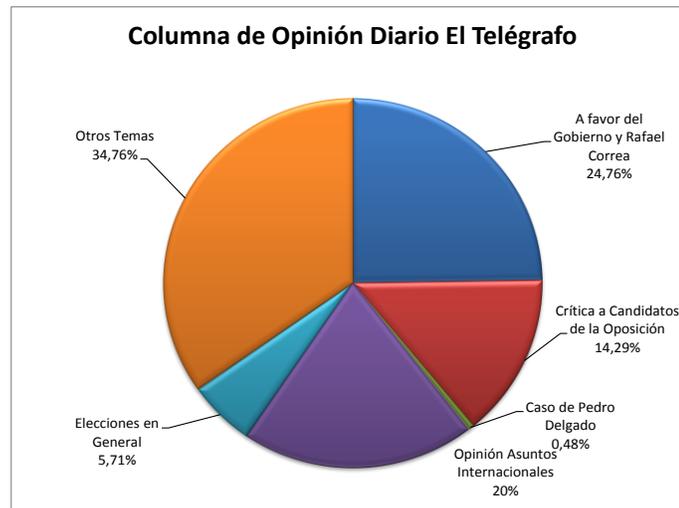
10-ene	La camioneta del "primaxi"	Crítica a Pedro Delgado por huir del país
--------	----------------------------	---

Fuente: Diario La Hora

Realizado por: María Augusta Román

3.5.2. Columna de Opinión Diario El Telégrafo

Diario El Telégrafo publicó 210 columnas de opinión que se han dividido para su estudio de acuerdo a las categorías de temas tratados: a favor del Rafael Correa y el Gobierno, en contra de los candidatos de la oposición, caso de Pedro Delgado y Jorge Glass, elecciones en general, opinión de acontecimientos internacionales y otros temas.



Fuente: Diario La Hora (Anexo 8)

Realizado por: María Augusta Román

Luego de analizar los 42 días de campaña electoral se obtienen, 52 (25,24%) columnas de opinión publicadas a favor de Rafael Correa y el Gobierno, 30 (14,29%) espacios para la crítica a los candidatos de la oposición, el caso de Pedro Delgado una sola columna de opinión (0,48%), 12 (5,71%) para elecciones en general, otros temas con 73 espacios (34,76%) y 42 (20%) para columnas de opinión de asuntos internacionales.

La crítica a los candidatos de la oposición se convirtió en defensa para el candidato Presidente Rafael Correa y su Gobierno, pues ningún candidato fue elogiado por sus propuestas o por su actuar. Los partidos políticos de derecha e incluso los de izquierda que en algún momento simpatizaron con el Movimiento Alianza País también fueron duramente criticados, para los columnistas no existieron propuestas por parte de los candidatos y más bien existió copia de algunas propuestas que el Gobierno actual realiza.

El pasado de los partidos políticos tradicionales como el Partido Social Cristiano (PSC), Partido Sociedad Patriótica (PSP), Partido Renovador Institucional Acción Nacional (PRIAN), y Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE), jugaron en su contra, el movimiento político CREO con su cabeza Guillermo Lasso también fue criticado a pesar de su temprana edad en la política ya que su máximo líder fue involucrado en el feriado bancario, a los partidos denominados de Izquierda pero de oposición al Gobierno como RUPTURA de los 25 (Norman Wray) Y MPD-PK (Alberto Acosta), en su calidad de desertores del actual Gobierno, también fueron criticados por ofrecer el verdadero proceso revolucionario en ataque al Gobierno actual.

Columna de opinión contra candidatos de la oposición – Diario El Telégrafo		
Fecha	Titular	De qué se trata
07-ene	Constitución y candidatos presidenciales	Crítica a 5 candidatos presidenciales por sus propuestas
	En tiempo de elecciones	Crítica a los candidatos presidenciales

		por sus propuestas en lo referente a inseguridad
08-ene	Decreto para el bono	Crítica a la partidocracia y sus ofertas y a Lasso por aborrecer los subsidios
12-ene	Actividad política y religiosa	Crítica por sus propuestas y el uso de "Dios" y la biblia en sus campañas
14-ene	Dos derechas en elecciones	Crítica a los partidos políticos de Derecha y su actuar en el país a lo largo de los años
	La oferta de empleo: entre magia y realidad	Crítica a los candidatos de oposición y entre líneas a Guillermo Lasso (emprendimiento)
15-ene	Inconsistencia en la ley de partidos políticos	Crítica a la falta de buenas opciones de candidatos presidenciales
17-ene	! El burro hablando de orejas!	Crítica a la partidocracia antigua
18-ene	Candidatos en el día después	Crítica a los candidatos de la oposición y sus propuestas en contra del Gobierno
21-ene	Candidatos ¿"populistas"?	Crítica contra el PRIAN, PSP Y PRE
	Mareo neoliberal	Crítica a los candidatos de la oposición y sus propuestas
22-ene	Propuestas presidenciables	Crítica a los candidatos de la oposición y sus propuestas
23-ene	Elecciones: madurez y esperanza ciudadana	Crítica a los candidatos de la oposición y sus propuestas
	Falso credo	Crítica a Guillermo Lasso por el feriado bancario
24-ene	"Patriarcas de la componenda"	Crítica a la Oposición por intentar conseguir mayoría en la Asamblea
26-ene	Presidenciables de oposición angustiados arman otro frente	Crítica a los candidatos de oposición por sus estrategias de campaña sin resultados
28-ene	Libros para la lucha política	Crítica a los partidos políticos de Derecha por la publicación de libros

		contra el actual Gobierno
02-feb	Campaña electoral: todos contra uno	Crítica a la oposición por hacer campaña de todos contra Correa
04-feb	Candidatos de izquierda	Crítica a los candidatos de izquierda que en campaña pronuncian consignas de derecha
	El sortilegio neoliberal	Crítica a los candidatos de la oposición y al neoliberalismo
08-feb	Las señales de Dios	Crítica para Nelson Zavala candidato presidencial por el PRE
	"Tablets para todos", "chupa libre" y "cero impuestos"	Crítica a los candidatos de la oposición y sus propuestas y regalos
09-feb	La bicicleta y el software	Crítica a los candidatos de la oposición por sus ofertas de campaña
	Maniobras de la oposición	Crítica a los candidatos de oposición por tratar de engañar a la ciudadanía
10-feb	Los alcances y límites de la crisis de la derecha	Crítica a los partidos políticos de Derecha y su historia y actuar
11-feb	Moralismo y dignidad electoral	Crítica a los partidos políticos de Derecha y de izquierda de la oposición
	¿Túnel o socavón?	Crítica a los candidatos de oposición por fracaso en el proceso electoral
12-feb	Universalidad vs. Particularismos en las elecciones ecuatorianas	Crítica a la Izquierda de oposición al Gobierno
13-feb	De cara a las urnas	Crítica a los candidatos de oposición por carecer de buenas propuestas
14-feb	Autoengaño	Crítica a los candidatos de oposición por engañar con sus propuestas

Fuente: Diario El Telégrafo Realizado por: María Augusta Román

El Caso de Pedro Delgado en este matutino contó con una sola columna de opinión, la misma que defendía su participación al mando de la CFN en la venta del Ingenio Astra uno de los bienes incautados por la AGD a los Isaías.

Columna de opinión- Pedro Delgado – Diario El Telégrafo		
Fecha	Titular	De qué se trata
5 ene- 2013	¿Cuál es la intención?	Defensa a la actuación de Pedro Delgado como Presidente de la CFN en la venta del Ingenio Astra.

Fuente: Diario El Telégrafo

Realizado por: María Augusta Román

Por su parte la defensa al Gobierno y sus logros conseguidos en salud, educación, carreteras en los seis años del Gobierno fueron destacados en las columnas de opinión, en donde se recalca el proyecto político de Alianza País como un proceso histórico, como el único con propuestas reales, y en beneficio del pueblo ecuatoriano, calificándolos como los transformadores del país y de la nueva era Revolucionaria, y la importancia de continuar con este proceso de transformación y construcción del nuevo país por cuatro años más.

Mientras los medios privados criticaban las sabatinas como actos políticos y la utilización de los canales públicos para cadenas gubernamentales, el alza del salario mínimo vital, el alza de sueldos en las FF.AA. en este Diario se las defendía al considerar que es el único Presidente de la República que ha decidido dar cuentas de su trabajo cada semana, que ha dado un salario digno tanto a la ciudadanía como a las FF.AA.

Columna de opinión – a favor del Gobierno y Rafael Correa – Diario El Telégrafo		
Fecha	Titular	De qué se trata
04-ene	Crónica abreviada de un proceso histórico	Crónica de Alianza País como un proceso histórico e invencible
05-ene	Deseos para el 2013	A favor del Gobierno, logros en salud, educación, vialidad, hidroeléctricas, etc.
	Informe sabatino presidencial no significa campaña electoral	Defensa a la Sabatina en tiempo de elecciones
06-ene	2013 con salario "digno"	Aplauda el nuevo salario mínimo vital en el país
07-ene	Kubitchek y Correa: Obra pública e inversión social (1)	Comparación de Correa con Kubitchek ex presidente brasileño que hizo cambios radicales
08-ene	Agenda por el cambio de era	Apoyo a la política del "buen vivir"
09-ene	Las revoluciones agraria y urbana	A favor de las propuestas revolución agraria y urbana en campaña electoral
10-ene	Retos del turismo masivo	A favor de los logros del Gobierno como el incremento de turismo, mejores vías.
14-ene	La propuesta de política social de Correa (2)	A favor del Presidente Correa por sus logros en salud educación y vivienda
15-ene	Rescate interdisciplinario de la gobernabilidad del agua	Aplauda el desempeño de la Secretaría Nacional del Agua (Senagua)
16-ene	Las cuotas del poder	Defensa a las reubicación de los Ministros
17-ene	6 años de realizaciones	Elogio a los 6 años de Gobierno y

		sus logros
18-ene	Repatriar cultura	Elogio plan retorno científicos y docentes de España al país
	En Ecuador, solo música extranjera	Apoyo a la Ley de Comunicación en beneficio del artista ecuatoriano
19-ene	En bicicleta al Lechero	Elogio al spot de la bicicleta del Presidente
21-ene	La política pública para el talento humano, conectividad y seguridad	A favor de las políticas en beneficio de la educación comunicación y seguridad
22-ene	El cofre de sorpresas y ofertas vs. Realidades positivas	A favor del Presidente Correa por sus logros en el país
24-ene	El Ocaso de la derecha	A favor del Presidente y un triunfo arrasador
	Formación de una paz de cultura	Defensa y elogio a la creación del ECU 911
25-ene	Los nuevos tiempos	Elogio a Correa como único candidato bueno en la campaña
26-ene	En bicicleta a Zumbahua	Defensa del triunfo de Correa como una etapa una época
27-ene	¿Y cómo "descorreizamos" al Ecuador?	Defensa a Correa por petición de candidatos de descorreizar el país
	Elecciones: ciencia e investigación	Opinión acerca de que Rafael Correa es el único con plan de Gobierno de desarrollo científico
28-ene	El cambio del modelo y reafirmación de la política económica	A favor del plan de Gobierno de Alianza País y sus logros actuales
30-ene	¡Hacia la tercera victoria!	Apoyo a un triunfo más para Rafael Correa
	Un traumático contraste	Datos en el país y Cepal que indican

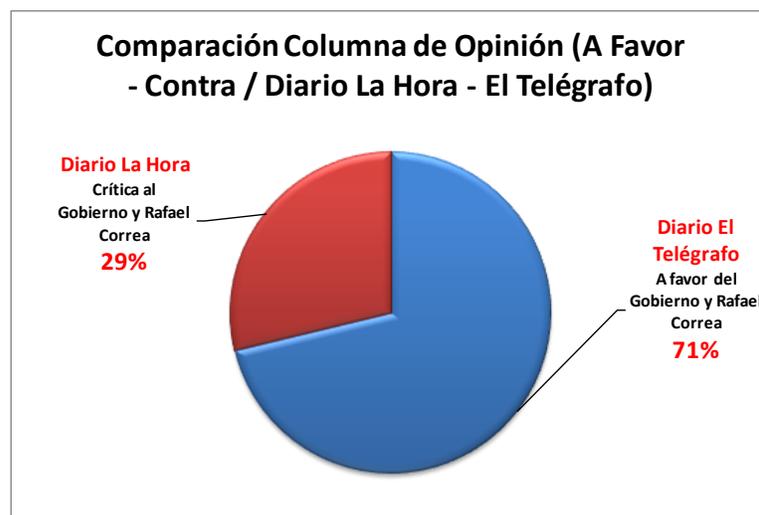
		disminución de pobreza
31-ene	El candidato perfecto	Una descripción de Rafael Correa como candidato perfecto a la Presidencia
01-feb	A "parar la olla"	Datos del mejoramiento del país, canasta básica, salario mínimo vital
02-feb	Como es y será la patria	Elogio a lo que es y se está construyendo en el país
03-feb	Salud, calidad de vida y revolución	Buen vivir, bono de desarrollo humano
05-feb	El tren de la historia	A favor de la reconstrucción del ferrocarril
	Gestión integral de los recursos hídricos	Elogio a la política gubernamental a favor de los recursos hídricos
06-feb	¿Continuidad o cambio?	Triunfo de Alianza País tanto en la Presidencia como en la Asamblea
07-feb	Fervor de multitudes	Rafael Correa y el cambio del país a su mando
08-feb	Quinto grado C	Crítica constructiva para Rafael Correa por parte de un compañero de la escuela.
09-feb	Correa y el reencuentro de la patria	Importancia del triunfo de Correa para continuar el proceso de cambio del país
10-feb	Políticas sobre el adulto mayor	Políticas como la pensión del Seguro Social campesino y el Bono de desarrollo humano
11-feb	Un millón y medio de pobres pueden salir de la pobreza	Disminución de pobreza en el país
12-feb	Los pueblos merecemos los gobernantes que elegimos	Llamado a la ciudadanía la continuidad de Alianza País

13-feb	Triunfo electoral contundente	Triunfo de Rafael Correa masivo
14-feb	La suerte está echada	Triunfo de Rafael Correa y una visión del país que vivimos ahora

Fuente: Diario El Telégrafo

Realizado por: María Augusta Román

3.5.3. Comparación Diario La Hora – El Telégrafo / Columna de Opinión



Fuente: Diario La Hora y Diario El Telégrafo (Anexo 6 y 8)

Realizado por: María Augusta Román

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES

En cuanto se refiere a la comunicación de masas se puede concluir que tanto Diario La Hora, como El Telégrafo dieron mayor número de espacios al movimiento político Alianza País; lo cual puede ser entendible al tratarse de una reelección del partido de Gobierno, que a la par de la campaña electoral continuaba con su desempeño en el país.

Sin embargo, pese a que Alianza País fue la lista que más espacios noticiosos obtuvo de ambos medios de comunicación debemos analizar que no todos esos espacios fueron destinados de la misma manera, por su lado Diario La Hora consigna un 48% de noticias para País, y las publicó a manera de denuncias por actos de corrupción que sucedían en el gobierno a la par de las elecciones. Mientras que Diario El Telégrafo destina un 42% de noticias para la lista 35, y las publica de forma positiva, resaltando la gestión del Gobierno y de sus funcionarios.

Durante la campaña electoral, cada medio mantuvo su postura bastante clara de principio a fin, por un lado Diario El Telégrafo evidencia un Movimiento Político de gobierno lleno de obras, enfocando solo la parte positiva del mismo, claramente esto se evidencia en las publicaciones del 23 de enero de 2013 cuando en portada se titula: "Correa, en bici revuelca

a la vieja clase política”, o el titular del 16 de enero de 2013 “Correa arriba en vuelo comercial de TAME y provoca “conmoción”” siendo este último en defensa a las repetidas críticas de los medios de Comunicación privados por la utilización de bienes públicos para la campaña electoral. Diario El Telégrafo a diferencia de Diario La Hora, publicó encuestas en donde Rafael Correa ganaba la Presidencia en una sola vuelta y obtenía la mayoría en la Asamblea, además es importante mencionar que la cobertura en el caso de Pedro Delgado por falsificación de título y las denuncias que circulaban en torno a Jorge Glass, candidato Vicepresidencial, fue mínima o inexistente. Tampoco hubo publicaciones acerca de las denuncias de utilización de bienes públicos para la campaña electoral, solo una nota publicada el 3 de febrero de 2013 titulada: “Contraloría da trámite a 22 denuncias electorales”, la misma que se refería a todos los partidos políticos y no sólo a Alianza País.

Mientras tanto, Diario La Hora, reflejó un Rafael Correa envuelto en casos de corrupción en sus círculos cercanos, como fue el de su primo Pedro Delgado y del candidato a la Vicepresidencia Jorge Glass, reflejado en sus publicaciones del 9, 22 de enero y 6 de febrero, el diario mantuvo varios días denuncias por la utilización de bienes públicos para la campaña política del Movimiento político de Gobierno a lo largo del país, como por ejemplo, el 11 de enero titula: “CNE permite a Correa usar bienes públicos”, el 27 de enero otro titular similar marcaba postura crítica al Gobierno “Ordenan uso de bienes del estado para País”. Rafael Correa en respuesta y manteniendo su discurso crítico a los medios de comunicación privados, no concedió entrevista a Diario La Hora como el resto de candidatos, en ese espacio el diario publicó un reportaje basado en sus años de Gobierno.

Para el caso de los editoriales el escenario es similar, aquí el editorial de cada medio revela la postura clara y abierta que tuvo tanto La Hora como El Telégrafo, luego del análisis se refleja un 45% de editoriales críticos al Gobierno en Diario La Hora, más un 5% dedicados a Rafael Correa y un 14% para Pedro Delgado y Jorge Glass (total 64%), sin embargo se debe aclarar que pese a que La Hora tuvo una postura crítica al Gobierno, los temas publicados en contra de Alianza País, fueron noticias que coparon todos los medios de comunicación privados, con sus respectivas fuentes y fotografías, comprobadas, es decir el Diario no publicó nada que estuviera alejado de la realidad. Un ejemplo claro es el caso de Pedro Delgado que pese a que en un inicio se desmiente la falsificación del título, él mismo termina aceptando dicho error y huyendo del país.

Diario El Telégrafo, en cambio no editorializó en mayoría a favor de Alianza País, tan solo el 7% fueron editoriales a favor, sin embargo el 38% estuvo destinado a la crítica a los medios de comunicación privados, realizando una campaña abierta de desprestigio hacia ellos, restándoles credibilidad dentro de sus lectores, tal como lo hace el Presidente Rafael Correa, quien desde sus inicios como presidente ha criticado duramente a las medios de comunicación privados. El tercer lugar de editoriales se lo lleva la crítica a los candidatos de la oposición con un 33%, los mismos que fueron criticados aludiendo en muchos casos un pasado político no necesariamente personal sino de los partidos políticos a los que pertenecen o pertenecieron, cabe mencionar que muchos de ellos también usaron como plataforma política las denuncias en contra del gobierno para desprestigiar a Correa dentro de los medios de comunicación privados.

En cuanto a columnas de Opinión por Diario La Hora el análisis fue más dividido, la mayoría se dedican a elecciones en general (35%), sin embargo un 20% es para Rafael Correa y su gobierno, y un 5% para el caso de Pedro Delgado y Jorge Glass (total 25%), éstas destinadas a Rafael Correa como Presidente y Candidato, para el Gobierno y su gestión, para Pedro Delgado y Jorge Glass por sus actos corrupción y plagio, evidenciando nuevamente la postura crítica a los actos de corrupción del Gobierno, sin embargo esta vez ya no vista desde la postura del medio sino desde la ciudadanía que opinaba en general.

Por su lado Diario El Telégrafo tuvo mayoría de columnas de opinión referentes a temas varios, pero el segundo lugar con 24,76% fue a favor del gobierno defendiendo su trabajo, además de manifestar el apoyo a la reelección de Correa. El tercer lugar se lo lleva la crítica a los candidatos de la oposición con un 14,29%, aquí no hubo desprestigio a los medios de comunicación privados. Es decir la crítica a los medios de comunicación privados se puede entender como una postura del medio más no de la ciudadanía o de los columnistas, a diferencia de lo que sucede con los candidatos de la oposición a País.

Diario La Hora no generó propaganda política dentro de sus coberturas para Alianza País, sin embargo su crítica hacia el gobierno dejaba muy en claro cuál era su posición sobre el movimiento, y a su vez cabe destacar que tampoco generó campaña política a favor de ningún otro candidato directamente. Esto en contra posición a lo realizado por Diario El Telégrafo, cuyas publicaciones, en su mayoría estaban a favor del movimiento político de gobierno, como fue el artículo del 23 de Enero en el que se consideraba que Rafael Correa

revolcaba a la oposición con su spot de la bicicleta.

<http://www.eleccionesenecuador.com/video-bicicleta-16.html>

En cuanto al discurso político, cada medio lo transmitió de acuerdo a su posición y postura. Diario La Hora como Medio de Comunicación Privado, publicó denuncias en contra de Alianza País durante los 42 días, dejando en claro una postura crítica y en contra a las actuaciones del Gobierno, apegadas a la realidad.

Diario El Telégrafo como medio con manejo público, utilizó el mismo discurso político de Alianza País y Rafael Correa, es decir crítico a los medios de comunicación privados, restándoles credibilidad, además demostró una marcada posición en contra del resto de partidos políticos de Oposición, y no divulgó denuncias en contra del Movimiento Alianza País, su cobertura y postura fue claramente a favor del partido de gobierno, y tal como lo menciono en punto 3.2.4 de propaganda política en el análisis, “puede ser considerado como propaganda política, y constituirse en un apoyo directo a la candidatura pese a no ser pagadas”.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, S. Volkens, A., Gómez, B. (2012), *Análisis de contenido de textos políticos. Un enfoque cuantitativo*. Madrid: Publidisa

Ayala, E. (2012), *La prensa en la historia del Ecuador: una breve visión general*, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.

Bresser-Pereira, L. C. (1998), *Entre el estado y el mercado: lo público no estatal*. Buenos Aires: CLAD/Paidós.

Declaración juramentada, Disposición Transitoria de la Ley Orgánica de Comunicación, (2012). Recuperado de http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&id=1691:declaracion-juramentada-disposicion-transitoria-de-la-ley-organica-de-comunicacion&catid=46:noticias-articulos&Itemid=184, 1 de julio de 2013. 07h59.

De Fleur, M.L., Ball-Rokeach, S.J. (1993), *Teorías de la comunicación de masas Nueva edición revisada y ampliada*. España: Hurope S.L.

Disminuye pobreza en Ecuador, según CEPAL, (2012) Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/noticias/2012/11/28/disminuye-pobreza-en-ecuador-segun-cepal/>, 16 de septiembre de 2013, 20h54.

García, V., D'Adamo, O., Slavinsky, G. (2005), *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*, Barcelona: Gedisa

Gerstlé, J. (2005). *La comunicación Política*. Santiago: LOM Ediciones.

Canel, M.J. (2006) *Comunicación política una guía para su estudio y práctica*. España:

Editorial Tecnos.

Lash, S. (2005), *Crítica de la información*, Argentina: Talleres Gráficos Color Efe.

Laswell, H. (1985), *Sociología de la Comunicación de Masas*, Barcelona: Moragas Spá.

Lozares, Carlos (1996), *La Teoría de las redes sociales*, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Mattelart A., Mattelart, M. (1997). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. España: Editorial Paidós.

Merril J., Lee J., Friedlander E., (1992), ***Medios de comunicación social. Teoría y práctica en estados unidos y en el mundo***. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Mc Quail, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. España: Editorial Paidós.

Pérez, M. (2009), *Los Procesos de Comunicación*, España: Editorial: UOC.

Palti, E. (2005), *La invención de una legitimidad. Razón y retórica en el pensamiento mexicano del siglo XIX (Un estudio sobre las formas del discurso político)*, México: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.

Petit, C., Cilimbini A.L. (2009), *Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y Nuevas Apropiaciones*. Argentina: Editorial: Brujas.

Proaño, L.E, (1989), *Comunicación y Política. Temas controversiales*. Ecuador: Digraf.

Punín, M.I. (2011), *Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios*. *Razón y Palabra* (75), 1-13. Recuperado de:

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia3parte/37_Punin_V75.pdf, 16 de septiembre de 2013, 20h55.

Ruiz San Román, J. A., (1997), *Introducción a la tradición clásica de la opinión pública*. Madrid: Editorial Tecnos S.A.

Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa Medios sondeos y urnas*. España: Ediciones Itsmo S.A.

West R., Turner L. (2000). *Teoría de la Comunicación, Análisis y aplicación*. España: Editorial MCGRAW-HILL

ANEXOS

1. Análisis de espacios de noticias por Diario La Hora para todos los partidos políticos.

ANÁLISIS DE ESPACIOS NOTICIOSOS DESTINADOS POR PARTIDO POLITICO EN LA COBERTURA ELECTORAL 2013 POR PARTE DE DIARIO LA HORA															
FECHA	PORTADA		NOTICIAS	TOTAL	DESGLOCE NOTICIAS										
	ACERCA DE CAMPAÑA	CAMPAÑA GRAL.			ALIANZA PAÍS	CREO	MPD-PK	PSP	PRIAN	PRE	SUMA	RUPTURA	AVANZA	PSC-MD	OTROS PARTIDOS
	47	270		62	29	23	15	16	11	16	16	4	3	2	73
4 DE ENERO	1	3	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
5 DE ENERO	1	9	10	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
6 DE ENERO	1	6	7	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1
7 DE ENERO	0	13	13	1	2	2	2	1	1	2	1	0	0	0	1
8 DE ENERO	0	3	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
9 DE ENERO	1	9	10	3	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1
10 DE ENERO	2	3	5	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
11 DE ENERO	1	9	10	2	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	2
12 DE ENERO	1	8	9	5	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
13 DE ENERO	1	3	4	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
14 DE ENERO	1	7	8	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1
15 DE ENERO	1	3	4	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
16 DE ENERO	1	6	7	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
17 DE ENERO	1	9	10	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1
18 DE ENERO	1	4	5	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
19 DE ENERO	0	4	4	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
20 DE ENERO	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
21 DE ENERO	0	12	12	2	1	1	2	0	0	1	2	0	0	0	3
22 DE ENERO	0	6	6	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
23 DE ENERO	0	5	5	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
24 DE ENERO	1	10	11	3	1	1	0	1	0	2	1	0	0	0	1
25 DE ENERO	1	7	8	3	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
26 DE ENERO	1	3	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
27 DE ENERO	1	4	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
28 DE ENERO	1	5	6	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
29 DE ENERO	2	13	15	1	1	1	1	1	2	1	2	0	0	1	2
30 DE ENERO	1	5	6	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
31 DE ENERO	2	6	8	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
1 DE FEBRERO	1	7	8	3	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
2 DE FEBRERO	2	7	9	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
3 DE FEBRERO	2	3	5	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
4 DE FEBRERO	2	7	9	1	2	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2
5 DE FEBRERO	4	9	13	3	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
6 DE FEBRERO	2	4	6	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
7 DE FEBRERO	3	13	16	0	1	2	1	1	0	2	1	1	0	0	4
8 DE FEBRERO	1	5	6	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
9 DE FEBRERO	1	6	7	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
10 DE FEBRERO	0	3	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
11 DE FEBRERO	1	6	7	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5
12 DE FEBRERO	1	12	13	1	2	1	0	0	1	2	2	0	0	0	3
13 DE FEBRERO	2	8	10	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	1
14 DE FEBRERO	1	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4

2. Análisis de espacios de noticias por Diario El Telégrafo para todos los partidos políticos.

ANÁLISIS DE ESPACIOS NOTICIOSOS DESTINADOS POR PARTIDO POLITICO EN LA COBERTURA ELECTORAL 2013 POR PARTE DE DIARIO EL TELÉGRAFO															
FECHA	NOTICIAS REFERENTES A		DESGLOCE NOTICIAS REFERENTES A:												
	PORTADA ACERCA DE CAMPAÑA	CAMPAÑA GRAL.	TOTAL	ALIANZA PAÍS	CREO	MPD-PK	PSP	PRIAN	PRE	SUMA	RUPTURA	AVANZA	PSC	OTROS PARTIDOS	ELECCIONES EN GRAL.
	103	511		95	45	46	38	39	40	42	38	13	12	12	91
4 DE ENERO	1	8	9	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5
5 DE ENERO	1	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
6 DE ENERO	1	11	12	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	3
7 DE ENERO	1	3	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
8 DE ENERO	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
9 DE ENERO	0	9	9	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	2
10 DE ENERO	0	10	10	3	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1
11 DE ENERO	1	8	9	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	2
12 DE ENERO	2	11	13	3	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	2
13 DE ENERO	1	5	6	3	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
14 DE ENERO	1	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
15 DE ENERO	3	16	19	2	2	2	3	1	2	2	1	0	0	0	1
16 DE ENERO	3	18	21	4	2	1	2	1	3	1	1	1	0	0	2
17 DE ENERO	3	13	16	2	1	1	1	2	1	1	3	0	0	0	1
18 DE ENERO	3	14	17	3	0	1	1	1	1	1	2	1	1	0	2
19 DE ENERO	3	18	21	5	1	1	2	2	2	1	1	1	0	0	2
20 DE ENERO	4	7	11	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1
21 DE ENERO	4	8	12	2	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1
22 DE ENERO	3	16	19	3	2	2	1	1	1	1	2	0	0	0	3
23 DE ENERO	3	16	19	4	2	1	2	2	1	1	1	0	0	0	2
24 DE ENERO	3	17	20	4	1	1	1	2	1	2	1	0	0	0	4
25 DE ENERO	3	17	20	3	1	1	2	1	2	3	2	0	0	0	2
26 DE ENERO	3	10	13	3	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	3
27 DE ENERO	3	11	14	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	4
28 DE ENERO	3	15	18	2	2	2	1	3	1	1	1	0	0	1	1
29 DE ENERO	3	19	22	2	2	2	3	1	0	0	1	3	0	2	3
30 DE ENERO	3	11	14	2	1	1	0	2	1	1	0	0	0	0	3
31 DE ENERO	3	17	20	3	2	1	1	1	2	1	1	0	1	1	3
1 DE FEBRERO	3	16	19	3	1	4	0	1	1	0	2	0	1	0	3
2 DE FEBRERO	5	22	27	5	3	2	2	1	2	2	0	1	1	1	2
3 DE FEBRERO	5	15	20	3	1	3	0	0	1	2	2	1	1	0	1
4 DE FEBRERO	2	18	20	4	2	2	2	1	1	1	2	0	0	1	2
5 DE FEBRERO	2	8	10	3	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0	1
6 DE FEBRERO	3	13	16	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	4
7 DE FEBRERO	2	11	13	2	0	0	1	2	1	2	0	1	0	0	2
8 DE FEBRERO	4	10	14	1	2	1	0	1	2	0	0	0	1	0	2
9 DE FEBRERO	2	24	26	2	4	2	2	3	2	2	2	0	1	1	3
10 DE FEBRERO	3	6	9	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	2
11 DE FEBRERO	3	9	12	2	0	0	0	0	2	1	1	1	0	0	2
12 DE FEBRERO	3	16	19	2	1	3	1	1	3	2	1	1	0	1	0
13 DE FEBRERO	3	8	11	2	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	2
14 DE FEBRERO	1	16	17	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	7

3. Análisis de contenido de las noticias de Diario La Hora

DIARIO LA HORA					
	NOTICIAS A FAVOR	NOTICIAS EN CONTRA	CRITICA	ENTREVISTA	INFORMATIVA
4 DE ENERO	0	0	0	0	1
5 DE ENERO	0	1	0	0	1
6 DE ENERO	0	0	1	0	0
7 DE ENERO	0	0	0	0	1
8 DE ENERO	0	1	0	0	0
9 DE ENERO	0	3	0	0	0
10 DE ENERO	0	0	2	0	0
11 DE ENERO	0	0	2	0	0
12 DE ENERO	0	5	0	0	0
13 DE ENERO	0	1	0	0	0
14 DE ENERO	0	0	1	0	0
15 DE ENERO	0	0	0	0	1
16 DE ENERO	0	0	1	0	0
17 DE ENERO	0	2	0	0	0
18 DE ENERO	0	0	0	1	0
19 DE ENERO	1	0	0	0	0
20 DE ENERO	0	0	0	0	0
21 DE ENERO	0	1	1	0	0
22 DE ENERO	0	0	0	0	1
23 DE ENERO	0	1	1	0	0
24 DE ENERO	0	1	1	0	1
25 DE ENERO	0	1	2	0	0
26 DE ENERO	0	1	0	0	1
27 DE ENERO	0	1	0	0	0
28 DE ENERO	0	1	1	0	0
29 DE ENERO	0	1	0	0	0
30 DE ENERO	0	1	1	0	0
31 DE ENERO	0	1	1	0	0
1 DE FEBRERO	0	1	2	0	0
2 DE FEBRERO	0	2	0	1	0
3 DE FEBRERO	0	0	1	0	0
4 DE FEBRERO	0	1	0	0	0
5 DE FEBRERO	0	1	1	0	1
6 DE FEBRERO	0	0	0	0	0
7 DE FEBRERO	0	0	0	0	0
8 DE FEBRERO	0	1	1	0	0
9 DE FEBRERO	0	1	0	0	0
10 DE FEBRERO	0	0	0	0	0
11 DE FEBRERO	0	0	0	0	0
12 DE FEBRERO	0	0	1	0	0
13 DE FEBRERO	0	0	0	0	0
14 DE FEBRERO	0	0	0	0	0
	1	30	21	2	8

4. Análisis de contenido de las noticias de Diario El Telégrafo

DIARIO EL TELEGRAFO					
	NOTICIA A FAVOR	NOTICIA EN CONTRA	CRITICA/DENUNCIA	ENTREVISTA	INFORMATIVA
4 DE ENERO	1	0	0	0	1
5 DE ENERO	0	0	0	0	1
6 DE ENERO	0	0	0	0	1
7 DE ENERO	0	0	0	0	1
8 DE ENERO	0	0	0	0	1
9 DE ENERO	0	0	0	0	1
10 DE ENERO	1	1	1	0	2
11 DE ENERO	0	0	1	0	0
12 DE ENERO	1	0	1	0	1
13 DE ENERO	1	1	0	0	1
14 DE ENERO	0	0	0	0	1
15 DE ENERO	0	1	1	0	1
16 DE ENERO	2	0	0	0	1
17 DE ENERO	1	0	0	0	0
18 DE ENERO	2	0	0	0	1
19 DE ENERO	0	0	1	0	0
20 DE ENERO	1	0	0	0	0
21 DE ENERO	2	0	1	0	0
22 DE ENERO	2	0	1	0	0
23 DE ENERO	2	0	1	0	1
24 DE ENERO	3	0	0	0	1
25 DE ENERO	1	0	1	0	0
26 DE ENERO	1	0	0	1	1
27 DE ENERO	0	0	0	0	0
28 DE ENERO	1	0	0	0	0
29 DE ENERO	0	0	0	0	1
30 DE ENERO	1	0	0	0	2
31 DE ENERO	2	0	1	0	0
1 DE FEBRERO	1	0	0	0	1
2 DE FEBRERO	1	0	0	0	0
3 DE FEBRERO	2	0	0	0	1
4 DE FEBRERO	2	1	0	0	1
5 DE FEBRERO	2	1	0	0	1
6 DE FEBRERO	1	0	0	0	2
7 DE FEBRERO	2	0	0	0	0
8 DE FEBRERO	0	0	0	0	1
9 DE FEBRERO	0	0	0	0	2
10 DE FEBRERO	1	0	0	0	0
11 DE FEBRERO	1	0	0	0	1
12 DE FEBRERO	0	0	0	0	2
13 DE FEBRERO	0	0	0	1	2
14 DE FEBRERO	2	0	1	0	2
	40	5	11	2	36

5. Análisis de contenido de los editoriales de Diario La Hora.

DIARIO LA HORA SECCIÓN OPINIÓN / EDITORIAL DEL DIARIO				
	CRITICO AL GOBIERNO	CASO PEDRO DELGADO y JORGE GLASS	INTERNACIONAL	ELECCIONES EN GENERAL
4 DE ENERO	0	0	0	1
5 DE ENERO	0	1	0	0
6 DE ENERO	0	0	1	0
7 DE ENERO	0	0	0	0
8 DE ENERO	1	0	0	0
9 DE ENERO	0	1	0	0
10 DE ENERO	1	0	0	0
11 DE ENERO	1	0	0	0
12 DE ENERO	0	0	0	0
13 DE ENERO	0	0	1	0
14 DE ENERO	0	1	0	0
15 DE ENERO	1	0	0	0
16 DE ENERO	1	0	0	0
17 DE ENERO	1	0	0	0
18 DE ENERO	1	0	0	0
19 DE ENERO	0	1	0	0
20 DE ENERO	0	0	1	0
21 DE ENERO	0	0	0	1
22 DE ENERO	0	1	0	0
23 DE ENERO	1	0	0	0
24 DE ENERO	1	0	0	0
25 DE ENERO	1	0	0	0
26 DE ENERO	1	0	0	0
27 DE ENERO	0	0	1	0
28 DE ENERO	1	0	0	0
29 DE ENERO	1	0	0	0
30 DE ENERO	0	0	1	0
31 DE ENERO	1	0	0	0
1 DE FEBRERO	0	0	0	1
2 DE FEBRERO	1	0	0	0
3 DE FEBRERO	0	0	1	0
4 DE FEBRERO	1	0	0	0
5 DE FEBRERO	1	0	0	0
6 DE FEBRERO	1	0	0	0
7 DE FEBRERO	0	0	0	1
8 DE FEBRERO	0	0	0	1
9 DE FEBRERO	0	0	0	1
10 DE FEBRERO	0	0	1	0
11 DE FEBRERO	1	0	0	0
12 DE FEBRERO	0	0	0	1
13 DE FEBRERO	0	0	0	1
14 DE FEBRERO	0	0	0	1
	19	5	7	9

6. Análisis de contenido de las columnas de opinión de Diario La Hora.

DIARIO LA HORA SECCIÓN OPINIÓN / COLUMNAS DE OPINIÓN					
	CRITICO AL GOBIERNO y RAFAEL CORREA	CASO PEDRO DELGADO	VARIOS TEMAS/NO REFERENTES A ELECCIONES	OPINION ACONT INTER.	ELECCIONES EN GENERAL
4 DE ENERO	0	1	1	0	0
5 DE ENERO	0	0	2	0	0
6 DE ENERO	1	3	1	1	0
7 DE ENERO	0	0	0	0	2
8 DE ENERO	0	0	1	1	0
9 DE ENERO	0	1	0	1	0
10 DE ENERO	0	1	0	1	0
11 DE ENERO	1	0	1	0	0
12 DE ENERO	0	0	1	0	1
13 DE ENERO	2	0	1	2	1
14 DE ENERO	0	0	1	0	1
15 DE ENERO	1	0	0	0	1
16 DE ENERO	1	0	1	0	0
17 DE ENERO	0	0	0	1	1
18 DE ENERO	1	0	1	0	0
19 DE ENERO	0	0	1	0	1
20 DE ENERO	0	0	2	2	2
21 DE ENERO	0	0	1	1	0
22 DE ENERO	1	0	0	0	1
23 DE ENERO	1	0	0	0	1
24 DE ENERO	1	0	0	0	1
25 DE ENERO	1	0	0	0	1
26 DE ENERO	0	0	1	0	1
27 DE ENERO	2	0	0	1	3
28 DE ENERO	0	0	1	1	0
29 DE ENERO	0	0	1	1	0
30 DE ENERO	1	0	0	0	1
31 DE ENERO	0	0	1	0	1
1 DE FEBRERO	1	0	1	0	0
2 DE FEBRERO	0	0	1	0	1
3 DE FEBRERO	1	0	1	0	0
4 DE FEBRERO	0	0	1	0	1
5 DE FEBRERO	1	0	0	0	1
6 DE FEBRERO	1	0	0	0	1
7 DE FEBRERO	1	0	1	0	0
8 DE FEBRERO	0	0	0	0	2
9 DE FEBRERO	1	0	1	0	0
10 DE FEBRERO	0	0	0	0	2
11 DE FEBRERO	0	0	0	0	2
12 DE FEBRERO	0	0	0	0	2
13 DE FEBRERO	0	0	1	0	1
14 DE FEBRERO	1	0	0	0	1
	21	6	26	13	34

7. Análisis de contenido de los editoriales de Diario El Telégrafo

DIARIO EL TELÉGRAFO SECCIÓN OPINIÓN / EDITORIAL DEL DIARIO						
	CONTRA CANDIDATOS NO OFICIALISTAS	A FAVOR DEL GOBIERNO	CASO PEDRO DELGADO	INTERNACIONAL	CRITICA A MEDIOS DE COM.	NO REFERENTES A ELECCIONES
4 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
5 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
6 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
7 DE ENERO	0	0	0	1	0	0
8 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
9 DE ENERO	0	0	0	0	0	1
10 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
11 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
12 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
13 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
14 DE ENERO	0	1	0	0	0	0
15 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
16 DE ENERO	0	0	0	1	0	0
17 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
18 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
19 DE ENERO	0	1	0	0	0	0
20 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
21 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
22 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
23 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
24 DE ENERO	0	0	0	1	0	0
25 DE ENERO	0	1	0	0	0	0
26 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
27 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
28 DE ENERO	1	0	0	0	0	0
29 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
30 DE ENERO	0	0	0	0	1	0
31 DE ENERO	0	0	0	0	0	1
1 DE FEBRERO	0	0	0	0	1	0
2 DE FEBRERO	0	0	0	0	1	0
3 DE FEBRERO	1	0	0	0	0	0
4 DE FEBRERO	0	0	0	0	1	0
5 DE FEBRERO	0	0	0	1	0	0
6 DE FEBRERO	1	0	0	0	0	0
7 DE FEBRERO	1	0	0	0	0	0
8 DE FEBRERO	1	0	0	0	0	0
9 DE FEBRERO	0	0	0	0	1	0
10 DE FEBRERO	0	0	0	0	0	1
11 DE FEBRERO	1	0	0	0	0	0
12 DE FEBRERO	0	0	0	1	0	0
13 DE FEBRERO	0	0	0	0	0	1
14 DE FEBRERO	1	0	0	0	0	0
	14	3	0	5	16	4

8. Análisis de contenido de las columnas de opinión de Diario El Telégrafo

DIARIO EL TELÉGRAFO SECCIÓN OPINIÓN / COLUMNA DE OPINIÓN						
	A FAVOR DE CORREA Y GOBIERNO	CRITICA A LOS CANDIDATOS NO OFICIALISTAS	CASO PEDRO DELGADO	INTERNACIONAL	ELECCIONES EN GENERAL	NO REFERENTES A ELECCIONES
4 DE ENERO	1	0	0	1	0	3
5 DE ENERO	2	0	1	1	1	0
6 DE ENERO	1	0	0	0	0	4
7 DE ENERO	1	2	0	1	0	1
8 DE ENERO	1	1	0	1	0	2
9 DE ENERO	1	0	0	2	0	2
10 DE ENERO	1	0	0	3	0	1
11 DE ENERO	0	0	0	3	1	1
12 DE ENERO	0	1	0	2	2	0
13 DE ENERO	0	0	0	2	0	3
14 DE ENERO	1	2	0	1	0	1
15 DE ENERO	1	1	0	1	0	2
16 DE ENERO	1	0	0	1	1	2
17 DE ENERO	1	1	0	1	1	1
18 DE ENERO	2	1	0	1	0	1
19 DE ENERO	1	0	0	1	0	3
20 DE ENERO	0	0	0	0	1	4
21 DE ENERO	1	2	0	1	0	1
22 DE ENERO	1	1	0	2	0	1
23 DE ENERO	0	2	0	0	0	3
24 DE ENERO	2	1	0	0	0	2
25 DE ENERO	1	0	0	2	2	0
26 DE ENERO	1	1	0	1	0	2
27 DE ENERO	2	0	0	1	0	2
28 DE ENERO	1	1	0	0	1	2
29 DE ENERO	0	0	0	2	0	3
30 DE ENERO	2	0	0	2	1	0
31 DE ENERO	1	0	0	1	0	3
1 DE FEBRERO	1	0	0	1	0	3
2 DE FEBRERO	1	1	0	1	0	2
3 DE FEBRERO	2	0	0	1	0	2
4 DE FEBRERO	0	2	0	0	1	2
5 DE FEBRERO	2	0	0	1	0	2
6 DE FEBRERO	3	0	0	1	0	1
7 DE FEBRERO	4	0	0	0	0	1
8 DE FEBRERO	1	2	0	0	0	2
9 DE FEBRERO	1	2	0	1	0	1
10 DE FEBRERO	1	1	0	0	0	3
11 DE FEBRERO	2	2	0	1	0	0
12 DE FEBRERO	1	1	0	1	0	2
13 DE FEBRERO	4	1	0	0	0	0
14 DE FEBRERO	2	1	0	0	0	2
	52	30	1	42	12	73