

# Asamblea, Democracia, Medios de Comunicación

Los medios de comunicación frente a la Asamblea Constituyente:  
¿Pueden contribuir a la construcción de un  
Ecuador más democrático?



María Fernanda Cañete  
compiladora

# ASAMBLEA, DEMOCRACIA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación frente a la Asamblea Constituyente:  
¿Pueden contribuir a la construcción de un  
Ecuador más democrático?



# ASAMBLEA, DEMOCRACIA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación frente a la Asamblea Constituyente:  
¿Pueden contribuir a la construcción de un  
Ecuador más democrático?

María Fernanda Cañete  
Compiladora



## ASAMBLEA, DEMOCRACIA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación frente a la Asamblea Constituyente: ¿Pueden contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático?

**María Fernanda Cañete**  
**Compiladora**

CEDIME © 2008

Programa “Participación Política y Mujer”

1ra. Edición: CEDIME  
Centro para el Desarrollo y la Investigación de los Movimientos  
Sociales del Ecuador  
Junín 574 y Alfonso Ortiz  
Apartado Postal: 17-15-0018  
Teléfonos: (593-2) 2282-211 / 09949-658  
Telefax: (593-2) 2582-478  
e-mail: [cedime@ecuanex.net.ec](mailto:cedime@ecuanex.net.ec)  
Quito, Ecuador

C.P.P.

Colegio de Periodistas de Pichincha  
Cochapata E11 94 y Abascal (Batán Alto)  
Teléfono: (593-2) 2459-720 / 099776-318  
Telefax: (593-2) 2440-571  
e-mail: [presidencia@cpp.zzn.com](mailto:presidencia@cpp.zzn.com)  
Quito, Ecuador

Ediciones Abya-Yala  
Av. 12 de Octubre 14-30 y Wilson  
Casilla 17-12-719  
Telf. 2 506-247 / 2 506-251  
Fax: 2 506-267 / 2 506-255  
e-mail: [editorial@abyayala.org](mailto:editorial@abyayala.org)  
[diagramacion@abyayala.org](mailto:diagramacion@abyayala.org)  
<http://www.abayayala.org>  
Quito- Ecuador

Compilación: María Fernanda Cañete

Edición y corrección de textos: María Fernanda Cañete

Diagramación: Ediciones Abya-Yala

ISBN: 978-9978-22-731-2

Los contenidos de este libro son de exclusiva responsabilidad de sus autores/as.

Esta publicación es posible gracias al auspicio de la Fundación Konrad Adenauer.

# ÍNDICE

Presentación .....	7
El papel del periodista de cara a la Asamblea Constituyente. ¿Cómo conjuguar la influencia política de los medios de comunicación con la responsabilidad de informar con independencia? .....	9
<i>Aida Faingezicht</i>	
Prensa y poder, relación de líneas paralelas. En el Ecuador de hoy, ¿es posible una información periodística responsable, veraz y transparente? .....	15
<i>Thalía Flores y Flores</i>	
¿Periodismo responsable, veraz y transparente? Apuntes para la discusión.....	23
<i>Francisco Ordóñez Andrade</i>	
¿Pueden los medios de comunicación contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático? .....	31
<i>Marcelo Cevallos Rosales</i>	
Apuntes sobre la responsabilidad, la veracidad y la transparencia en los medios de comunicación .....	41
<i>Kintto Lucas</i>	
Prensa, ética y Asamblea .....	47
<i>Rubén Darío Buitrón</i>	
El predominio de figuras políticas masculinas en las agendas de los medios de comunicación. Apuntes para una interacción equitativa entre actoras/es políticas/os,	

periodistas y asesoras/es de prensa.....	59
<i>Mariana Velasco T.</i>	
La política televisiva: entre nuevos electores, <i>ratings</i> y el fin del periodismo.....	69
<i>César Ricaurte</i>	
Testimonio de mi experiencia como mujer, indígena y política con los medios de comunicación .....	81
<i>Cecilia Velasque</i>	
El predominio de figuras políticas masculinas en las agendas de los medios de comunicación .....	91
<i>Miguel Rivadeneira Vallejo</i>	

## PRESENTACIÓN

Atreverse a poner en la agenda pública temas trascendentales, como el papel que juegan los medios de comunicación frente a la Asamblea Nacional Constituyente, en un contexto político matizado por la confrontación entre el Gobierno Nacional y la prensa, significa la expresión del compromiso que tienen los/as profesionales de la comunicación y el periodismo con nuestra sociedad y el país.

Sin embargo, no es suficiente que la temática planteada sea parte de la agenda pública si no existe un trabajo que incida en ella, a través de la identificación y contextualización de los problemas, conflictos y prácticas que se generan a partir del ejercicio profesional y de la relación de los medios con el poder y la ciudadanía.

Bajo este principio se diseñó una alianza institucional, en la cual se sumaron esfuerzos y recursos entre el Centro para el Desarrollo y la Investigación de los Movimientos Sociales del Ecuador (CEDIME) y el Colegio de Periodistas de Pichincha, con miras a la realización del Seminario “Los medios de comunicación frente a la Asamblea Nacional Constituyente: ¿Pueden contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático?”, evento que contó con el auspicio de la Fundación Konrad Adenauer.

La finalidad del Seminario se cumplió a cabalidad, gracias al perfil profesional y académico de los/as expositores/as así como a la calidad de los contenidos expuestos y discutidos.

La presente obra, que ponemos a consideración del público, es una recopilación de las ponencias expuestas por periodistas y comunicadores, hombres y mujeres, que han ejercido o ejercen la profesión en diversos medios de comunicación. Ellos y ellas des-

criben sus experiencias, vivencias, reflexiones y críticas a partir del quehacer profesional cotidiano, de su formación académica e intelectual y de sus relaciones con los/as diversos/as actores/as políticos/as y sociales. La diversidad de visiones, percepciones y prácticas que se evidencia en cada una de las exposiciones, contribuye al debate y busca pasar del cuestionamiento a la construcción de propuestas sobre el papel que deben cumplir los medios de comunicación frente al gran desafío que tenemos como país: la Asamblea Nacional Constituyente. Los contenidos se construyen a partir de la relación de hechos históricos, de la contextualización de datos, del ejercicio profesional y, en algunos casos, de anécdotas que enriquecen la discusión de los temas propuestos.

En cada uno de los artículos se resalta el rol que tienen los/as periodistas y comunicadores/as cuando, en el país, se discuten temas relacionados con lo político, tanto por la influencia de los contenidos que se difunden a través de los medios de comunicación como por el poder que éstos adquieren cuando informan. Adicionalmente, se hace referencia a temas controversiales, tales como la veracidad, la transparencia y la objetividad, y se aborda aspectos relacionados con la ética y la responsabilidad social, desde el análisis teórico y la cotidianidad del ejercicio profesional. Particular interés merece la crítica a la agenda de los medios de comunicación, debido al predominio que, en la misma, tienen los protagonistas masculinos.

El aporte de instituciones y profesionales de la comunicación y del periodismo a la producción de este material se verá compensado por el interés y la reflexión de los lectores y las lectoras.

Esperamos que este aporte pueda contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático.

René Espín  
Colegio de Periodistas  
de Pichincha

María Fernanda Cañete  
CEDIME-Programa  
Participación Política y Mujer

# EL PAPEL DEL PERIODISTA DE CARA A LA ASAMBLEA CONSTITUYENTE

¿Cómo conjugar la influencia política de los medios de comunicación con la responsabilidad de informar con independencia?<sup>1</sup>

*Por Aida Faingezicht de Fishman<sup>2</sup>*

Cuando se discuten, en el ámbito político, temas de significación nacional, aflora de inmediato el papel que juega el periodista en su tarea de informar objetivamente sobre los hechos.

Con la trascendencia que han adquirido los medios de información en la vida moderna, el control de un medio y la tarea de informar se han convertido en claros nichos de poder, que pueden afectar las decisiones de los ciudadanos de cara a la conducción política nacional. No en vano, a la prensa se le ha llamado el cuarto poder de las naciones, después de los poderes ejecutivos, legislativos y judiciales, aunque, según muchos, el orden se podría alterar, si consideramos la influencia de la prensa en el pensar de los ciudadanos. Así las cosas, resulta claro el proceder de algunos gobernantes deseosos de concentrar poder, cuando se

---

1 El texto consiste en la guía introductoria que la expositora siguió, durante su intervención en el Seminario “Los medios de comunicación frente a la Asamblea Constituyente: ¿Pueden contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático?”, para alentar el diálogo con las y los periodistas presentes.

2 Periodista costarricense. Entre otros cargos, ha sido Ministra de Cultura, Juventud y Deportes; Diputada a la Asamblea Legislativa; Vicepresidenta del Comité Ejecutivo de UNESCO; integrante de la Comisión de Asuntos de la Mujer; y, Presidenta de la Comisión de Libertad de Prensa.

precipitan a controlar y acallar a la prensa que no obedece a sus intereses.

Hoy, con la conveniencia del caso, los periodistas ecuatorianos que cubren los acontecimientos en torno a la resolución soberana del pueblo, de convocar a una Asamblea Constituyente, se aprestan a analizar el papel que les corresponde jugar en este crucial periodo. Los cambios que se generen de esta Constituyente marcarán, en gran medida, al Ecuador de los próximos años, y será inevitable tocar algunos intereses establecidos. El poder y la responsabilidad de los comunicadores quedan íntimamente ligados a la magnitud de estos cambios. Los periodistas pasarán desde a ser seducidos por los núcleos de poder, hasta, en muchos casos, a ser intimidados. ¿Cuántos sucumbirán a estas fuerzas? ¿Cuánto les protege la ley, para poder informar con independencia, objetividad y responsabilidad?

Tal vez, a manera de introducción y guía sobre el tratamiento del tema, podríamos enumerar una serie de preguntas que nos lleven a clarificar, en forma dinámica, las interrogantes y responsabilidades de la labor que los comunicadores tienen al frente, lo cual, asimismo, nos puede permitir profundizar en la expectativa que, en casos como el presente, los ciudadanos tienen sobre los aportes que esperan de la prensa.

- Empiezo por la pregunta que ya he dejado planteada: ¿cómo está estructurada la Ley de Prensa en Ecuador, de cara a la libertad de expresión y, más allá de ésta, a la libertad de prensa?
- En dicha Ley, ¿está el periodista protegido por lo que se conoce como cláusula de conciencia, de manera que sea respetado y no coartado en su tarea de informar?
- ¿Estaría cubierto, bajo dicha cláusula, en su seguridad laboral, si no se plegara en determinado momento a la línea editorial del medio?
- ¿Están en Ecuador los medios de comunicación claramente definidos en sus posiciones político-ideológicas o, como

en otros países de la región, todos los medios se definen sin ideología alguna?

- En la distribución de frecuencias de radio y televisión, aunque la Ley de Prensa de Ecuador clarifica que ningún concesionario puede tener más de dos frecuencias bajo su control, ¿hay conglomerados en alianzas mayores a esta cantidad?
- También con relación a lo que indica la Ley: ¿en verdad no existe participación extranjera en el control de frecuencias?
- En el quehacer cotidiano, ¿hay influencias foráneas que intentan afectar las resoluciones de la Asamblea Constituyente a través de los informadores?
- ¿En los medios se separan realmente la línea editorial y la tarea de informar?
- ¿Está el periodista protegido para apartarse, en casos en que la información lo requiera, de la línea editorial y las columnas de opinión?
- ¿Hay proporcionalidad en cuanto a los espacios destinados a las columnas de opinión y a las informativas?
- ¿Cómo juegan las encuestas de cara a las resoluciones de la Constituyente? ¿Existen pliegues de intereses en las empresas encuestadoras? ¿Cuán objetivas y veraces las consideran ustedes, en su calidad de periodistas?
- ¿Cuánto espacio de análisis de las encuestas tiene el periodista ecuatoriano en su tarea diaria?
- ¿Han apartado de la fuente a periodistas que no comulgan con los intereses de los concesionarios?
- ¿Cuáles son los temas medulares que apartan los intereses de gobierno de los intereses de los concesionarios, en torno a la Constituyente?
- ¿Cómo y cuán equilibradamente manejan los medios estos temas?
- ¿Tiene el periodista espacio para denunciar coacción o presión laboral, en caso de que las hubiere?
- ¿Puede el gobernante, recurriendo a la condición de bien demanial de las frecuencias de radio y televisión, estipular

nuevas sanciones para retirar frecuencias por la vía del reglamento, cuando los medios no son afines a sus proyectos, tal como lo hiciera el Presidente venezolano Hugo Chávez? A este respecto debe resaltarse el hecho de que el consejo directivo del manejo de frecuencias está compuesto casi en su totalidad por personal de gobierno, y que las cláusulas más importantes están contempladas en los reglamentos que éste maneja y no en la Ley de Prensa de Ecuador.

Las preguntas expuestas, sumadas a las que los comunicadores puedan aportar, son las que nos conducirán a definir esta labor trascendental que les toca cumplir.

La tarea no es fácil. El Presidente Correa ha sido enfático en señalar que los medios de radio y televisión están controlados por grupos fuertes de la banca, los cuales, a su vez, están empeñados en fortalecer sus intereses y el estatus vigente de las cosas, a contrapelo de los cambios que impulsa el gobierno en la Constituyente. Los concesionarios no se quedan callados ante estas afirmaciones y las refutan *ad- portas*. ¿Cuál es la realidad que palpa y debe conducir al periodista entre estas dos aguas?

Cuando me solicitaron asumir esta exposición, lo primero que solicité fue una copia de la Ley de Prensa, porque en ella están contenidas las cláusulas con las que se concesionaron las frecuencias de radio y televisión, los términos de esta posesión, las cláusulas sancionatorias y, lo más importante, el derecho inalienable de libertad de expresión y prensa. Debo señalar que, habiendo estudiado comparativamente esta Ley con otras de la región, afirmarí­a que la ecuatoriana es bastante completa y está actualizada mediante reformas importantes de cara al crecimiento vertiginoso de los medios en las últimas décadas. Sin embargo, la mencionada Ley contiene vacíos similares a la Ley de Prensa en países como el mío (Costa Rica), propios de los intereses políticos y económicos con que se cesionaron las frecuencias en su momento. Igualmente, contiene las cláusulas necesarias para que el concesionario pueda ser el dueño permanente de la frecuencia

asignada, siendo ésta uno de los bienes demaniales más valiosos del Estado, pero brinda también la posibilidad operativa de que el gobierno ejecute los cambios que desee, por la vía del reglamento, a través del consejo directivo que éste controla. De manera que ambas partes están amarradas en sus intereses. Los únicos que quedarían sujetos a esos intereses serían los periodistas. De allí la importancia de aclarar, mediante las preguntas antes planteadas, su papel, sus potestades, su visión profesional y su espacio para informar.

El tema a discutir es sensible. No quisiera dar respuestas a estas interrogantes, puesto que considero que las mismas no pueden ni deben construirse desde una perspectiva teórica y, mucho menos, exógena. Las respuestas deben darse a partir de la propia comprensión de la realidad interna, respuestas que, no lo dudo, fortalecerán los derroteros profesionales por los que se conducirán ustedes en el futuro próximo, y que, de alcanzar el balance y la objetividad que la materia requiere, serán la trinchera más valiosa desde donde se fortalecerá la democracia ecuatoriana en este delicado momento nacional.

América Latina vive nuevos tiempos. Las políticas de izquierda se han afianzado en muchos países. La visión bolivariana o expansionista de Hugo Chávez ha venido a alterar y afectar el entorno. La Asamblea Constituyente de Ecuador no escapa a estas variables. La labor del periodista debe contemplar todos estos factores para poder ser guía y luz en medio de la tormenta.



## PRENSA Y PODER, RELACIÓN DE LÍNEAS PARALELAS

En el Ecuador de hoy, ¿es posible una información periodística responsable, veraz y transparente?

*Por Thalía Flores y Flores*<sup>1</sup>

En su libro *El conocimiento inútil*, escrito en 1988, el filósofo francés Jean-François Revel dice que “la superioridad de nuestro siglo sobre los precedentes, parece fundarse en que los dirigentes o responsables en todos los terrenos disponen de conocimientos más surtidos y más exactos para preparar sus decisiones, mientras que el público, por su parte, recibe con abundancia las informaciones que le sitúan en posición de juzgar lo acertado de esas decisiones” (Revel, 1998:10). El mismo filósofo sostiene que la mayor de las revoluciones de la era es la comunicación, que destruyó la vieja discriminación entre la elite en el poder, que sabía muy poco, y el común de los gobernados, que no sabía nada. Hoy, los dos saben o pueden saber mucho.

El pensamiento de Revel da pie para responder la pregunta que se ha propuesto por parte de los organizadores de este Seminario a este Panel: En el Ecuador de hoy, ¿es posible informar de manera veraz y transparente? Al respecto, yo preguntaría si, en un mundo como el actual, en un país con diversidad de medios por los cuales informarse, ¿es posible no hacerlo? La respuesta es unívoca: no se puede ocultar nada; es casi imposible distorsionar los hechos sin correr el riesgo de “ser descubiertos” y afectar la

---

1 Periodista, Subdirectora de Información del Diario HOY.

credibilidad -el valor máspreciado del periodista- pero, obviamente, es posible no actuar con responsabilidad.

Las dificultades parecerían salir a flote cuando se asume que hay diferentes maneras de concebir la responsabilidad del trabajo periodístico. Para el poder, seguramente significará que se diga lo que a éste le interesa que la gente sepa; esa será su verdad. Para el periodista, en cambio, deberá consistir en narrar los hechos tal como los ha visto, aunque también se terminará tratando de su verdad. Ciertamente, el mayor peligro en la tarea periodística parecer ser el creer que sólo existe una realidad, cuando de hecho lo que existen son muchas versiones sobre una misma realidad; algunas de esas versiones son incluso contradictorias, pues son resultado de la comunicación y no reflejos de verdades eternas y objetivas.

Para este eterno dilema del trabajo periodístico, el catedrático de la Universidad Autónoma de Nuevo León, José Luis Esquivel, tiene una receta ya probada a lo largo del tiempo: “El periodista debe tener como lema la búsqueda de la verdad, sin anteponer prejuicios ni valoraciones propias, además debe estar consciente de que los errores son tolerables, pero jamás la mala fe en la distorsión o parcialidad de las noticias con la intención de quedar bien con sus convicciones personales o con la fuente informativa”<sup>1</sup>.

Lo mencionado por el académico mexicano parece conjugarse con una suerte de credo que escribió, décadas atrás, Ezequiel Paz, quien dirigió en 1925 el periódico *La Prensa de Buenos Aires*, y que reza así: informar con exactitud y con verdad; no omitir nada de lo que el público tenga derecho de conocer; usar siempre la forma impersonal y culta sin prejuicio de la severidad y de la fuerza del pensamiento crítico; desechar los rumores, los “se dice” o “se asegura” para afirmar únicamente aquello de que se tenga convicción afianzada con pruebas y documentos; considerar que es preferible la carencia de una noticia a su publicación errónea o injustificada; cuidar de que en las informaciones no se deslice la intención personal del que la redacta, porque

aquello equivaldría a comentar, y el reportero o cronista no debe invadir lo reservado a otras secciones del diario; recordar, antes de escribir, cuán poderoso es el instrumento de difusión de que se dispone, y que el daño causado al funcionario o al particular por la falsa imputación no se repara nunca totalmente con la aclaración o rectificación caballerescamente concedida; guardar altura y serenidad en la polémica y no afirmar nada que no hayamos de tener que borrar al día siguiente; y, por último, inscribir con letras de oro en lugar preferente y bien a la vista, sobre las mesas de trabajo, las palabras de Walter Williams, insigne hombre de prensa estadounidense: “NADIE DEBE ESCRIBIR COMO PERIODISTA LO QUE NO PUEDE DECIR COMO CABALLERO”.

¿Por qué las relaciones entre el poder y la prensa son tan complejas?

“A la prensa le cuesta mucho sacar lo bueno y le cuesta muy poco sacar lo malo” (Camps, 1996:184), sentencia la profesora de Ética de la Universidad de Barcelona, Victoria Camps, en su libro *El malestar de la vida pública*. Esta sentencia, que parecería darle la razón al poder, tiene la siguiente explicación de parte de la misma académica: “En toda información hay un cierto compromiso, la voluntad de llamar la atención sobre algo que debe ser importante. En realidad, no se informa sobre lo que hay, sino sobre lo que debe haber, sobre lo que debe ser materia de opinión. No hay información sin presupuestos, sin juicios previos” (Camps, 1996:192).

Si las cosas se entendiesen así no habría conflicto. Entonces, ¿qué hace que la relación sea de conflicto? La propia Camps responde: “Los intereses del periodismo y los intereses de la política están llamados a encontrarse. Lo que no está claro es que, en tal encuentro, coincidan también los clientes tanto de la política cuanto del periodismo: los ciudadanos” (Camps, 1996:65).

¿Hablamos, entonces, de una rentabilidad tanto para el poder cuanto para los medios? Parecería que sí. La autora menciona que “[si] los medios de comunicación ceden fácilmente a la tentación de vender más y ganar más dinero, los políticos ceden a la parecida tentación de ganar más votos [...]. Se dice, con razón, que los partidos políticos son máquinas electorales. No es posible prescindir de la encuesta. En cuanto a los medios -prensa, radio o televisión-, no parecen tener más remedio que vivir pendientes de audímetros e índices de ventas” (Camps, 1996:184).

Sin embargo, felizmente, la tarea del periodista está condicionada por valores como la ética, el pluralismo, la imparcialidad y la veracidad, o sea, la libertad para informar. De allí que tener acceso a las fuentes no es una concesión del poder, sino una obligación para con su pueblo, en tanto que conseguir esa información es para el periodista una condición esencial para su buen trabajo. Mientras más datos, cifras, fechas, etc. logre un periodista, más transparente será su información y, quizá, la relación con el poder podría ser menos conflictiva.

¿Cómo ha sido y cómo es esta relación en el Ecuador? Con la serenidad que propicia la distancia de los acontecimientos, echemos una mirada al pasado reciente para mencionar ciertos hechos y preguntarnos, por ejemplo, si no fueron los ciudadanos en las calles quienes tumbaron a los gobiernos de Bucaram, Mahuad y Gutiérrez, y no los medios de comunicación, como se ha dicho. Si analizamos con tranquilidad, veremos que lo que hicieron los medios en esos casos fue recordar a la gente que esos gobiernos incumplían sus ofrecimientos, que faltaban a su palabra y que traicionaban al país. Al mostrar las pruebas de la corrupción, del atraco bancario, del irrespeto a las leyes, del nepotismo, etc., ¿se actuó con responsabilidad? Yo creo que sí.

La pregunta difícil y que, más bien, debería ser respondida por los ciudadanos es la siguiente: ¿Es posible que en un país sucedan hechos como los mencionados sin que la prensa los mencione? La respuesta de parte de los medios es, definitivamente,

que no, porque la tarea primigenia del periodismo es, como dicen en Estados Unidos, ser los “perros guardianes” de la comunidad, lo que implica la vigilancia del cumplimiento de las leyes, de las normas, del manejo ético del dinero, del respeto a los derechos humanos, del no abuso del poder frente a los más humildes, etc.

En conclusión, el periodista tiene que optar por la defensa del Estado de Derecho y de las leyes vigentes, por la defensa del bien común, como cuando se denunció el infame atraco bancario, en 1999, que convirtió en pobres a quienes habían trabajado y ahorrado toda su vida. Lo que diga la gente siempre será bienvenido y, en este caso, de lo que se ha podido auscultar, existe acuerdo con relación a cómo se procedió.

## La era Correa

Con respecto a los últimos meses vividos en el Ecuador, se puede decir que la prensa ha seguido con la línea de conducta de siempre, mostrando lo que el poder quiere ocultar, tal como ocurrió con aquellas imágenes de unos diputados huyendo, cubiertos con manteles, luego de haber pactado con el gobierno de turno. Asimismo, la respuesta del gobierno de la revolución ciudadana tampoco ha diferido de las de los anteriores: culpar a la prensa, o sea, culpar al mensajero de los hechos. Los cuestionamientos de Correa a la prensa no siempre han sido por noticias no confirmadas o denuncias sin fundamento, aunque han existido unos cuantos ejemplos al respecto. Las críticas han sido a los conceptos emitidos, los mismos que, a criterio de la autoridad, habrían tenido por finalidad boicotear los cambios de su gobierno.

El caso del Ecuador de estos tiempos es particular: ante la ausencia de una oposición legítima luego de la derrota de los partidos políticos, un gobernante que necesita contradictores ha intentado ubicar a los medios en ese papel. Hasta ahora, al parecer, la prensa ha podido resistir, unas veces con aciertos, otras con errores. En la mayoría de los casos cayendo en la trampa, por la vanidad de estar en la palestra, contrapuntean-

do, cuando ese no es su papel; en otros casos, exponiéndose al escarnio de los agravios, a las acusaciones subjetivas y, por ende, al riesgo de que su credibilidad sea disminuida ante quien realmente importa: la gente.

Pero la política parece funcionar de manera parecida en las diversas naciones del mundo y en distintas épocas, y los políticos parecen compartir visiones sobre la tarea de la comunicación.

Antes de ser Presidente de Estados Unidos, Thomas Jefferson escribió que “nuestra libertad sólo puede ser vigilada por la libertad de prensa, que no puede limitarse sin correr el peligro de perderla”<sup>2</sup>. No obstante, diez años después de haber sido Presidente, en 1819, bromeó al decir que “los anuncios publicitarios de los periódicos contienen las únicas verdades que se pueden creer” (Waisbord, 2000:197).

Desde hace tiempo me identifico personalmente con aquella frase que menciona que las relaciones entre la prensa y el poder son como líneas paralelas, que van juntas pero nunca llegan a unirse; es decir, que estamos condenados a soportarnos pero obedecemos a intereses distintos. El conflicto en esta relación parece originarse cuando no se procesan bien los juicios sobre los gobiernos, o cuando los gobiernos no concuerdan con los juicios que de ellos tiene la prensa.

Silvio Waisbord, autor de *Watchdog Journalism in South America: News and Accountability*, dice otra gran verdad: “La prensa ha mediatizado conflictos, generando debates políticos y sentando la agenda pública, pero ha optado por recetas no periódicas para detener la hemorragia de lectores” (Waisbord, 2000:185). En este caso, lo único que quedaría sería admitir los errores y enmendar. Pero la tratadista española Victoria Camps matiza estos conceptos, al decir: “Hacer buena política, sin populismos ni demagogia, suele llevar a perder las elecciones [...] Tener buena prensa no implica vender más periódicos” (Camps, 1996:184). Otra vez se evidencia la ruta paralela, aunque esta vez supuestamente para fines *non sanctus*, por los que también transitarían el poder y la prensa.

¿Es posible informar con transparencia y responsabilidad?

La respuesta es que sí, porque para el periodista la ética debe estar por sobre todo, incluso cuando los departamentos comerciales presionan por “noticias vendibles” o cuando los nuevos manuales casi imponen la redacción *light* de las noticias, dramatizando sobre el probable fin de los diarios, por ejemplo, a manos de los periódicos gratuitos, porque la lectura de sus notas es más dinámica. En este nuevo caso estamos ante el delicado tema de la rentabilidad de un medio para su supervivencia, lo que nos coloca ante el drama de convertir a la noticia en mercancía.

Aunque uno sienta horror, no se puede, por lo menos, dejar de mencionar lo que se está pensando en otras latitudes sobre nuestro oficio, del que, dicen, además de las cualidades innatas de veracidad y claridad, tiene que presentar “notas cortas y noticias relacionadas con sus vidas y entretenimiento” (Camps, 1996:65). Herik Poppe, socio de la consultora McKinsey, sostiene que en “el futuro no podrán seguir existiendo muchas vacas sagradas. Los periódicos deberán volverse más comerciales [...]”. Y cita que algunos grandes nombres, como el *Wall Street Journal*, ya permiten publicidad en sus primeras páginas.

Mientras nosotros, como trabajadores de la prensa, tengamos la posibilidad de laborar en un medio, el reto debe ser hacer el mejor periodismo, teniendo como referente diario a García Márquez cuando dice que “la ética es al periodista lo que el zumbido al moscardón”, sin importar el tiempo y el medio en el que se labore.

Y es que el periodista, como el piloto o la azafata, no escoge el momento de “volar”; su trabajo le impone un horario, un tiempo, incluso cuando hay nubarrones a la vista. Un periodista debe desempeñar, igualmente, su profesión en momentos de presiones, venciendo los miedos, los temores y hasta las amenazas, si las hubiere, con tal de entregar las noticias a sus lectores, oyentes o televidentes. Debe vencer el miedo, porque el miedo no se lleva con el periodismo, es un desafío constante, sobre todo en sociedades en las que hay signos de autoritarismo e intolerancia.

Los antidotos para vencer los miedos están en la certeza de la rigurosidad que se imprima al oficio, tomando en cuenta que en Ecuador, desde 2004, se cuenta con la Ley de Acceso a la Información, herramienta fundamental para que la información que entregamos a nuestras audiencias esté debidamente sustentada, y, a la vez, herramienta legal para obligar a que el poder entregue la información que los funcionarios en los gobiernos democráticos están obligados a ofrecer a su pueblo. No hay, pues, pretexto alguno para no informar bien.

En *El conocimiento inútil*, el filósofo Revel nos pone un desafío inmenso, que hasta causa temor por lo difícil de cumplir. El filósofo sostiene que “la información en la democracia es tan libre, tan sagrada, por haberse hecho cargo de la función de contrarrestar todo lo que oscurece el juicio de los ciudadanos, últimos decisores y jueces del interés general” (Revel, 1998:12). Y se pregunta: “¿Qué sucede si es la misma información la que se las ingenia para oscurecer el juicio de los jueces?” (Revel, 1998:13). Meditemos e intentemos responder en plural.

## Notas

- 1 Fragmento de la Ponencia de José Luis Esquivel, “Una reflexión ética para informadores. Diez mandamientos del periodismo”, 2007.
- 2 Tomado de los “Discursos de Jefferson”, ex Presidente de los Estados Unidos, encontrados en Internet.

## Bibliografía

- Camps, Victoria  
1996 *El malestar de la vida pública*, Editorial Grijalbo Mondadori S.A., España.
- Revel, Jean-François  
1998 *El conocimiento inútil*, Editorial Planeta, España.
- Waisbord, Silvio  
2000 “Columbia University Press”.

# ¿PERIODISMO RESPONSABLE, VERAZ Y TRANSPARENTE?

Apuntes para la discusión

*Por Francisco Ordóñez Andrade<sup>1</sup>*

*“Pero allá arriba no ven que después de la tormenta no viene la calma, sino «otra» tormenta, una que irá de abajo a arriba, sacudirá este dolor que llamamos Patria y le devolverá lo que alguna vez tuvo: DIGNIDAD. Y como pequeño y débil viento, tal vez apenas una nubecita, la «otra» empieza a levantar en todas partes...”*

Subcomandante Marcos

Nos han hecho una provocación al lanzarnos una pregunta como la que genera este conversatorio, ya que nos abren la puerta a disquisiciones que, de tanto tenerlas cerca, dejamos de considerar. En el Ecuador de hoy, ¿es posible una información periodística responsable, veraz y transparente?, es la audaz pregunta que nos han propuesto. Mi respuesta es que siempre es posible, aunque no sea la norma.

---

1 Periodista ecuatoriano con estudios en Ecuador y Alemania. Dirigió el Departamento de Radio y Televisión del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), entre 1990 y 1997. Instructor de los cursos de capacitación de la Federación Internacional de Periodistas para República Dominicana, Perú, Venezuela, Paraguay, Honduras, Costa Rica, El Salvador y Panamá, desde 1990 hasta 2000. Profesor universitario en distintas universidades del Ecuador. Conferencista en temas de comunicación, en eventos especializados en Venezuela, España, Brasil, Paraguay, Argentina y Perú.

En 1792, uno de los próceres más destacados, Francisco Javier Eugenio de Santa Cruz y Espejo, sacó a la luz el primer número de las *Primicias de la Cultura de Quito*, un periódico con profundo sentido crítico y político. Entonces también vio la luz la función que tenía que cumplir el periodismo en esta tierra. Sin duda, Espejo comprendió a cabalidad el rol de la comunicación, que es, sobre todo, político. Lejos de mirarse a sí mismo como un espectador objetivo de los hechos, Espejo asumió su papel de revolucionario, transmitiendo en cada escrito sus ideas políticas. Así, escribió en el primer número de sus *Primicias*: “No puede llamarse [...] sabia una Nación, mientras generalmente no esté desposeída de preocupaciones, de errores, de caprichos; mientras con universalidad no atienda y abrace sus verdaderos intereses; **no conozca y admita los medios de encontrar la verdad**; no examine y adopte los caminos de llegar a su grandeza; no mire, en fin, con celo, y se entregue apasionadamente al incremento y felicidad de sí misma, esto es del Estado y la sociedad” (Colegio de Periodistas de Pichincha, 1996:243).

Y es que han sido muchos otros los ecuatorianos que, en su momento, supieron entender este rol del periodismo y la comunicación, y, así como Espejo, enfrentaron a los tiranos que siempre hubo en sus respectivas épocas. Me viene a la memoria Montalvo frente a Veintimilla y García Moreno. Me vienen, también, a la memoria otros tiranuelos que fueron enfrentados por el periodismo libre y liberador: Arroyo del Río y sus carabineros; Ponce Enríquez; Velasco y sus “Pichirilos”; Jarrín Cahueñas y los asesinatos de Aztra y de Abdón Calderón Muñoz; el inefable Febres Cordero y otros dictócratas. Todos ellos enfrentaron una prensa que los señaló, que los denunció. Una prensa que generó conciencia y que orientó el rechazo y castigo de parte de mucha gente.

Espejo entendió muy bien que el papel político del periodismo, así como puede favorecer, también puede ir en contra de una revolución. Es decir, comprendió que la comunicación puede ser transformadora o puede volverse reaccionaria.

Esta perspectiva también la han entendido políticos de la partidocracia, banqueros y muchos dueños de los medios de comunicación, que han sabido ponerla en práctica en los actuales momentos, en contra de los intentos de cambio propuestos por el Presidente Correa y la mayoría de Asambleístas. Ellos, los banqueros, los políticos de la partidocracia y muchos dueños de medios, mantienen periodistas para que alienten la oposición a los cambios; para que invisibilicen lo logrado y magnifiquen los tropiezos; para que minimicen los avances y aciertos, y a éstos los construyan como errores. Esto nos obliga a reflexionar sobre cuáles son los valores que orientan el quehacer de ese periodismo.

Es necesario, en momentos como los que vivimos, configurar una visión del ejercicio del periodismo en la construcción de imaginarios que antepongan la justicia, la equidad y la democracia, y que, a la vez, desechen y cuestionen los prejuicios, el autoritarismo, la intolerancia y la exclusión. De ahí que se vuelve importante proponer algunas reflexiones que nos puedan ayudar a abrir una necesaria discusión, para conducirnos a reformular una comprensión renovada de nuestra realidad.

La “democracia”, a la que nos hemos acostumbrado en los últimos 30 años y muchos quieren caracterizar como una democracia de representaciones -a pesar de que casi nadie se siente representado en ella y peor en las instituciones e instancias que la han conformado (poderes del Estado, partidos políticos, gobierno, organizaciones sociales, medios de comunicación, etc.)-, se ha constituido en un concepto que cada vez nos hace pensar que dicha “democracia” no nos sirve ni nos hace felices; que, en realidad, la democracia está cada vez más lejos.

La valoración de la democracia como ese instrumento en el que las cosas se resuelven dialogando, negociando y consensuando; la democracia como ese marco de referencia o esa cotidianidad necesaria para articular al Estado con la sociedad civil de modo menos coercitivo, donde se pueda conciliar la dimensión política del desarrollo, la planificación y el mercado, lo lo-

cal y lo nacional, la identidad y la diversidad, y donde podamos pensar a la democracia como esa instancia proponente de participación social, de autonomía en la toma de decisiones y de afirmación de cultura ciudadana, entre nosotros no existe. Es esa democracia que no tenemos la que revaloriza a los actores sociales y al tejido social; la que revaloriza a las diversidades de la sociedad frente a esa otra democracia que constituye un Estado hegemónico. Esa democracia que no tenemos responde a la voluntad de idear imaginarios nuevos, con nuevas formas de coexistir, más cercanas a las determinaciones culturales de sus actores y menos maniatadas por esas mediaciones infames, injustas e inequitativas, que avivan la simple y llana concepción del mercado como un fin. En esa democracia soñada se valora la posibilidad de ejercer ciudadanía, se valora la riqueza de la diversidad étnica y cultural, y se valoran los llamados nuevos movimientos sociales (grupos de base u organizaciones populares), como los refiere Martín Hopenhayn (Hopenhayn, 2004), admitiendo que esos movimientos o grupos que ocupan segmentos de informalidad ponen en práctica lógicas contrahegemónicas, en las que predominan la solidaridad, la resistencia a toda forma de autoritarismo y discriminación, y la tolerancia, sin adjudicar la razón a las lógicas instrumentales ni a las de dominación, y haciendo posible el rescate de la constitución de identidades colectivas en la diversidad. Sin subordinación a las lógicas del mercado ni del poder; privilegiando la acción de diversos actores sociales, basados en dinámicas autónomas y formas consensuales y abiertas de ejercer sus derechos.

Frente a un escenario como el gruesamente descrito, no nos debería extrañar el carácter excluyente de la sociedad que acarreamos y que intentamos cambiar, en la que la diversidad de los actores no hace falta. De ahí que podemos entender, por un lado, relaciones verticales, intolerantes, que se expresan en esas diferentes instancias que impiden la participación y la expresión de sectores fundamentales pero excluidos, a los que llaman minorías.

Tampoco es extraño, por otro lado, asistir a un ejercicio excluyente en el ámbito de los medios de comunicación. De pronto, asistimos a un escenario en el que los partidos políticos tradicionales han sido desplazados, y en el que se pretende que el rol de esos partidos -hacer oposición- sea asumido por la prensa y por los periodistas. De pronto se espera -y así lo intentan los interesados- que una propuesta como la Ley de Justicia Financiera, por ejemplo, que tocaba los intereses de los banqueros, sea destruida mediáticamente, construyendo la sensación de que era enfrentada por la “opinión pública”. De pronto, la gran batalla de los medios es demostrar que vivimos en dictadura, porque estamos sometidos a una mayoría que “hace y deshace en la Asamblea” (mayoría que se obtuvo en las urnas, derrotando a quienes, cuando eran mayoría, ejercían la “democracia” con el beneplácito de los mismos medios y periodistas).

Por lo señalado se torna difícil hablar de un periodismo responsable y transparente. La transparencia de ciertos medios y periodistas está cuestionada. Cada vez estamos más seguros de que lo que vemos en televisión, escuchamos en radio o leemos en periódicos y revistas es el mandato de banqueros, grandes empresarios o políticos derrotados, que protegen sus intereses individuales y de grupo.

¿Cómo, entonces, hablar de responsabilidad y veracidad en ciertos medios, en los que prima ese mismo interés personal y de grupo, lo cual impide que nos sintamos representados en esos medios o en otras instancias de la sociedad a las que tradicionalmente les habíamos asignado el rol de representarnos, inscritos, como debíamos estar, en esa visión de “democracia”?

Bien vale decir, pues, que en Ecuador nos encontramos frente a una crisis de representatividad, que nos obliga al reconocimiento de diversidades. Pensemos en los grupos que conforman esas diversidades que no solo no están siendo representadas, como es el caso de las mujeres, quienes no buscan que las representen sino que exigen ser reconocidas en la sociedad y poder expresarse. Igual cosa sucede con los indígenas y con los

negros: ellos no están buscando representación; lo que quieren es el reconocimiento de su diversidad, de sus diferencias, de su vida, de sus derechos. Los homosexuales no quieren ser representados, quieren ser reconocidos, quieren poder expresarse como una diversidad del ser humano. Los jóvenes tampoco quieren ser representados, quieren que se les reconozca como son, con sus contradicciones, con sus rabias, con su desazón. Es muy difícil representar la rabia, la desazón y la confusión, pero sí es posible reconocerlas, lo cual es primordial para cambiar la sociedad. Y en este aspecto sí tiene mucho que ver la forma cómo los medios y los periodistas ejercen su función de informar. Ahí sí, la responsabilidad, la veracidad y la transparencia son fundamentales. Mucho de lo que puede transformar a la sociedad no pasa por la representación; pasa por el reconocimiento de la diversidad de ciudadanías, de la multiplicidad de formas de organización y de participación. Hay que reinventar la democracia. Hay que empezar por reconocer las enormes diversidades de los jóvenes, las mujeres, los indios, los negros, los homosexuales y todas las tribus urbanas y rurales; de todas las comunidades que proponen un estar-juntos, actuar-juntos en la diversidad.

El ejercicio de un periodismo ético, responsable, veraz, transparente y democrático no admite exclusión. Una visión liberada de prejuicios y sustentada en la tolerancia, en el respeto al otro, en el reconocimiento de la diversidad, será la que permita reinventar un imaginario social que nos aproximará exitosamente a formas democráticas que, en su ejercicio, permitan la construcción de una ciudadanía verdadera. Construir una concepción de la sociedad a partir de la diversidad es una posibilidad de ampliar los horizontes de una democracia práctica. Reconocer al “otro” como un elemento válido, capaz de aportar, de ser respetable, es una necesidad para la construcción de la democracia. Los periodistas y los medios de comunicación tenemos una alta responsabilidad en esa tarea, aunque en la actualidad son contados quienes la asumen.

Ahora, en este escenario de tendencias excluyentes, de corrientes y contracorrientes, de marchas y contramarchas, debemos preguntarnos cuál es el papel del periodista. ¿Será que hay espacio para otros Espejo, para otros Montalvo...? Recordemos que Espejo y Montalvo no fueron contratados para informar lo que los poderosos querían sino que informaban y formaban de manera independiente, basados en sus ideas.

Si ahora no somos capaces de realimentarnos y comprometer nuestro esfuerzo como periodistas por una sociedad más justa, digna, sin prejuicios, sin exclusión, en la que obviemos la representación, construyamos la expresión de la diversidad y podamos sentir la democracia, entonces seguiremos siendo obsoletos e inservibles.

## Bibliografía

Colegio de Periodistas de Pichincha

1996 *Primicias de la Cultura de Quito*, Quito.

Hopenhayn, Martín

2004 *Pensar latinoamericano: Revista de Cultura No 5*.



# ¿PUEDEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUIR A LA CONSTRUCCIÓN DE UN ECUADOR MÁS DEMOCRÁTICO?

*Por Marcelo Cevallos Rosales<sup>1</sup>*

A la pregunta que plantea el Seminario debemos responder categóricamente que no solamente pueden, sino que deben contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático, además de generar o coadyuvar a un país soberano, progresista, equitativo y solidario.

Esta afirmación demanda, sin embargo, otros planteamientos: la estructura de propiedad de los medios de comunicación, sus vinculaciones con los poderes políticos o fácticos, ¿les permiten actuar, comunicar más bien, con la objetividad que demandan las normas clásicas del proceso de comunicación? ¿Es posible la objetividad en un mundo en el que, a pesar de los denodados esfuerzos de los defensores de la globalización, se replantean las ideologías? ¿Pueden los medios de comunicación abandonar el tradicional papel de sostenedores del status quo y apoyar procesos de cambio, de necesidad evidente, en las sociedades latinoamericanas actuales? ¿Deben mantenerse como sujetos críticos de los gobiernos o alinearse con los requerimientos que plantea la sociedad a través de sus votos, como el caso actual parece exigir? Tratemos de contestar estas interrogantes para centrarnos en el tema que nos reúne en este seminario.

---

1 Periodista y escritor ecuatoriano.

Desde las aulas universitarias se plantea que la objetividad debe ser la norma de todo trabajo periodístico; que el reportero debe ceñirse a los hechos y transmitirlos de tal manera, que sus campos de referencia no influyan negativamente en los puntos de vista de su lector. En el relato simple de sucesos esta “ley de la comunicación” aparentemente debería cumplirse, pero ni aun en estos casos de simple transmisión de hechos la objetividad es factible, porque siempre están en juego las diversas percepciones del comunicador; y es todavía más lejana en la interpretación de los hechos políticos o en la economía, donde prevalecen los intereses de grupo, de partido o personales. La objetividad, entonces, no es más que una entelequia, una aspiración casi imposible, porque los seres humanos juzgamos un hecho, por más simple que éste sea, desde nuestras propias racionalidades culturales y sociales, desde nuestras concepciones ideológicas y políticas.

Se puede argumentar que el tratamiento noticioso en un medio de comunicación al que concurre diversidad de opiniones –tantas cuantos reporteros existan- garantiza una variedad de concepciones (¿de objetividades?), y que esta variedad conlleva a acercarnos a la realidad. Ello puede ocurrir eventualmente en la transmisión de noticias, pero la práctica diaria, la convivencia con la noticia y el reporterismo nos ha demostrado que aun en esa transmisión se incurre en falta de objetividad.

Desde este punto de vista, creo que los tratadistas de la comunicación deben aceptar que la objetividad no es un requisito en la transmisión de noticias y que en la formulación de opiniones políticas, simplemente no existe. En consecuencia, la práctica de la comunicación por parte de los medios debe ser reconocida como un ejercicio político, como una toma de posición dentro de los planteamientos sociales; como el legítimo derecho -recalco la palabra legítimo- a ser actores políticos, a expresar sus pareceres sin la pretensión de convertirse en transmisores de la voz de una entelequia todavía mayor: la opinión pública.

En la práctica cotidiana hemos visto que esa hipotética “opinión pública” se reduce a la de los propietarios de los medios de comunicación social, que imponen o establecen una política

editorial e informativa, o, en el mejor de los casos, es la voz de contados “analistas” políticos o sociales que tienen el “don de la ubicuidad”: aparecer en todos los noticieros de radio y televisión como portadores de una “opinión pública” que solamente les pertenece a ellos y no al gran conglomerado, casi siempre ausente de esos espacios de comunicación.

Sin embargo, esa práctica poco democrática tampoco debe ser criticada, porque los medios de comunicación social, sobre todo los que están vinculados por intereses reales o políticos a los poderes fácticos, hacen honor a su ideología y la defienden.

Sostengo, entonces, que los medios de comunicación en general, y los grandes en particular, tienen el legítimo derecho de defender, a través de sus páginas o de las ondas hertzianas, sus intereses. No obstante, tienen la obligación ética de transparentarlos, de sostenerlos públicamente, sin recurrir a subterfugio alguno, y menos todavía atribuyéndose representación popular o asumiendo la vocería de una opinión pública generalmente dispersa o inexistente.

La democracia solamente puede existir si hay transparencia en las actitudes y procedimientos de todos quienes componemos un Estado.

En la hora presente, cuando se elabora una nueva Constitución Política, debe primar un alto sentido ético y de responsabilidad. Suele decirse que un Estado democrático es aquel que administra los fondos públicos en beneficio de los sectores mayoritarios de la población. Con la que se elabora, Ecuador tendrá veinte cartas constitucionales; las diecinueve anteriores, ¿sirvieron a este objetivo fundamental o garantizaron los derechos de la minoría dominante? Desde la primera Constitución, expedida en Riobamba, se irrespetó la democracia. Quizá las condiciones sociales de la época obligaron a tribunos como José Joaquín de Olmedo o Vicente Rocafuerte, patriotas por excelencia, a segregar a la sociedad y entregar al país una Constitución excluyente. Las siguientes adolecieron de las mismas deficiencias: han legislado en beneficio de quienes las han promulgado. ¿Podríamos esperar que ésta, que se construye en Montecristi, sea en verdad una Car-

ta que nos incluya, que elimine o, cuando menos, reduzca sustancialmente los privilegios? Existe la obvia esperanza de que así suceda y de allí nace el compromiso histórico de los medios de comunicación, de contribuir al debate, de extenderlo, de volverlo interactivo y lograr que esa esperanza se convierta en realidad.

¿Pero los medios están emprendiendo esta tarea? Creo que no. La mayoría de ellos –puntualicemos, para reservarnos la duda de que alguno existe con conducta diferente: la enorme mayoría- se ha convertido en opositora al cambio, en simple contradictora del régimen (conforme lo antedicho, no es que esa posición sea deshonesta, sino que no se transparenta). Lo deseable sería que, en lugar de esa estéril confrontación, se asuma la posición de estudiar tesis contrapuestas para elegir la más conveniente a los intereses nacionales. En la confrontación a la que me refiero tampoco está exento de culpa el régimen, particularmente el Presidente de la República, quien no ha profundizado el debate y se ha quedado en la diatriba generalizada, en vez de rescatar el sentido exacto de la libertad de expresión.

Esta es una constante histórica. El enfrentamiento entre prensa y gobierno ha sido permanente a lo largo de estos ciento setenta y siete años de vida republicana. Bástenos recordar el asesinato del coronel Hall a manos de rufianes al servicio del general Flores, por entonces Presidente de la República del Ecuador. Hall y un grupo de valientes periodistas ecuatorianos, entre los que citaré a Pedro Moncayo, tuvieron la audacia de fundar *El Quiteño Libre*, periódico con el que combatían los atropellos florealanos, y sufrieron la intolerancia del gobierno, que mandó a empastelar la imprenta y perseguir a los periodistas que allí trabajaban, persecución que terminó con el exilio de algunos y la muerte de Hall, quien apareció colgado en un poste de luz que alumbraba la Plaza de San Francisco.

Nuestro anecdotario histórico-político cuenta un solo episodio de respeto a la libertad de expresión y de prensa: uno de nuestros presidentes, el general Leonidas Plaza Gutiérrez, compró de su peculio papel para regalárselo al editor del periódico *Fray Gerundio*, que lo atacaba despiadadamente.

Esta confrontación, insisto, es una constante histórica y así debería manifestarse siempre, porque son dos papeles distintos el de los gobernantes y el de los periodistas. Los primeros deben dirigir eficientemente la marcha del Estado, y los segundos deben vigilar que la conducción política entregada por el pueblo a sus elegidos se cumpla a cabalidad. El periodismo, correctamente ejercido, sin la manipulación que le ensombrece, debe atender a las necesidades de las mayorías y no a los intereses de los sectores privados; por su parte, los dueños de los medios de comunicación deberían establecer políticas empresariales autónomas sin vinculación a los sectores financieros.

La confrontación que presenciamos en la actualidad entre el Presidente y los medios de comunicación, si bien ha removido las bases conceptuales del periodismo y ha puesto en entredicho su objetividad e imparcialidad, se ha convertido, lamentablemente, en un diálogo entre sordos, por lo tanto inútil. Es más grave, además, porque se ha extendido a la tarea de la Asamblea Nacional Constituyente. Los medios de comunicación, en general, y ciertos periodistas, en particular, se empeñan en negar la importancia que tienen las decisiones de la Asamblea. Siguiendo una línea política claramente manejada por los sectores de la derecha ecuatoriana, impugnan los plenos poderes de ésta, disminuyen su representatividad e inteligencia y la consideran un apéndice del ejecutivo. Claman por democracia, reniegan de la manifestada categóricamente en las urnas y piden un aparente imposible: que los triunfadores caigan en sus propias contradicciones, que se peleen entre ellos y, lo más inaudito, que gobiernen conforme a las normas de quienes perdieron largamente esas elecciones. La democracia, entonces, es considerada una buena herramienta si les permite manejar el Estado de acuerdo a sus intereses, y no existe o está mermada si no se ajusta a ellos. Doy fe del nivel intelectual de muchos de mis compañeros periodistas y me pregunto si se dan cuenta de que, a fuerza de ser opositores, caen en una situación muchas veces risible.

En ausencia del Congreso es políticamente lógico que la Constituyente legisle y dicte leyes -sobre todo aquéllas que han

sido postergadas, quizá porque afectan los intereses de grupos influyentes-, y que, paralelamente, se tome el tiempo de cumplir con el mandato que recibió, de elaborar la Constitución. Si debemos fiarnos de los contenidos mediáticos, estas últimas tareas están siendo descuidadas. Hacen bien los medios en criticar a los asambleístas por esa omisión. Pero, ¿qué hacen los medios, además de cuestionar este real o aparente descuido? ¿Es que acaso elevan o plantean un debate nacional? La respuesta es simple: cumplen su tarea de criticar pero descuidan su obligación de confrontar temas que ameritan socializarse.

Lo peligroso de esta situación radica en que, con el paso del tiempo, la nación se radicaliza; las posiciones, al no ser debatidas por la sociedad, se asumen por simpatías o antipatías, no por razonamiento. La descabezada partidocracia tiene como su gran (y único) referente al Alcalde de Guayaquil, quien se atrinchera en su ciudad y enarbola el estandarte blanco y celeste para reivindicar su vigencia política. El Presidente, a pesar de que reduce al líder socialcristiano a “caudillo cantonal”, y no encuentra otro rival político o no le concede a otro político este estatus, por lo cual tendrá que inventarse un rival para sostener la campaña de confrontación que le rinde ganancias en las encuestas. Recordemos que, a un año de gobierno, los respectivos presidentes elegidos después de la dictadura no han superado el 20% de aceptación y popularidad. Según los últimos datos, el Presidente Correa supera fácilmente el 50% (después de la crisis con Colombia rebasó largamente esa cifra), quizá porque no tiene rivales políticos o porque utiliza, sin importarle el dinero que gaste, a los medios de comunicación a los que enfrenta.

¿De manera que el uso de los medios a través de la propaganda política reditúa? Sí, si ésta está acompañada de un político hábil y carismático, y si sus mensajes satisfacen las expectativas de la masa que los escucha. Y, ¿los mensajes informativos y de opinión satisfacen a las masas? Sí, si están concebidos para propender al bien común. Queda claro, entonces, que el uso de

los medios de comunicación para la información y la propaganda es beneficioso para la sociedad, siempre y cuando cumpla con los objetivos para los que fueron creados -favorecer a la sociedad- y no como elementos para sostener intereses alejados del bien colectivo.

La Asamblea Nacional Constituyente ha anunciado que revertirá frecuencias de radio y televisión que hayan sido entregadas a particulares sin reunir los requisitos legales, y que prohibirá las concesiones a personas o entidades ligadas al sistema financiero. En Ecuador sabemos que el grupo Filanbanco o Isaías aún dispone de frecuencias de televisión (Telecentro y Gamavisión, fundamentalmente), a las cuales utiliza en la defensa de las causas que, en los tribunales de justicia, se han planteado en su contra, y que la Contraloría General del Estado tiene un informe que establece que 300 frecuencias de radio deben ser revertidas al Estado porque fueron entregadas ilícitamente. En este caso, los ecuatorianos debemos estar conscientes de que esta actitud no significa un ataque contra la libertad de expresión o contra la libertad de empresa, sino que es una demanda ética que debe cumplirse para sanear los medios de comunicación y liberarlos de intereses particulares que tratan de distorsionar la opinión nacional.

A fines de los setenta, cuando la UNESCO debatía la necesidad de un nuevo orden mundial de la comunicación, los gremios periodísticos plantearon la colegialización obligatoria de los periodistas, como una manera de democratizar el ejercicio del periodismo y, paralelamente, defender su derecho al trabajo tras una deseable formación académica universitaria. En Ecuador, tras una dura confrontación con los propietarios de los medios de comunicación social, se dictó la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, que, con todas las fallas nacidas de los avatares políticos mundiales de la época, sigue vigente. Esa Ley ha sido violentada. Jamás fue aceptada por los dueños de los medios. La Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, se abanderó de la causa y propuso un llamado Decálogo de Chapultepec, cuyo numeral oc-

tavo se opone a la agremiación obligatoria. A su turno, todos los Presidentes de la República han firmado este documento, como una manera de denotar su respeto a la libertad de expresión (y a los propietarios), pese a la evidente contradicción legal que esa rúbrica ha impuesto.

La posición de los periodistas agremiados siempre ha sido defender la obligatoriedad de la ley. No es posible, en un Estado de Derecho, irrespetar una ley arguyendo con simplicidad inaudita que “no me gusta” o que afecta mis intereses. Todos sabemos que una ley es mandatoria y que, cuando no se está de acuerdo con ella, hay que acudir a los organismos pertinentes -el Congreso Nacional- para buscar su reforma o su derogatoria. En este caso, la actitud de los dueños de los medios de comunicación y sus periodistas fue de arrogancia y soberbia, concordando con su forma muy especial de ver los hechos.

En una actitud poco coherente, el Presidente Correa se ha alineado con los empresarios, a los que maltrata y critica, en contra de los trabajadores del periodismo. Estamos conscientes de que la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista debe ser reformada y de que las condiciones actuales son diferentes a las que vivimos a fines de los setenta, pero seguimos sosteniendo que la colegialización obligatoria es una de las formas para democratizar el ejercicio del periodismo.

Otro tema que atañe al debate, y que los organizadores me han pedido que trate, es la posibilidad de que el Estado maneje sus propios medios de comunicación. En la década del setenta, el Gobierno del dictador general Guillermo Rodríguez Lara creó la Radio Nacional del Ecuador, con tecnología de punta para aquellos años. Contra todo pronóstico, la Radio Nacional se convirtió en una escuela radiofónica y, brillantemente dirigida por Eduardo Zurita Gil, mantuvo una programación pluralista e independiente durante muchos años. Posteriores gobiernos democráticos de encargaron de sepultarla. Fue un gran ejemplo de que es posible mantener medios de comunicación del Estado. Durante el gobierno del coronel Lucio Gutiérrez se realizó un insuficiente es-

fuerzo por recuperarla. Faltó decisión política y la visión para alejarla de las demandas del gobierno.

Soy de los periodistas que sostengo que los medios de comunicación del Estado son necesarios para el desarrollo, no solamente del periodismo sino también del teatro, del cine y de otras experiencias, así como para la promoción de la cultura de las diversas etnias, y de valores éticos y sociales, tan necesarios en esta época.

La consideración fundamental que debe regir es que estos medios de comunicación no deben ser herramientas de promoción gubernamental sino medios de rendición de cuentas permanente, no solo para el ejecutivo sino para todas las funciones del Estado; en caso contrario el experimento fracasará. Sobran los ejemplos de funcionamiento exitoso de estos canales de difusión. Recordemos solamente las experiencias de la BBC de Londres, de la radio y televisión españolas, italianas u holandesas; o, más cercana a nosotros, la experiencia chilena. Es cierto que, para que estos sistemas de información funcionen independientemente, tuvieron que enfrentar un proceso de depuración, pero ahora se han constituido en canales para fomentar el turismo y promover los bienes culturales de sus respectivos países.

En todas sus formas y con todos sus problemas, el mundo de la comunicación es fascinante. Estamos conscientes de que un Estado democrático no puede vivir sin medios de comunicación ni puede desarrollarse, si los gobiernos no entienden el rol de la crítica ni existe un ejercicio periodístico ético y responsable. Todos los actores sociales tenemos corresponsabilidad en el manejo de la comunicación. El debate debe profundizarse, alejado de las posiciones sectarias y de los intereses que privilegian el derecho de pocos sobre las necesidades de muchos.



# APUNTES SOBRE LA RESPONSABILIDAD, LA VERACIDAD Y LA TRANSPARENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*Por Kintto Lucas<sup>1</sup>*

¿Es posible una información periodística responsable, veraz y transparente? No es posible ni será posible mientras existan diversos intereses detrás de los medios de comunicación y mientras esos intereses no sean asumidos en forma transparente por los medios. Sin embargo, sí es posible trabajar para que exista un acercamiento a la veracidad o a las varias verdades que encierra un hecho.

Vista en el Diccionario de la Real Academia Española, la palabra responsable señala en una de sus acepciones a la persona que pone cuidado y atención en lo que hace o decide. Podríamos decir, entonces, que un periodista o un medio de comunicación son responsables cuando ponen cuidado y atención en lo que hacen o deciden. En otra acepción, el diccionario se refiere a la persona capaz de reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente. Podríamos añadir que un periodista o un medio son responsables cuando son capaces de reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

De acuerdo a estas dos acepciones, ¿son responsables los medios y los periodistas?, ¿ponen cuidado y atención en lo que hacen, difunden y publican?, ¿son capaces, los medios y los perio-

---

1 Presidente de la Asociación de Prensa Extranjera. Corresponsal de la Agencia de Noticias Inter Press Service (IPS).

distas, de reconocer y aceptar las consecuencias de lo que escriben, informan y emiten? Podríamos responder que buena cantidad sí lo es y, ciertamente, muchos otros no.

Por lo tanto, cuando los medios de comunicación o los periodistas asumen una postura política, una postura económica, una postura pensada que defiende ciertos intereses dentro de la sociedad, podríamos decir que son responsables porque están poniendo cuidado y atención en lo que hacen; porque son cuidadosos al defender esos intereses políticos o económicos. Pero, ¿esos medios o periodistas son capaces de reconocer y aceptar las consecuencias de lo que escriben, informan o emiten para defender esa postura o esos intereses? Algunos pueden serlo pero gran parte no lo es. Por lo tanto, de acuerdo a la segunda acepción de “responsable”, podríamos asegurar que esos medios o periodistas no son responsables.

Cuando, por ejemplo, un medio de comunicación presenta al dueño de un banco como analista económico serio e independiente, se podría señalar que ese medio está siendo muy cuidadoso de lo que hace: defender un determinado proyecto económico. Sin embargo, no es capaz de reconocer y aceptar lo que está haciendo. Además, está faltando a la verdad porque ese analista económico serio e independiente, resulta que es serio porque no se ríe pero no es independiente, porque, como banquero, defiende un determinado modelo económico y, por lo tanto, está defendiendo su verdad, que puede ser muy respetable pero está marcada por los intereses que representa. En ese instante el medio de comunicación dejó de ser responsable, según la segunda acepción del Diccionario de la Real Academia Española, ya que no estaba reconociendo ni asumiendo las consecuencias de lo que presentaba. Dejó, también, de ser veraz y transparente. Si el medio presentara a ese banquero como lo que es -un banquero que analiza la situación económica-, le estaría brindando al lector o al televidente un elemento para saber qué intereses defiende ese analista; por lo tanto, sería responsable, veraz y transparente, pero dejaría de ser un poquito cuidadoso de los intereses que defiende.

Hace algunos años surgió, en medio del feriado bancario, la posibilidad de ser editor político de un diario. Cuando conversé con el editor general de ese medio, me dijo que sabía muy bien que yo era de izquierda y que eso era bueno porque el diario estaba buscando abrirse y ser más plural, dar más voz a los sectores sociales y, particularmente, al movimiento indígena, que en ese tiempo, a pesar de tener una gran capacidad de movilización, era obviado por los medios. Cuando todavía no había terminado de decir “qué bueno”, él me dijo que en lo económico era diferente; que el diario tenía una visión económica que apuntaba a la modernización (que en realidad era entendida como privatización) y al libre mercado. Y agregó que si bien se abría a otras posiciones, la predominante era la visión del medio. Con eso me estaba diciendo que el medio tenía una mirada económica hegemónica, que, casualmente, era la misma de ciertos grupos de poder político y económico que manejaban el país en ese momento, y que no podía ser puesta en duda. Me sonreí y le dije irónicamente: “como la política y la economía no tienen ninguna vinculación, no hay problema”. Enseguida él argumentó que el medio no era defensor a ultranza del modelo neoliberal sino que defendía la modernización económica. Volví a sonreír y finalmente no fui a trabajar a ese medio.

Lo importante de esta anécdota es que refleja algo similar a lo que refleja la anterior. Ese editor general estaba siendo cuidadoso y poniendo atención a su trabajo; estaba siendo veraz y transparente conmigo pero no lo era con sus lectores. Además, tampoco asumía las consecuencias de lo que hacía ese medio en defensa de una postura económica.

Un año antes, durante la campaña para las elecciones presidenciales, Jamil Mahuad hegemonizó las páginas de determinado medio y, mientras los otros candidatos eran muchas veces caricaturizados, cada artículo sobre Mahuad era una especie de publirreportaje. Sin embargo, ese medio se mantenía señalando que era totalmente independiente y que no apoyaba a ningún candidato. No era veraz, no era transparente, no reconocía las conse-

cuencias de sus actos pero era cuidadoso de su propuesta política. Era tan cuidadoso que luego su director fue ministro de Mahuad. Hubiese sido veraz, transparente y más honesto si hubiese asumido esa posición y se hubiese jugado desde su editorial por ese candidato.

Cuando los medios de comunicación dicen defender la verdad en lo político, en lo económico y en lo social, en realidad muchas veces están defendiendo su verdad, que puede ser muy respetable pero no es honesto, veraz ni transparente presentar como la única.

Durante la campaña para las elecciones a la Asamblea Constituyente, algunos canales de televisión asumieron, a nivel informativo, una posición contraria a los candidatos del partido de gobierno, presentando muchas veces opinión como información y entrevistando mayor número de veces a los candidatos de la oposición, sobre todo a determinados candidatos. Fueron cuidadosos en la defensa de la visión política y económica de sus dueños, pero no asumieron las consecuencias de lo que hacía ese medio en defensa de dicha postura político-económica. Tampoco fueron transparentes, porque no señalaron claramente que su visión política y económica, o, mejor dicho, la de sus dueños, no les permitía dar espacios equitativos. Y solo fueron veraces a medias, porque no mostraron las diferentes verdades en forma equitativa sino, sobre todo, su verdad. Algo similar ocurrió cuando el Congreso trató y aprobó la denominada Ley de Justicia Financiera, para bajar las tasas de interés.

Por lo tanto, si tenemos en cuenta esa realidad, podríamos decir que, mientras existan diversos intereses detrás de los medios de comunicación, no es ni será posible tener una información veraz, responsable y transparente en Ecuador, América Latina o cualquier parte. A pesar de ello, sí es posible trabajar para que exista un acercamiento a la veracidad o a las varias verdades que encierra un hecho; para trabajar por que los medios y los periodistas sean más responsables al momento de asumir las consecuencias de lo que hacen y, en especial, por que sean transparen-

tes y dejen de ocultar detrás del enunciado de independencia sus verdaderos intereses.

Por el año 2000, los medios de comunicación colombianos firmaron un acuerdo al que denominaron “Acuerdo por la Discreción”, una especie de *mea culpa* en el que reconocían implícitamente los vicios en que habían incurrido al tratar el conflicto armado que vive ese país. En muchos casos, falta de responsabilidad, veracidad y transparencia, según anotaron. El público, de una u otra forma, había hecho sentir su descontento con respecto a la manera en que se informaba sobre la confrontación, y se había pronunciado mediante cartas o llamadas por la necesidad de que los medios realizaran una autocrítica e intentaran un cambio. La Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Sabana tuvo el poder de convocatoria suficiente para sentar en la mesa de diálogo a los directores de una treintena de medios de radio, prensa y televisión, con los cuales se definió el compromiso. Ese acuerdo tenía un antecedente insólito en la reunión con directores de medios a la que, meses antes, habían convocado los comandantes de las FARC en la llamada Zona de Distensión, una región de algo más de 42 mil kilómetros, donde no había presencia militar. En esa ocasión, cada una de las partes expuso sus verdades y, finalmente, todas aceptaron que era primordial mejorar la calidad de la información sobre la guerra. Algunos incluso aceptaron que, muchas veces, los reporteros destacados en la zona de distensión sacaban la información de la nada, por tener que producir noticias a diario. Se trató de un proceso en el que, además de los medios, se comprometieron el público y la sociedad civil.

El compromiso fue recibido con una mezcla de expectativa y escepticismo por el público descontento con la información sobre la guerra. El Acuerdo propuso que cada medio elaborase, en pocas semanas, un código ético, normas específicas o estándares profesionales que ayudasen a mejorar la calidad de las informaciones sobre el conflicto armado. Se basó en mejorar la responsabilidad, la calidad, la exactitud, la veracidad, el equilibrio y la

transparencia, y produjo cambios importantes que volvieron a otorgarles cierta credibilidad a los medios.

Si los medios hicieran una autocrítica y asumieran en forma transparente cuáles son los intereses que defienden, éste sería un primer paso para llegar a tener mayor pluralidad y ser más veraces a la hora de informar. Además, serían más creíbles porque no estarían ocultando desde qué lugar informan, analizan y opinan.

Asumir desde qué lugar un medio está informando, analizando y opinando es el primer paso para una mayor transparencia informativa, pero, sobre todo, para una mayor honestidad con el público y con ellos mismos.

## Bibliografía

Diccionario de la Real Academia Española,  
1997      Vigésimo Primera Edición, Editorial Espasa, Madrid.

# PRENSA, ÉTICA Y ASAMBLEA

*Por Rubén Darío Buitrón<sup>1</sup>*

Primero “se programa un ordenador para producir diariamente noticias adaptadas a los resultados de las encuestas. Luego se pregunta a la gente qué noticias prefiere, cada cuánto tiempo quiere que ocurran y qué detalles le gustaría más leer. ¿Hay que informar sobre una catástrofe aérea una vez al mes o con mayor frecuencia? ¿Conviene que se descubran juguetes infantiles entre los restos de un avión? Cuando se produce un asesinato, ¿es mejor que la víctima sea una niña pequeña, una anciana o una embarazada soltera? ¿Y es preferible que el cadáver aparezca desnudo o en ropa interior?” (Randall, 1999:15).

Esta irónica ficción del escritor británico Michael Frayn, citada por David Randall en su libro *El periodista universal*, muestra cómo muchos medios de comunicación tienen en sus manos la posibilidad de alcanzar poder mediante técnicas de mercadeo y de apelación a los sentimientos humanos más rudimentarios: ese tipo de prensa puede llegar a controlar segmentos importantes de la vida y el pensamiento de la gente, con un manejo antiético de agendas temáticas que generen réditos sobre la base de un numeroso público cautivo. Frayn pone el dedo en la llaga de una de las peores desviaciones del periodismo: la mercantilización de las noticias, la venta de los hechos narrados como si fuesen cual-

---

1 Periodista y escritor. Es editor especial de Diario Expreso y docente de la Universidad Técnica de Loja, del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), y de la Universidad de las Américas. Fue editor general de Diario El Universo durante cinco años. Ha escrito varios libros.

quier producto de supermercado, la manipulación de información como una “verdad conveniente” a los intereses de ciertos dueños de empresas mediáticas, vinculados con grupos económicos y/o políticos que aquéllos representan e indiferentes a la demanda de la gente por conocer, de manera concreta, lo que ocurre en su entorno y en el mundo.

“Dos problemas graves acechan a la noticia: su oferta y circulación como cualquier mercancía y, en relación directa, su espectacularización, que desplazan el eje de relevancia y trivializan el interés público. La consigna es posicionarse con ventaja en el mercado, por lo cual la función de informar al público queda subordinada.

”La oferta noticiosa resulta un cóctel de información y entretenimiento, de temas pesados e intrascendentes, banales, escandalosos o macabros, de argumentación y narración, de tragedias sociales comunicadas en tiempo de swing o de clip o narradas como películas de acción.

”La sociedad del infoentretenimiento es contexto de nuevos horizontes de expectativa en los individuos que, además, demuestran una escasa credibilidad en las instituciones y los partidos políticos y se enfrentan con graves problemas en la vida cotidiana (desempleo, inseguridad, violencia). A estos públicos se dirigen los medios más desde la conmoción que desde la argumentación” (Martini, 2000:56).

Desde esta perspectiva, el poder de los medios que defienden intereses particulares (que, insisto, no es toda la prensa) es mezquino, ensimismado, miope e incapaz de ejercer la autocrítica y, peor, de rendir cuentas a su público y a la sociedad.

Cuando se trata de discutir el efecto negativo que producen los contenidos informativos sensacionalistas que apelan a las emociones humanas básicas para conseguir impacto y lograr elevadas audiencias, con frecuencia se escucha, incluso entre periodistas abiertos a la posibilidad de un análisis de su producción diaria, que lo que ellos y los medios hacen es “darle al público lo que quiere”. ¿Cuánto cinismo se esconde en esta tesis? ¿Cuánta

ansiedad por no ceder un mínimo espacio de poder? Si la información es un bien público y el periodismo es un servicio destinado a la atención de un derecho ciudadano fundamental, el hecho de que, en muchos casos, las agendas temáticas se resuelvan en las salas de redacción, a espaldas de la sociedad y del público, evidencia que medios y periodistas no tienen la sensibilidad ni la apertura mental para “ponerse en los zapatos del otro”, de los otros, y desde allí repensar la manera en que intentan expresar la realidad, para entregar al público los contenidos que éste necesita en función de tomar decisiones que van desde lo cotidiano y simple hasta lo trascendente y estructural.

Randall cita a Frayn con un objetivo: enfatizar que “parte de la misión del periodista [y de los medios, añado yo] consiste en desmitificar las falsas creencias populares y en poner en tela de juicio las ideas acomodaticias. Pero es imposible hacerlo cuando se está pensando en cómo van a reaccionar los lectores para tratar de agradecerles” (Randall, 1999:23). He aquí el problema esencial alrededor de la ética y del poder en el manejo de la información pública: los ciudadanos sabemos de la realidad, no por lo que vemos o sentimos sino por las declaraciones, opiniones y puntos de vista de las fuentes, los periodistas y los medios; es decir, por lo que los medios nos dicen y no por nuestra propia comprobación de lo que sucede.

No sostenemos, por supuesto, que el ciudadano puede enterarse por sí mismo de todo lo que le interesa, pero sí que el deber ético de la prensa es esforzarse por contar los hechos desde las necesidades del público y no desde la subjetividad del periodista.

¿Cómo mantener los imprescindibles puentes de confianza y credibilidad entre el público y la prensa? ¿Cómo no asistir a la lenta muerte, de una manera vertical y caprichosa, de hacer periodismo desde los medios? ¿Cómo no entender que el ciudadano consciente de sus derechos exija a los medios y periodistas honestidad, rigor, equilibrio, pluralismo, contextualización y profundidad en sus propuestas temáticas y en el tratamiento de sus contenidos?

### El maestro Kapuscinski ya lo advirtió:

“Desde el desarrollo de los medios de comunicación en la segunda mitad del siglo XX, estamos viviendo dos historias distintas: la de la verdad y la creada por los medios [...]. Nuestro conocimiento de la historia no se refiere a la historia real sino a la creada por los medios [...]. Los medios de comunicación, la televisión, la radio, están interesados no en reproducir lo que sucede sino en ganar a la competencia. En consecuencia, los medios de comunicación crean su propio mundo y ese mundo suyo se convierte en más importante que el real” (Kapuscinski, 2002:102).

Lawrence Wenner, citado por el norteamericano Maxwell McCombs, refuerza esa tesis: “Nuestro sentido cultural de lo que es nuevo e importante -nuestra agenda cultural- procede en gran parte de lo que vemos en la televisión” (McCombs, 2006:79) y, por extensión, de lo que escuchamos y leemos en los distintos medios.

Desde una mirada inocente, esperaríamos que quienes tienen en sus manos los medios se manejen con implacable sentido de justicia y equidad respecto del público al que se dirigen; que se impongan un compromiso de servicio al conjunto de la sociedad; que trabajen con criterios ajustados estrictamente a los intereses y urgencias de la gente común; que su pensamiento, talento y capacidad profesional fortalezcan la construcción de una sociedad de justicia, democracia, bienestar, progreso y desarrollo. Pero la esperanza es solo eso, un ideal que yace bajo el peso de la realidad: enfrentados a la urgencia de competir con sus propios espejos y cegados por el arrollador embrujo de la televisión y su acción depredadora respecto del pensamiento, el análisis y la razón, muchos medios y periodistas han perdido el rumbo y ahora no parecen entender las consecuencias sociales de sus prácticas; no parecen asumir la responsabilidad sobre el impacto masivo que produce lo que dicen y lo que callan; no parecen comprender el rol que desempeñan en la vida de una colectividad.

Es cierto que al periodismo le acechan innumerables y terribles enemigos, pero el deseo de poder, por su misma naturaleza y porque viene del interés y la ambición de la propia prensa, es el

más inquietante: mediante la farandulización y la politización de sus agendas y contenidos, fácilmente los medios pueden ganar popularidad y, gracias a ésta, convertirse en decisivos actores de la vida social e influyentes gestores de una manera distorsionada y frívola de entender y vivir la realidad. El problema trae graves implicaciones colectivas, pues se relaciona directamente con el nivel de conciencia y capacidad ciudadana para discernir, deliberar y optar.

Sostenemos, entonces, que la dimensión del poder mediático, en los niveles en que se encuentra ahora, es inversamente proporcional a la calidad de la democracia: si los medios se sirven a sí mismos y no resultan útiles como herramientas y espacios para la reflexión colectiva sobre los temas que importan a la sociedad, no cumplen una de sus funciones esenciales: la educación. Al no cumplir con esta función esencial, dejan a un lado su esencia original y, más bien, son la fuente de un analfabetismo cívico generalizado, incapaz de construir una mejor democracia. Como dice Savater, la “educación cívica es la que nos faculta vivir políticamente con los demás en la ciudad democrática, participando en la gestión prioritaria de los asuntos públicos y con capacidad para distinguir entre lo justo y lo injusto [...]. El auténtico problema de la democracia no consiste en el habitual enfrentamiento entre una mayoría silenciosa y una minoría reivindicativa o locuaz sino en el predominio general de la marea de la ignorancia. ¿Qué otra cosa puede contribuir mejor a resolverlo que la educación cívica? La primera asignatura de esa educación debe consistir en enseñar a deliberar y en dotar de los medios imprescindibles para la deliberación a los ciudadanos neófitos. Preparar para la deliberación consiste en formar caracteres humanos susceptibles de persuasión: es decir, capaces de persuadir y dispuestos a ser persuadidos [...], una educación cívica que les permita participar en la gestión de lo común. [No hay que olvidar que] uno de los derechos fundamentales de todo hombre, junto a la libertad, es tener los medios intelectuales para ejercer esa libertad” (Savater, 2003: 123).

Incluso si asumiéramos que la prensa es un poder y que, supuestamente, los medios no pueden desvincularse de esta con-

dición, el periodismo debería tomar conciencia de su papel como promotor de libertades, suscitador de pensamiento y espacio de debate y reflexión de la sociedad. Debería, por tanto, situarse en el nivel del ciudadano común para entenderlo mejor y acercarse con más exactitud a sus requerimientos, necesidades y sueños colectivos. Por eso, aunque suene paradójico, la mejor prensa es la que, pudiendo manejar poder, prescinde de ese poder o lo devuelve a sus audiencias.

Lo explica Enrique Gil Calvo:

“Una prensa con poder no es una prensa libre. Para que se la considere libre ha de ser una prensa libre del poder y ha de ser una prensa sin poder. Pero si se traiciona a sí misma y se vende o somete al poder, o abusa en interés propio de su mismo poder, deja de ser una prensa libre. Esta es la auténtica traición de los periodistas, que les lleva a politizarse en el peor sentido de la palabra, ya sea la traición achacable a su debilidad frente al poder político o a su propia voluntad de poder. Por supuesto, la ambición política es legítima, por maquiavélica que parezca, pero la voluntad de poder ha de servirse de medios políticos y no periodísticos. Cuando se mezclan las dos esferas, que siempre debieran estar separadas para mantener su recíproca independencia, acaban por confundirse e identificarse entre sí. Y cuando la prensa se identifica con el poder y lo hace suyo, traiciona la libertad de informar y pierde su propia libertad” (Gil Calvo, 2002: 78).

De manera que a la prensa le corresponde empoderar al ciudadano, no empoderarse a sí misma. La ética mediática, por llamarla de alguna manera, tiene que apuntar al empoderamiento del ciudadano para que éste se vuelva sujeto de la acción política y participe de manera proactiva e inteligente en la estructuración de una sociedad y un Estado más equitativos. La clave está, por tanto, en que la prensa sea capaz de trasladar su poder al ciudadano. Las salas de redacción tienen que transparentar sus vacíos y debilidades, y fortalecerse. Es hora de construir agendas propias, capaces de explicarle al país lo que es el país, de explicar-

le a la sociedad lo que es la sociedad, de entregarle a la gente elementos de juicio para entender la realidad. Hay que decirlo claramente: la falta de una agenda propia y la ineptitud periodística para explicar los contextos y los procesos bloquea el crecimiento intelectual y espiritual de la audiencia. Un lector que no entienda esos contextos y procesos se volverá conformista o indiferente y, en consecuencia, lo que quedará será un ciudadano conformista, incapaz de entender las entrelíneas de la realidad y tomar la decisión de contribuir a transformarla. Por lo mismo, si la prensa cumpliera su verdadero papel en una sociedad en construcción, su influencia sería profundamente significativa en la dinámica de esa sociedad: “El ideal de los medios está unido a la imaginación social de la democracia. Los medios permiten una deliberación contenida, liberada, múltiple, abierta, procesal, como es la vida siempre y cuando se mantenga la independencia, se colabore en una cultura del discernimiento, se guarden las proporciones y el balance en las informaciones, se verifique hasta el exceso y se reconozca a diario que la verdad nunca es un dato sino un proceso construido” (Abad Faciolince, 2004: 47).

No obstante, es importante precisar que “no siempre los medios apuntalan la democracia, aunque siempre son fundamentales para ella [...]. Es un debate que debe hacerse también al interior de los propios medios, a veces impermeables a la crítica que ellos mismos hacen a otros. [Como recuerda Roland Barthes] el poder está infiltrado en los más finos mecanismos de la vida social: en los deportes, en la política y hasta en los deseos liberadores de aquellos que tratan de impugnarlo.

”El periodismo no solo está frente al poder. Es también un poder. Pero lo que se resalta es precisamente la importancia de la independencia y su vigilancia sobre todos los poderosos por igual. Una tarea que es tan peligrosa como los riesgos que la acechan: las presiones de los intereses económicos, las seducciones de los gobernantes, el unanimismo de los eufóricos, la rabia de los intolerantes” (Abad Faciolince, 2004:49).

Una prensa independiente y democrática tiene que aportar a la construcción del poder ciudadano. Si cumple esta fun-

ción será capaz de renunciar a su poder, tangible o abstracto, en función de representar, reflejar y expresar dicho poder. Una prensa libre y democrática debe ser consistente, amplia, abierta a todo tipo de pensamiento y dispuesta a tolerar los puntos de vista más diversos, incluso los que confrontan su línea editorial. Sin miedo a la discrepancia y al debate apasionado y fecundo, esa prensa será capaz de entregar al lector, al ciudadano, elementos de interpretación de la realidad, en especial elementos que ese lector desconoce.

“Han sido tres las tradicionales fuentes del periodismo: la de informar (reflejar la realidad), la de formar (interpretarla) y la de entretener (ocupar el ocio). En cualquier caso, lo fundamental reside en la mediación entre las diversas instancias de la sociedad y los distintos públicos. Según Gomis, el periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. Dicha interpretación tiene dos niveles: una interpretación de primer grado que nos dice qué ha pasado -descriptiva-, con lo que obtenemos el producto comúnmente llamado información, y una interpretación de segundo grado que nos permite situar un hecho dado como noticia en el contexto social y analizar qué significa lo que ha pasado: es decir, evaluativa.

”A las tres funciones clásicas hay que añadir en la actualidad una cuarta: la tematización. Por tematización se entiende el mecanismo de formación de la opinión pública en el seno de la sociedad posindustrial a través del temario [que proponen] los medios de comunicación. Denominamos temario al conjunto de contenidos informativos y noticiosos existentes en un medio [...]. La suma y análisis de los sucesivos temarios acaba definiendo la personalidad de cada medio” (de Fontcuberta, 1993:87).

Poder, democracia, ciudadanía y medios son elementos íntimamente ligados. Su interrelación puede llevar a edificar una sociedad más justa o consolidar, en el peor de los casos, formas de participación inequitativas y excluyentes.

En el caso ecuatoriano, frente a la actual coyuntura, en la cual los paradigmas han dado un vuelco y los ejes de acción tienen nuevos protagonistas en lo político y lo social, planteamos

que un país que se apresta a cambiar la estructura estatal, a renovar sus formas de poder y, ojalá, ampliar el abanico democrático, demanda cambios en los medios, en especial en la actitud filosófica y en la forma de entender la ética con la que trabajan. Sin embargo, es imperativo precisar que esos cambios no pueden venir desde el poder político, de cualquier ideología que fuese, sino que deben nacer del propio periodismo empujado por sus audiencias. He ahí un reto histórico para la prensa ecuatoriana. Un reto que demanda, en primer lugar, una profunda autocrítica, una conciencia clara, un análisis de lo que los periodistas y los medios hacemos y, sobre todo, no hacemos o no somos capaces de hacer. Empezamos por admitir que en la mayoría de medios - no en todos-, algo está fallando. Con frecuencia los periodistas nos colocamos a distancia de los hechos y nos arrimamos demasiado a las opiniones. Armamos las agendas cotidianas sin considerar la diversidad de las demandas informativas del público. Creemos que nuestra lectura particular de la realidad es la lectura general de la realidad. Imaginamos escenarios a partir de percepciones pero olvidamos que una percepción individual es tan solo una mirada subjetiva y fragmentada de lo que ocurre afuera, lejos de las salas de redacción. Priorizamos en las agendas informativas temas de la política, la economía, la comunidad, el deporte, la cultura y la farándula desde el punto de vista de los actores convencionales, en especial desde las perspectivas de los distintos poderes tradicionales. Cubrimos la Asamblea Constituyente según los mismos parámetros que aplicamos al Congreso Nacional, sin tomar en cuenta, sin considerar que estamos frente a una realidad distinta, nueva, que demanda un periodismo distinto y nuevo.

Debemos repensar el periodismo; repensar los métodos para hacer periodismo. Las reflexiones y la autocrítica en las salas de redacción apuntarán en la dirección correcta solo si ellas son fruto de análisis democráticos, maduros, suspicaces, agudos, profundos y contextualizados de lo que ocurre en la sociedad. La autocrítica solo tendrá sentido si aprendemos de ella y no nos

empantanamos en el autoflagelamiento y la culpa. Los periodistas debemos aprender a leer la realidad, la coyuntura y los procesos desde sus propias dinámicas y no desde nuestra burbuja.

La corrupción, los intereses mezquinos, la negligencia y la incapacidad de los líderes políticos impidieron al Ecuador conseguir los más elementales acuerdos para avanzar en la dirección de la justicia, la democracia y el progreso colectivos. Ese esquema de país, esa estructura estatal ha quedado en ruinas. Un nuevo modelo de ciudadano parece emerger de entre los escombros de aquella Torre de Babel que, el pasado 30 de septiembre de 2007, terminó de caer estrepitosamente. Los medios y los periodistas necesitamos renovar nuestra manera de leer lo que exige ese ciudadano. Necesitamos tender puentes con los sueños, proyectos y demandas de ese ciudadano.

“El periodismo debe hacer una evaluación constante de los efectos de su labor y de la reflexión sobre el estado de la noticia en relación con las necesidades y los intereses de la sociedad. El periodista precisa también una actualización permanente que le permita ver y entender las tendencias que cruzan las sociedades contemporáneas, los nuevos mapas de problemas, que le exige una tarea constante de documentación y de manejo de fuentes muy diversas, y un trabajo sobre el propio discurso que lo aleje del peligro del binarismo (acontecimientos blancos o negros), construcción que pareciera facilitar la interpretación de hechos complejos. Numerosos trabajos, muchos de ellos originados en el propio ámbito periodístico, afirman la necesidad de cambios y ajustes en las agendas noticiosas en términos de favorecer y contribuir al debate público y a la reivindicación del lugar del ciudadano” (Martini, 2000:90).

### Prensa crítica y poder

A la par que la prensa renuncia a su poder y lo cede al ciudadano, es necesario que la sociedad aprenda a distinguir entre una prensa crítica y una prensa en crisis. La prensa crítica es res-

ponsable; contribuye a la construcción de un país democrático, diverso, consensual, reflexivo, analítico y tolerante. Junto a sus audiencias, lucha contra la corrupción y quienes están detrás de ella (partidocracia, poder económico, intereses estratégicos internacionales, ciertos sindicatos, cierta fuerza pública, cierta jerarquía religiosa). Una prensa en crisis es irresponsable; contribuye al analfabetismo político de la sociedad, a la desazón general, a la espiral del caos, a la violencia, a la pérdida de credibilidad en las instituciones, al desprestigio de las ideas sociales, a la satanización de la política y los políticos, a la insensibilidad humana, a la frivolidad, al humor burdo. Una prensa crítica pone en escena los problemas del país con serenidad, calidad y profundidad. Es equilibrada e inteligente; contextualiza los hechos, intenta ubicarlos en su real dimensión, muestra antecedentes y consecuencias, investiga cada detalle, no es ingenua, no cae en la trampa de los maquiavélicos con máscara de víctimas. Una prensa en crisis pone en escena los problemas del país sin pensar en los graves efectos sociales que puede generar una información mal hecha, escandalosa, prejuiciosa, sin equilibrio, con fuentes no confrontadas. Su agenda y su distribución temática tienen una prioridad: hacer daño o ganar *rating*. Una prensa crítica no se deja manipular ni influir. No se considera “cuarto poder” ni intenta dar lecciones de conducta a la sociedad. Es, antes que crítica, autocrítica: reconoce sus errores, trabaja en sus limitaciones, acepta observaciones, no se cree infalible y está en permanente renovación de sus valores democráticos, cívicos y éticos. Una prensa en crisis se deja manipular e influir. Se considera “cuarto poder” y, desde el punto de vista de las excluyentes elites económicas y políticas, intenta dar lecciones de conducta a la sociedad. No es autoanalítica, no reconoce sus errores, se cree intocable y olvida que la credibilidad tiene directa relación con sus valores democráticos, cívicos y éticos. Una prensa crítica hace pedagogía social; educa. En ella se reflejan los ciudadanos para debatir con franqueza, expresarse con libertad, integrar un abanico temático e ideológico que refleje todas las corrientes. Una prensa en crisis no hace pedago-

gía social; maleduca. En ella caben la especulación, el sensacionismo, los hechos mal contados, las fuentes interesadas, los estigmas, la discriminación, el regionalismo. La prensa crítica asume su rol social e intenta cumplirlo en cada titular, texto, palabra, noticia y opinión. La prensa en crisis no asume su rol social y bloquea el desarrollo nacional y el pensamiento colectivo.

Ambas tienen el derecho a exigir cuentas a los gobernantes y a los asambleístas, pero también deben rendir cuentas a sus audiencias.

La opción es quién hace periodismo desde la gente común para la gente común y quién hace periodismo desde el poder para el poder. La alternativa es entender que la Asamblea representa una nueva tendencia política y social, nuevas demandas, nuevas urgencias y nuevas necesidades de información.

Los ciudadanos sabrán elegir a quién creer y a quién ignorar.

## Bibliografía

Abad Faciolince, Héctor y otros

2004 artículo en *Poder y medio*, Aguilar, Bogotá.

de Fontcuberta, Mar

1993 *La noticia, pistas para percibir el mundo*, Paidós, Barcelona/Buenos Aires.

Gil Calvo, Enrique y otros

2002 ensayo en *Repensar la prensa*, Debate, Madrid.

Kapuscinski, Ryszard

2002 *Los cínicos no sirven para este oficio*, Anagrama, Barcelona.

Martini, Stella

2000 *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Norma, Bogotá.

McCombs, Maxwell

2006 *Estableciendo la agenda*, Paidós, Barcelona.

Randall, David

1999 *El periodista universal*, Siglo XXI Editores, Madrid.

Savater, Fernando

2003 *El valor de elegir*, Ariel, Barcelona.

# EL PREDOMINIO DE FIGURAS POLÍTICAS MASCULINAS EN LAS AGENDAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Apuntes para una interacción equitativa entre actoras/es políticas/os, periodistas y asesoras/es de prensa

*Por Mariana Velasco T.<sup>1</sup>*

Tres sectores tienen interés en el negocio de los medios de comunicación: el gobierno, el sector privado y la sociedad civil. A pesar de que cada uno de ellos tiene intereses diferentes, siempre existe una superposición, especialmente entre los intereses de los medios gubernamentales y los del sector privado.

La propiedad de los medios de comunicación ha experimentado un vuelco radical durante la última década. La expansión global de las economías, los avances tecnológicos y el surgimiento de acuerdos globales y regionales sobre comercio multilateral, han llevado a la concentración de la propiedad de los medios a lo largo del mundo. El contenido de los medios y los sistemas de distribución están en manos de unas pocas corporaciones. Como resultado, la gente común, el ciudadano de a pie -entiéndase también las mujeres- encuentra dificultades para acceder a los medios y presentar voces independientes y visiones alternativas de un futuro económico, político y social.

---

1 Periodista profesional. Directora Nacional de Noticias del Sistema Radial Colón, desde 2004. Docente universitaria en Ecuador, República Dominicana y Honduras. Ex Secretaria Nacional de Comunicación de Estado y ex Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad Internacional SEK.

En el mundo globalizado de hoy, las tecnologías de medios, información y comunicación juegan un papel decisivo en la configuración de agendas; es más, constituyen parte de éstas. Estar en los medios es tener un lugar en el mundo; por lo tanto, dejar a los medios fuera de la discusión significa “quedarse fuera de la jugada”.

La idea que ha existido y existirá sobre los medios de comunicación, es que éstos son todopoderosos y pueden encarrilar el pensamiento hacia un terreno determinado o hacer ver una realidad que le convenga a un gobierno, institución, etc. Es decir, que existe una “aguja hipodérmica” entre el medio y el consumidor.

Un artículo de apenas once páginas, publicado en la década del 70 con el título *The Agenda-Setting Functions of the Mass Media*, produjo una influencia tan poderosa en la investigación de las comunicaciones, que aun hoy los nombres de sus autores, Maxwell McCombs y Donald Shaw, son citados en las bibliografías de prácticamente todos los textos del área. Solo sobre *agenda-setting* se han escrito hasta la fecha más de doscientos artículos científicos.

Tradicionalmente, la teoría de la *agenda-setting* ha sido estudiada en términos de la función de vigilancia: la gente se entera de lo que está ocurriendo en el mundo a través de los medios de comunicación; se informa a través de ellos. Sin embargo, los nuevos avances en la teoría hablan sobre su relación con la función de consenso. Esto significa que los medios ayudan a la sociedad a llegar a acuerdos, porque hacen que la gente hable o se preocupe sobre los mismos temas. De ahí que la *agenda-setting* responde no solo a la función de vigilancia o información de la sociedad, sino, además, a la del consenso necesario en toda democracia.

Cohen, otro estudioso del periodismo teórico, ya advirtió en sus estudios que hay diferencias notables entre la conducta, la opinión y los sentimientos. Reafirmó la idea de que la agenda puede formar a la opinión pública. Tras muchos estudios llegó a la conclusión de que la agenda está latente en informativos, documentales y demás productos comunicacionales que se consumen de forma automática. (Gili, s/f)

Weaver, Graber, McCombs y Eyal (Eyal y otros, s/f) postulaban que los medios de comunicación -al dar o restar importancia a un tema; al cubrir más o menos extensamente una noticia- transmiten la relevancia y la jerarquización de los problemas que se perciben como importantes. A través de decenas de estudios, aquellas primeras sugerencias se fueron puliendo y entonces se pasó a hablar del “primer nivel de la *agenda-setting*”. Básicamente, se aclaraba que existía una transmisión de temas desde la agenda de los medios hacia la agenda pública; en otras palabras, que los medios no determinaban qué decir sobre una cosa sino sobre qué cosas hablar. En los últimos años, la teoría ha evolucionado drásticamente. Si bien es cierto que hay una transmisión de temas u objetos, éstos tienen numerosos atributos: aquellas características que completan el cuadro o la pintura que cada cosa tiene en nuestras mentes. Además, así como hay temas más relevantes, también hay atributos con mayor jerarquía.

Cuando los medios de comunicación describen un acontecimiento, dan más importancia a ciertos atributos que a otros o mencionan algunos con mayor frecuencia. Precisamente, en eso se basa el “segundo nivel de la *agenda-setting*”: en la transmisión de esos atributos con jerarquía, desde los medios de comunicación hacia la agenda pública. Las implicancias de este “segundo nivel” se revelan en la posibilidad de que los medios no solo determinen sobre qué pensar, sino también qué y cómo pensar sobre algo. Con la propuesta del “segundo nivel de la agenda”, se les atribuye a los medios de comunicación un enorme poder sobre las audiencias. A muchos, incluido el poder político o económico, les asusta la idea de que se haga un mal uso de este poder. Diría que esto tiene que ver con la ética. Ciertamente, los medios pueden ser poderosos y probablemente los periodistas, a veces, no se dan cuenta del poder que tienen y de la importancia ética de este hecho.

En el prólogo del libro *Communication and Democracy* McCombs escribió: “Entender el análisis de la teoría de la *agenda-setting* es necesario para entender el análisis de la democracia

contemporánea” (McCombs, 1996). Nos preguntamos cuál es la relación entre *agenda-setting* y democracia. Para entenderla debemos hablar de las funciones de las comunicaciones: consenso, vigilancia y transmisión de la herencia social (Bryant y Zillman, 1996).

En este contexto, las mujeres, sus problemas y puntos de vista son virtualmente invisibles para los medios de comunicación del mundo entero, pues solo 10 % de las noticias que se generan mundialmente tiene a mujeres como foco central, según el proyecto de monitoreo global de los medios en 2005. El monitoreo, que se realiza cada cinco años desde 1995, con el impulso de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana, establece también que la presencia de las mujeres es mínima, no solo como parte de la información generada sino en su papel de actrices de las noticias y en su labor de comunicadoras. La actividad periodística sigue dominada por el género masculino.

La mencionada organización, que busca configurar un mapa de la representación de mujeres y hombres en los medios informativos, monitoreó recientemente casi trece mil noticias de televisión, radio y periódicos en 76 países, para averiguar quién figura en las noticias. Los resultados, a 10 años del primer reporte, evidencian que la situación apenas ha cambiado, pues las mujeres fueron el foco central de las noticias en 21% de los casos, apenas 4% más que en el primer monitoreo. Pese al ligero avance, el informe considera que la diferencia frente a los hombres sigue siendo abismal, y es que hay cinco hombres por cada mujer que aparece en los informativos. Destaca, además, que los puntos de vista de las mujeres son raramente escuchados en los temas que dominan la agenda de los medios. En notas sobre política y gobierno solo 14% de los sujetos son mujeres; incluso en los temas que les afectan especialmente, como la violencia de género, las voces predominantes, con 64% del total, son masculinas. Por el contrario, en los casos en que las mujeres son el centro de la noticia, ellas aparecen en primer lugar como estrellas, famosas o miembros de la realeza (42%), o como gente común (33%). Persiste, también,

una baja representación de las mujeres como comunicadoras, ya que las noticias son presentadas principalmente por hombres. La disparidad también es evidente en las asignaciones de cobertura. En general, los hombres tienden a cubrir los temas “duros”, es decir, noticias que son percibidas como serias, y solo 32% de las notas sobre política y gobierno son protagonizadas por mujeres, quienes, en contraste, tienen 40% de las notas sobre temas sociales, tales como educación o relaciones familiares.

La feminización de la profesión, específicamente en el área del periodismo y de la comunicación social, no ha contribuido a incluir temas como la discusión sobre el total disfrute de los derechos sexuales y reproductivos, los derechos políticos y los económicos, en la agenda informativa. Cuando las mujeres plantean temas de su interés son silenciadas. “Las realidades económicas, políticas y sociales de las mujeres son ignoradas en los medios que utilizan el espacio radioeléctrico, un espacio que pertenece a ecuatorianas y ecuatorianos”, afirmaba un colectivo de mujeres. ¿Dónde aparecen, en la agenda informativa de los medios, temas relacionados con la realidad y la problemática de las mujeres indígenas, negras, campesinas, trabajadoras, estudiantes y obreras?

Más de 60% de la matrícula de las escuelas de comunicación social está constituido por mujeres, pero aún no se inicia el debate para reformular el currículo con la perspectiva de género y discutir sobre las oportunidades y condiciones del empleo femenino en esta área.

En julio de 2007, durante el Seminario Medios de Comunicación y Perspectiva de Género, celebrado en Guatemala, se precisó ejes analíticos que vale la pena recoger:

1. No se ha promovido suficientemente la noción del derecho a la comunicación como un derecho humano y como base del ejercicio de la ciudadanía de las mujeres.
2. Los medios de comunicación conforman identidades y son instituciones de socialización cada vez más relevantes en la sociedad globalizada. Sin embargo, numerosos estudios

han demostrado que no han modificado su discurso sexista; continúan promoviendo imágenes discriminatorias de las mujeres y fortaleciendo en las sociedades la desigualdad entre mujeres y hombres en las sociedades.

3. Las tecnologías de la comunicación y la información deben ser herramientas para la democratización y el empoderamiento de las mujeres, en lugar de convertirse en reproductoras de la jerarquía de género.

A partir de estos tres ejes, las participantes elaboraron el siguiente diagnóstico de situación, que no es ajeno a la realidad de nuestro país y, por ende, a nuestras salas de redacción.

Persisten nudos en la producción de la información con perspectiva de género y en el ejercicio del derecho a la comunicación de las mujeres, lo cual se traduce en las siguientes dificultades:

- Falta de voluntad política, en medios de comunicación e instituciones, para implementar la perspectiva de género en la comunicación.
- Omisión de una formación en perspectiva de género, de las comunicadoras y los comunicadores.
- Ausencia de las comunicadoras y periodistas, de los puestos de decisión de los medios de comunicación, tanto convencionales como alternativos.
- Persistencia de una imagen estereotipada de las mujeres en los mensajes mediáticos y representación de las mujeres como un todo homogéneo.
- Consideración de las mujeres como receptoras pasivas.
- No incorporación de la agenda feminista en la agenda mediática y falta de diversificación de las fuentes.
- Desencuentro o ausencia de comunicación entre los medios convencionales y los alternativos, siendo privilegiados los primeros, que no contemplan a los segundos como fuentes.

- La producción intelectual de las mujeres y sus acciones políticas no encuentran canales de difusión y suelen utilizarse estilos discursivos poco adaptados a los medios (*marketing social*).

Ante este panorama, y acogiéndome al tema propuesto (apuntes para una interacción equitativa entre actoras/es políticas/os, periodistas y asesoras/es de prensa), planteo algunas sugerencias o estrategias que deberían ser socializadas:

- Diversificar el uso de canales de difusión, no limitándose a los medios convencionales y aprovechando las oportunidades que proporcionan las tecnologías, sin abandonar medios como las radios comunitarias, muy importantes en los países en desarrollo debido a la elevada población rural y la fuerte presencia de pueblos indígenas.
- Elaborar imágenes de las mujeres, que muestren toda su diversidad.
- Impulsar la formación en comunicación y género, en distintos espacios y a distintos niveles de asignaturas específicas y obligatorias en las escuelas de periodismo y facultades de comunicación, así como realizar talleres de capacitación para profesionales en ejercicio, seminarios y jornadas de educación crítica y comunicación externa para el movimiento asociativo, etc. (Insisto en la necesidad de esto, por alguna experiencia en el mundo académico.)
- Estimular la elaboración de estrategias de comunicación, tanto en las instituciones públicas como en organizaciones de mujeres, que permitan situar en la agenda mediática las necesidades e intereses de las mujeres.
- Habilitar mecanismos de observación de los medios de comunicación desde las instituciones y con participación de la ciudadanía.
- Facilitar la comunicación entre los medios de difusión y el movimiento asociativo de mujeres, para favorecer alianzas

y la promoción, por parte del propio movimiento, del derecho a la comunicación.

- Promover leyes que garanticen un marco jurídico para luchar contra la discriminación de género en los medios y contra los estereotipos que persisten en la cultura, dado que las políticas públicas no han incorporado suficientemente los derechos de la comunicación de las mujeres y el uso democrático de los medios en sus programas y actuaciones.
- En vista de lo anterior, elaborar líneas estratégicas para modificar imaginarios culturales sexistas desde las instituciones de igualdad y sus mecanismos (planes de acción, medidas de acción positiva, etc., entre otros).

Tampoco podemos dejar de reconocer que el fenómeno más relevante de los últimos tiempos es la aparición del periodismo ciudadano. La creación de contenidos por los propios ciudadanos y ciudadanas a través de herramientas digitales como *blogs*, foros, *wikis* o los llamados medios hiperlocales, conocida como la revolución de los medios sociales, que le permiten al público participar y convertirse en creador, transformador y distribuidor del mensaje informativo, está cambiando para siempre a los medios y al periodismo. La comunicación es ahora una conversación. La era de la información instantánea gesta la época de la opinión en tiempo real. Probablemente éstos son nuevos escenarios, en los que hombres y mujeres asaltan la información y la opinión para, con seguridad, no dejarlas escapar nuevamente.

No tengo dudas al afirmar que un nuevo paradigma ha surgido: de muchos a muchos. La revolución del público, facilitada por las herramientas digitales, se subleva contra la mediación y el periodismo como autoridad y depositario del derecho a la información de los ciudadanos, sobre todo porque el periodista lleva tiempo más identificado con los poderes que con las audiencias.

Cuestionada por todos, la verdad del periodismo ya no se acepta como única ni objetiva. Walter Lippmann, teórico del periodismo objetivo, afirmaba que “noticia y verdad no son la misma cosa y deben ser claramente distinguidas. La función de la noticias es resaltar un acontecimiento, la función de la verdad es traer a la luz los hechos ocultos”. El periodismo es una disciplina de verificación, pero el público y los propios periodistas cuestionan su posibilidad de hacerlo. Jack Fuller, ex director del *Chicago Tribune*, ha definido la verdad práctica del periodismo como “la mejor que puede ser dicha rápidamente, pegada a los acontecimientos, concisa para su entendimiento rápido, reconocible para el público, trascendente solo en tanto no alcancemos más verdad”.

## Bibliografía

- Bettetini, Gianfranco y Armando Fumagalli  
2001 *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*, Ediciones La Crujía, Buenos Aires.
- Eyal, Graber, McCombs y Weaver  
s/f “Explorers and surveyors: expanding strategies for agenda-setting research”, *Journalism Quarterly*, No 69.
- Gili, Gustavo  
s/f *Sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones y efectos*, Barcelona.
- Gomez Mompart, Josep Lluís  
2001 “Periodismo de calidad para una sociedad global”, en *Pasajes*, No 7, Universidad de Valencia.
- McCombs, Maxwell y Donald Shaw  
1972 “The agenda setting functions of mass media”, *Public Opinion Quarterly*, Estados Unidos.
- McCombs, Maxwell  
1994 *The future agenda-setting research*, *Journal of Mass Communication Studies*, No. 45.
- McCombs, Maxwell  
1996 “Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo”, en J. Bryant y D. Zillman, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona.

McCombs, Maxwell

s/f “Influencing the pictures in our heads: two dimensions of agenda-setting”, en *Masu Komyunikeishon Kenkyu*, Journal of Mass Communications Studies, No. 45.

Rodríguez Díaz, R.

s/f *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

---

1999 *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los Medios*, Editorial Ariel, Barcelona.

### ***Páginas de Internet***

<http://www.uv.es/-afd/CEFD/1/Aznar.html>

<http://www.genderIt.org>

<http://www.wikimedia.org>

<http://www.escolar.net>

# LA POLÍTICA TELEVISIVA

entre nuevos electores, *ratings*  
y el fin del periodismo

*César Ricaurte*<sup>1</sup>

## Introducción

Agradezco a todas las instituciones organizadoras de este Seminario, por haberme invitado a este foro y permitirme compartir con todos ustedes algunas reflexiones que he elaborado a lo largo de mi trabajo periodístico, en especial durante estos últimos años, en los cuales me he especializado en el análisis de los medios de comunicación con especial énfasis en los discursos y quehaceres de la televisión ecuatoriana.

¿Por qué la televisión? Sencillamente porque es el medio de mayor penetración, el de más influencia y el que constituye la herramienta más potente de cohesión social y desarrollo de culturas nacionales. No solo ahora. Como en Ecuador se siguió el modelo de televisión estadounidense, quizás olvidamos o no recordamos que, después de la Segunda Guerra Mundial, todos los países en Europa establecieron cadenas públicas de televisión como la “punta de lanza” de la reconstrucción de la cultura, de la unidad nacional y, posteriormente, del proyecto europeo.

---

<sup>1</sup> Periodista y escritor ecuatoriano. Fundador y Director de la revista especializada *Traffic* y de la revista *El Timón*. Director de la organización periodística Fundamedios. Columnista del diario *El Universo*. Autor del libro de poesía *Plano y simple* y del ensayo *Historia del rock ecuatoriano*.

En Ecuador, las últimas estadísticas hablan de que existen aproximadamente tres millones de aparatos de televisión, lo cual nos da un promedio *per cápita* de un televisor por cada cuatro ecuatorianos o, lo que es lo mismo, nos indica que en cada hogar ecuatoriano hay una pequeña pantalla que hace de pantalla al mundo. Al mismo tiempo, la televisión se ha convertido en el principal escenario del debate político y en actor de primera línea en el debate.

Como el periodismo consiste, básicamente, en plantear preguntas que nos conduzcan al conocimiento de la verdad, debo partir de tres preguntas esenciales: ¿Qué tipo de escenario político ha construido la televisión ecuatoriana? ¿Acaso uno incluyente, democrático y enfocado en el desarrollo? Como actor, ¿qué papel cumple?

Se trata de cuestiones muy complejas y dudo que podamos encontrar la respuesta en el limitado espacio que tengo para desarrollar mis ideas, así que solo esbozaré algunas líneas a manera de contestación.

La sociedad transparente y el papel de los medios: ¿Unificación o fragmentación?

Jaime Durán y Santiago Nieto plantean que el acceso generalizado a un medio como la televisión, “que da poco espacio a una decodificación individual de lo que comunica, porque transmite imágenes ‘que lo dicen todo’, lleva a la globalización de los valores y actitudes de los occidentales”. Por eso la televisión es uno de los ejes de lo que llaman la “democracia de masas”, que contraponen a la democracia de élites que predominó durante décadas (Durán y Nieto, 2006). Pese a lo novedoso del enfoque, los autores pueden quedarse cortos. La televisión actual no es del todo unificadora o globalizadora; por el contrario, cada día es más fragmentada y fragmentadora. Esa es la consecuencia de la multiplicación de estaciones de televisión, canales especializados, sistemas de cable, etc.

La profesora Stella Accorinti señala:

“Los mass media han contribuido a la disolución de los puntos de vista centrales, los grandes relatos<sup>1</sup>. Los medios de comunicación no han homologado a la sociedad, por el contrario, la televisión, los periódicos, la radio e Internet se han constituido en explosión de multitudes de diversas cosmovisiones del mundo. La lógica del mercado, en la que aún estamos inmersos, hace que todo, de alguna manera, se convierta en comunicación.

“El ideal de una sociedad transparente está quebrado para siempre por el ruido y la opacidad que generan millones de voces diferentes. Sin coordinación central, las imágenes se entrecruzan, contaminando todo discurso que se precie de transparente.

“Los mass media no garantizan la libertad, sólo proponen una experiencia de la libertad que oscila entre la pertenencia y el extrañamiento, entre lo que está y lo que no está, entre lo que somos y lo que podríamos ser, entre lo que soy y lo que es el otro”<sup>2</sup>.

La autora concluye que el “individualismo de la tardomodernidad no constituye punto de anclaje de la despolitización, sino de una nueva politización”.

Por su parte, Noam Chomsky nos propone en su célebre artículo *El control de los medios de comunicación*, que:

“El papel de los medios de comunicación en la política contemporánea nos obliga a preguntar por el tipo de mundo y de sociedad en los que queremos vivir, y qué modelo de democracia queremos para esta sociedad. Permítaseme empezar contraponiendo dos conceptos distintos de democracia. Uno es el que nos lleva a afirmar que en una sociedad democrática, por un lado, la gente tiene a su alcance los recursos para participar de manera significativa en la gestión de sus asuntos particulares, y, por otro, los medios de información son libres e imparciales. Si se busca la palabra democracia en el diccionario se encuentra una definición bastante parecida a lo que acabo de formular.

“Una idea alternativa de democracia es la de que no debe permitirse que la gente se haga cargo de sus propios asuntos, a la vez que los medios de información deben estar fuerte y rígidamente controlados. Quizás esto suene como una concepción anticuada de democracia, pero es importante entender que, en todo caso, es la idea predominante”.

### La política mediática y los encuadres en las coberturas políticas: Melodrama y conflicto

Tratemos de aterrizar las ideas anteriores con un ejemplo inmediato:

En la Asamblea Constituyente muchos hablan de que se está inaugurando una nueva forma de hacer política. Pero la nueva política no surge de los mismos hombres antiguos, aunque así como muchos jóvenes se comportan de forma distinta otros simplemente son aspirantes a viejos.

Si eso acontece en la política, las coberturas televisivas revelan algo muy parecido. Los reporteros con mayor experiencia tienen ya un formato, un enfoque, un encuadre para las coberturas: van a buscar el conflicto, la bronca y eso es lo que destacan en sus reportes. Había que ver la casi totalidad de notas desde Ciudad Alfaro en la noche del jueves: las imágenes de Rafael Estévez gritando desde su curul; las de Gilmar Gutiérrez protestando por no haber obtenido la Primera Vicepresidencia; y, los golpes en la mesa de Álvaro Noboa (antes de ser descalificado como Asambleísta, claro). Muchos reporteros van a la Asamblea como van al Congreso: ¿Qué pasó?, se preguntan unos a otros, y con “noticias” tales como la de que fulanito insultó a menganito construyen la nota que veremos por la noche.

Con el fin de entenderlo de mejor manera, detengámonos un momento para hablar de los *frames* o los “encuadres informativos”. El “encuadre” o el *frame* de la noticia genera formas diferentes de ver la realidad, así como de constituirla, y se sitúa al margen de los postulados objetivistas afirmando la pluralidad de

puntos de vista y la creación de la realidad que genera la información. Los elementos que determinan los *frames* de los medios de comunicación son su organización y las actitudes profesionales de los periodistas que trabajan en ellos.

La mirada a través de los medios lleva a considerar la noticia como un modo de conocimiento. Al perfilar significados de la realidad, la noticia y sus *frames* ofrecen visiones del mundo que el público asume de algún modo, consciente o no.

Uno de los más prestigiosos investigadores de los medios, Gaye Tuchman, afirma: “A través de las actitudes profesionales del periodista y de los encuadres de la organización y su influencia en el periodista (mediante un proceso de socialización) se generaría, en última instancia, el producto informativo”<sup>3</sup>; es decir las noticias, los reportajes que diariamente llegan a nuestras casas.

Los *frames* o “marcos de la información” son patrones rutinarios de trabajo. Cuando, por ejemplo, un reportero va a cubrir un accidente de tránsito, nos lo suele contar desde el “lado humano”, con las lágrimas de los entrevistados de por medio, buscando llegar a la parte emocional del televidente. No se plantea hacerlo de otra forma; simplemente es parte de la rutina. En cambio, si al mismo reportero se lo asigna al Congreso, buscará casi por instinto el conflicto, la pelea y la bronca. Estos son los “marcos” a través de los cuales se nos muestra la realidad. Veamos algunos de ellos:

1. Encuadre de conflicto: Prioriza la disputa entre dos posiciones.
2. Encuadre de Responsabilidad: Busca identificar a los culpables.
3. Encuadre de interés humano: Prioriza el enfoque subjetivo de los actores de los conflictos; victimiza.
4. Encuadre de moralidad: Busca juzgar o calificar éticamente los conflictos o las acciones de las partes.
5. Encuadre de consecuencias económicas y sociales: Enfatiza el impacto de los conflictos.

## Los actores políticos mediáticos y los actores políticos reales

La televisión actual es un taburete imposible, con una de sus patas (entretenimiento) desproporcionadamente más grande que las otras dos (educación e información). Y no solo eso: la dimensión de entretener se ha tomado las lógicas de forma tal, que cualquier intento de informar y/o educar también pasa por el tamiz del espectáculo.

Es complicado precisarlo, pero al parecer hay un público heterogéneo y mayoritario que consume la sobredosis de telenovelas, *talk shows*, programas de concursos y espacios faranduleros que se emiten durante las tardes. Descifrar a los públicos podría ser muy enriquecedor. No hay que olvidar que la televisión es un hecho en el que intervienen dos partes: de un lado están los productores; del otro, el público. Este último no es un baúl vacío, en el cual la televisión deposita imágenes sin más ni más. Por el contrario, el televidente selecciona e interpreta lo que ve de acuerdo a sus propias circunstancias, educación, valores, etc.

Hay dos formas de abordar la relación entre medios de comunicación y ciudadanos. Desde la primera se les concibe a los medios cumpliendo el papel de mediadores o, incluso, estableciendo mediaciones entre algo que llamamos realidad y otro algo que llamamos ciudadanos. Según esta concepción, el análisis se centra en la calidad de la mediación y en los aportes reales de los medios a la apertura, transparencia y pluralidad dentro de una sociedad determinada (Barbero, 2002).

La segunda forma de abordaje está en consonancia con las teorías sobre la sociedad de la información, las redes y la política fragmentada de la postmodernidad. Según esta visión, se establece que los medios son la “sangre” (por lo tanto, un elemento vital) en la conformación de las nuevas sociedades en redes (Castells, 1996) o de Telépolis, como la llama el español Javier Echeverría (Echeverría, 1994).

Las descripciones de Echeverría son especialmente sugerentes: “Los medios de comunicación, y en particular la televisión, constituyen parte de la infraestructura de Telépolis, conjun-

tamente con otras tecnologías de teleconexión. Telépolis existe en la medida en que los ciudadanos se interrelacionan a distancia, bien sea directa o indirectamente. En su manifestación actual, la mayoría de los ciudadanos (los telepolititas) tienen una participación puramente pasiva en la vida social: son espectadores. Sin embargo, también se van desarrollando otras formas de vida telepolitana (por ejemplo, el correo electrónico) que posibilitan su participación activa y su organización en grupos de libre elección” (Echeverría, 1994:4 y 5).

Según estas posiciones, los medios de comunicación ya no median entre una realidad y la sociedad. Son, al mismo tiempo, la sociedad y la realidad. Lo que antes se conocía como mediaciones pasa a ser la realidad mediática; es decir, aquello que los medios establecen que existe o no. Lo interesante de esta idea es que la relación entre medio y comunidad se convierte en algo muy parecido a la relación que puede establecer un peatón con la calle por la que transita, o a la de un paseante con la plaza pública adonde va a tomar el sol: los medios de comunicación pasan a ser espacios de circulación, confluencia y encuentro.

A pesar de lo interesante de esta visión, a todas luces sufre de un cierto optimismo futuroológico. Y es que las calles no dejan de tener baches o no están asfaltadas; muchas sufren de problemas de construcción y, a veces, los contratistas tienen glosas por corrupción. Pero lo más importante y decisivo es que la mayor parte de esas calles y plazas están privatizadas. Las ilusiones para otro rato: el habitante pionero de la mítica Telépolis está lejos de establecer una relación idílica o, por lo menos, fluida con los medios.

### Cómo se construyen las realidades mediáticas

Tal como están las cosas, los medios siguen cumpliendo el viejo papel de mediadores entre los hechos y los ciudadanos, aunque la tentación de construir realidades mediáticas esté siempre al acecho.

Durante los últimos años, el país ha estado bajo una gran agitación social. Recordemos los paros provinciales, las pedradas en las calles de las ciudades, el caos en ciudades medianas como Chone. Si se veían los noticieros de televisión se tenía la sensación de que la situación estaba por desbordarse, porque cada semana se anunciaban paros de los médicos, de las provincias orientales, de los transportadores urbanos, etc. ¿Es así o muchas veces se trata de un intercambio de consignas entre los reporteros y los grupos involucrados en la conflictividad? Porque la cosa funciona más o menos de esta manera: un sector lanza sus exigencias; los reporteros van a cubrir el hecho, concluyendo invariablemente con la pregunta de si van a tomar medidas de hecho, y cuándo las tomarían en caso de no ser atendidos. La pregunta es la primera parte de una consigna, que sirve para que el vocero de la protesta la complete, anunciando que dan 48 horas al gobierno y que, si no acepta, bloquearán las carreteras o algo similar. El círculo se cierra por la noche, cuando en los noticieros aparece que X anuncia un paro para las siguientes 48 horas.

¿Qué es cierto y qué es falso? En el sistema en el que evolucionamos, si todos los medios de comunicación afirman que algo es cierto, entonces ¡es cierto! Si la prensa, la radio o la televisión dicen que algo es verdad, pues es verdad, aunque sea falso. Evidentemente, los conceptos de verdad y mentira han variado. Y lo han hecho respondiendo a una lógica: la televisión, más que nada es un espectáculo, y las agendas periodísticas cada vez están más cruzadas por la lógica del *show*. El francés Ignacio Ramonet, Director de *Le Monde Diplomatique* y activista, dice al respecto: “El telediario no está hecho para informar, sino para distraer. Está estructurado como una película, es una película al estilo de Hollywood. Empieza de una cierta manera, y acaba con un final feliz. No se puede poner el final al principio, mientras que en un periódico se puede empezar por el final. Al finalizar el telediario, casi todo el mundo se ha olvidado de lo que ha pasado al principio. Y siempre acaba con risas y piruetas.” Añade que, actualmente, “la información no tiene valor en sí misma por lo que se refiere, por ejemplo,

a la verdad o a su eficacia cívica. La información es, ante todo, una mercancía y, en tanto que tal, está sometida a las leyes del mercado, de la oferta y la demanda, y no a otras leyes como, por ejemplo, los criterios cívicos o éticos” (Ramonet, 1999).

### Cómo me relaciono yo con los medios o la dictadura de los *ratings*

Sin embargo, toda cara tiene su cruz. No se puede achacar de todos los males a la televisión. No es una cuestión de moral o de mala fe; es cuestión de saber cómo funciona. “No se puede decir que la televisión informa mal y ella es la culpable. Ciertamente que es responsable, pero no tiene toda la culpa, porque nadie puede afirmar que, al llegar a casa, con solo tumbarse en el sofá con un vaso de naranjada en la mano, vaya a entender todo lo que pasa en el mundo. Lo que pasa en el mundo es muy complicado. Es un poco como si alguien pretendiese aprender japonés en un fin de semana y sin esfuerzo; se estaría mintiendo. La persona que se dice a sí misma que va a informarse mirando un noticiero de televisión, se está mintiendo porque no se da cuenta de que está haciendo una apuesta con su propia pereza” (Ramonet, 1999).

Tampoco se les puede dar la razón a los empresarios y productores de televisión que sostienen que ellos dan a la audiencia lo que ésta quiere ver, mientras sostienen los *ratings* en las manos. La medición de audiencias vía *ratings* no arroja resultados objetivos para saber qué programas son aceptados y cuáles no. “En el mejor de los casos, habría que diferenciar entre los programas más vistos y/o escuchados y los programas más aceptados, y tener en cuenta que los *ratings* son aproximaciones realizadas a través del método de ensayo y error, circunstancia que -a diferencia de lo que sucede en los demás productos comerciales, con los que se puede saber certeramente su grado de aceptación en el mercado- obliga a ejercicios, mayores o menores, de interpretación” (Villanueva, 2000).

En definitiva, los métodos aplicados para conocer a las audiencias son los que aportan la estadística y el mercadeo. Se trata de herramientas válidas, en la medida en que sus datos sean considerados como una tendencia y no como una verdad absoluta. Los *ratings* tienen una validez relativa; nos dan alguna idea cuantitativa pero no necesariamente cualitativa. De lo contrario, si asumimos lo cuantitativo como una totalidad, fácilmente caeremos en la trampa del “hay que darle al público lo que pide”, sin abrir sus posibilidades de elección. Las estadísticas e investigaciones de mercado son fuentes de información que deben ser confrontadas con otras fuentes: el contacto diario con la comunidad en los buses, plazas, mercados, centros comerciales, escuelas, colegios, universidades, cárceles, orfanatos, asilos, barrios, estadios y centros culturales. No todos los procesos humanos son mesurables, cuantificables; es más, creemos que la gran mayoría de los fenómenos de la sociedad y sus individuos no se somete fácilmente a la clasificación y al ordenamiento estadístico.

Por eso, antes que tratar a la gente como un número en el *rating*, se debe considerar a las audiencias como conglomerados de individuos pensantes, sensibles, inteligentes, que viven en un contexto real. Al mismo tiempo es necesario considerar que los comunicadores somos parte de ese conglomerado que comparte las mismas vivencias, necesidades, expectativas y valores.

### Conclusión: ¿Asamblea igual a Congreso?

Fausto Yépez, reportero de Teleamazonas, cerró la última semana informativa del año 2007 con una sentencia que resumió la actitud de gran parte de los reporteros que van a Montecristi: “La Asamblea es igual que el Congreso”. El reporte de Fausto Yépez sustentaba la sentencia: mostró gritos, golpes en la curul de Álvaro Noboa, conflicto, desorden, relajo, tal como sucedió en el Congreso. El detalle es que no fue eso lo que sucedió ese día, en el que se aprobó la Ley de Equidad Tributaria. Para ser exacto, se trató apenas de un conato de incidente que no duró nada en el

marco de un debate que se extendió durante horas. Como estuve siguiendo personalmente las transmisiones de TV Ecuador, pude ver todo el debate que nunca se mostró en televisión. No se señaló, por ejemplo, que Pablo Lucio Paredes, Asambleísta que no puede ser acusado de simpatizante del Gobierno, fue quien motionó que, para agilizar el trámite, se aprobara la mencionada Ley en paquete y no artículo por artículo. No se mostró que durante el debate hubo exposiciones interesantes, con argumentos sólidos y lejos del tono retórico y gritón que predominó en la política ecuatoriana.

En todos los sectores políticos hay gente joven que están aportando con otras visiones. Decir que la Asamblea es como el Congreso (vetusto y desprestigiado), ¿es justo para con esa gente joven?, ¿es justo para con el país? ¿Es la Asamblea la que se parece al Congreso o, más bien, es la televisión la que está cubriendo la Asamblea como si fuera un Congreso?

## Notas

- 1 Revisar el artículo *The postmodern condition* de Jean-François Lyotard, University of Minnesota Press, 1984.
- 2 Tomado de *La escuela y los mass media* en [www.gobernabilidad.cl](http://www.gobernabilidad.cl)
- 3 Revisar *Making the News*, New York: Free Press, 1978.

## Bibliografía

- Barbero, Jesús Martín  
2002 *De los medios a las mediaciones*, Convenio Andrés Bello.
- Castells, Manuel  
1996 *La Era de la Información: 1. La Sociedad Red*, Alianza.
- Durán Barba, Jaime y Santiago Nieto  
2006 *Mujer, sexualidad, internet y política. Los nuevos electores latinoamericanos*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México.
- Echeverría, Javier  
1994 *Telépolis*, Ediciones Destino, Colección Ensayo, No 17, Barcelona.
- Ramonet, Ignacio  
1999 *El periodismo del nuevo siglo*, La Factoría No 8. ([www.lafactoria-web.com](http://www.lafactoria-web.com))

Villanueva, Ernesto

2000 *Reglas para una calidad de vida mediática*, Sala de prensa, No 21,  
Vol. 2. ([www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org))

***Páginas de Internet***

<http://www.voltairenet.org>

# TESTIMONIO DE MI EXPERIENCIA COMO MUJER, INDÍGENA Y POLÍTICA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN<sup>1</sup>

*Por Cecilia Velasque<sup>2</sup>*

La dificultad de abrirse paso en una sociedad machista

El tema del predominio de las figuras políticas masculinas en las agendas de los medios de comunicación es complejo, porque vivimos en una sociedad machista. Por tal razón, quienes hacemos parte de ella somos igualmente sujetos machistas, que reproducimos las malas prácticas pensando que se trata de cuestiones biológicas mas no culturales. En todos los espacios, decimos lo que se quiere escuchar y hacemos lo que se espera de nosotros, lo común y corriente, resistiéndonos al cambio y a lo diferente. Dejamos de reconocer que todos somos iguales a la vez que somos diferentes, no solo en tanto mujeres y hombres, sino también en términos étnicos, sociales y económicos.

Sin embargo, no debemos olvidar que todos somos seres humanos, con derechos y obligaciones, que podemos elegir y ser elegidos, tal como lo señala uno de los derechos ciudadanos consagrados en la Constitución Política del Ecuador.

Las luchas de las mujeres en el mundo han sido, fundamentalmente, para combatir las inequidades. La exigencia de igual remuneración por el mismo o quizás mayor trabajo que las

---

1 El presente texto ha sido elaborado con el apoyo del Centro para el Desarrollo y la Investigación de los Movimientos Sociales del Ecuador (CEDIME).

2 Vicepresidenta del Gobierno Provincial de Cotopaxi.

mujeres realizaban, en comparación con el de los hombres, fue una de sus primeras banderas de lucha. El derecho de las mujeres a la educación formal y al sufragio fueron otras luchas importantes que se desarrollaron posteriormente.

Estamos en pleno siglo XXI y, a pesar de haber recorrido décadas y décadas de reivindicaciones, resulta increíble que sigamos hablando de las inequidades entre hombres y mujeres. Las visiones de las culturas masculinas continúan sosteniendo que las mujeres somos mejores cuando somos buenas esposas, madres o amantes; cuando estamos en la casa, cuando no salimos a fiestas y nuestros hijos tienen buenas notas en la escuela, el colegio o la universidad. Si ellos fallan, es culpa de la mujer. ¿No es insólito?

Los medios de comunicación, de los que se dice son el cuarto poder —aunque yo creo que son el primero porque difunden las noticias, dan las primicias, inciden en la población y podrían (deberían, en realidad) ayudar a que esté verdaderamente informada, se eduque y juegue un importante papel ciudadano—, han prestado poca atención a las luchas diarias de las mujeres a favor del cambio. Y ello, a pesar de que en la actualidad existen muchas mujeres profesionales. Los medios no han jugado ninguna función orientadora en torno a la presencia de las mujeres en la vida político-electoral de nuestro país, en la cual participamos a pesar de que ello provoque más de un dolor de cabeza a los hombres de los partidos y movimientos políticos, tanto en el día a día de la actividad política como en la definición de aspectos reglamentarios y estatutarios que aseguren nuestro derecho a la participación política. Ni qué decir de los “problemas” que ha causado la aplicación de la cuota electoral en la conformación de las listas para procesos electorales generales.

Todo esto me parece comprensible, porque los dueños de la mayoría de medios de comunicación son hombres; los directores, los gerentes, los administradores son hombres. De manera que la sociedad está acostumbrada a escuchar y leer pensamientos masculinos. Parecería que esta realidad se está modificando paulatinamente, ya que ahora se ve a más mujeres participando en los

medios de comunicación, aunque mayoritariamente lo hacen en calidad de reporteras o presentadoras de noticias.

### ¿Quién soy yo?

Soy una mujer indígena de la nacionalidad kichwa, pueblo Panzaleo de la Provincia de Cotopaxi. Vengo de una comunidad llamada San Ignacio, localizada en la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga. Pertenezco a la organización histórica Unión de Organizaciones Campesinas del Norte de Cotopaxi (UNOCANC), filial del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi (MICC), y, por ende, a la Confederación de los Pueblos de Nacionalidad Kichwa del Ecuador (ECUARUNARI) y a la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE).

Estoy casada y tengo dos hijos varones: Paúl Alejandro, de 15 años, y Samayki José, de casi dos.

Vengo de una familia muy humilde y pobre. Sin embargo, quiero resaltar que tuve una infancia feliz al lado mis padres. Soy la segunda hija de los cinco hermanos vivos, puesto que seis han muerto. A mi hermana y a mí, a pesar de ser mujeres, mis padres nos educaron. Estudiamos la primaria en una escuela central de la parroquia y eso nos costó tener que viajar a diario entre dos y tres horas; igual tiempo debíamos dedicar para ir y venir del colegio.

Trabajé como reportera de la UNOCANC, posteriormente formé parte de un grupo de mujeres y luego fui Secretaria General de la UNOCANC, en medio de diez varones dirigentes.

Llegué a ser promotora provincial de alfabetización, profesora del Colegio Técnico El Chaquiñán y, cuando se institucionalizó la Educación Intercultural Bilingüe, pasé a ser funcionaria de la misma durante más de 11 años. Mientras trabajaba y tenía dinero continuaba estudiando en la universidad y me gradué de Licenciada en Ciencias de la Educación y Cultura Andina. En 1998 formé parte del equipo asesor del Asambleísta por Cotopaxi, espacio que me permitió dar a conocer mis aspiraciones políticas pero no electorales.

En el año 2000 me presenté a un concurso nacional del Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador (PRODEPINE), financiado por el Banco Mundial, para ocupar la vacante de género; de entre varias aspirantes y expertas en el tema resulté seleccionada. Desde ahí traté de poner en práctica mis ideales; intenté implementar políticas de equidad en los pueblos y nacionalidades, pero en realidad las políticas del proyecto no estaban encaminadas o diseñadas para buscar estrategias integrales de formulación de la equidad de género, acordes a la realidad andina.

Tuve la oportunidad de hacer una especialización en la Universidad Andina Simón Bolívar, de seguir cursos extensivos de género en la FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) y de obtener una Maestría en Gerencia Educativa y Desarrollo Social. También asistí, en la Universidad Católica, a cursos sobre participación política de las mujeres organizados por el CEDIME (Centro para el Desarrollo y la Investigación de los Movimientos Sociales del Ecuador), experiencia que fue importante para conocer a otras actrices políticas de diferentes tendencias ideológicas, que, igual que yo, sufrían los mismos efectos de la sociedad machista.

En 2004 tuve la oportunidad de colaborar con la Secretaría Técnica del ex Ministerio de Bienestar Social. El mismo año hubo elecciones generales y encabezé la lista de candidatos a la Consejería de la Provincia de Cotopaxi, por el Movimiento Unidad Plurinacional Pachakutik–Nuevo País. Resulté electa y actualmente soy la Vicepresidenta del Gobierno Provincial de Cotopaxi<sup>1</sup>.

Es a partir de mi propia vivencia y experiencia, desarrollada durante la trayectoria que he descrito brevemente, que deseo compartir las ideas que señalo a continuación.

### Mi experiencia política con los medios de comunicación

Como ya indiqué, en el año 2004 fui candidata a Consejera Provincial de Cotopaxi. Fue entonces cuando inicié la relación con los medios de comunicación, en calidad de mujer política.

El Movimiento Pachakutik escoge mediante elecciones primarias a sus candidatos principales y suplentes, para lo cual se realizan, en presencia de las organizaciones, debates entre los aspirantes, de manera que los delegados vayan seleccionando a los candidatos de acuerdo al orden en que constarán en las listas. Ese fue el procedimiento que se utilizó con el fin de elegir a los candidatos para el proceso electoral de 2004.

A los medios de comunicación les llamó la atención que yo, una mujer indígena, estuviera lista para debatir con otros compañeros precandidatos y ganarme mi candidatura, en el Coliseo Mayor de Latacunga, frente al jurado calificador, comunicadores y más de tres mil personas. La sorpresa fue mayor cuando, por unanimidad, las 28 organizaciones de segundo grado de Cotopaxi decidieron que no era necesario que yo debatiera y, pasando por encima de sus propios compañeros precandidatos, resolvieron que yo fuera la primera en la lista de candidatos a la consejería de la provincia.

Mientras se desarrollaba el debate para elegir a los demás candidatos, yo saludaba con la mano a los integrantes de las organizaciones, ubicados en el graderío, cuando, de repente, “un montón” de periodistas me abordó y me empezó a preguntar qué contenía la carpeta que había entregado al jurado calificador<sup>2</sup>, qué funciones debían ejercer los consejeros, cómo iba yo a fiscalizar a un coideario y cómo me sentía por no haber tenido que debatir con mis compañeros. Respondí sin mentir y sin ofrecer absolutamente nada que no pudiera cumplir, resaltando que la fiscalización no hacía distinciones de ninguna naturaleza y que trabajaríamos en equipo, bajo los principios de Ama Killa, Ama Llulla y Ama Shua<sup>3</sup>. Agradecí la confianza de las organizaciones y destacué que el hecho de que no hubiera aparecido antes en la prensa, ante los micrófonos o en la radio no significaba que fuera una improvisada, puesto que desde que tuve uso de razón había participado en la lucha de los pueblos indígenas. Finalicé reiterando mi seguridad de ganar las elecciones.

Luego de las primarias en Pachakutik se inició la campaña electoral y, obviamente, las constantes entrevistas. El día de las inscripciones de las candidaturas en el Tribunal Provincial Electoral, las “estrellas” de la noticia fueron los caballeros, en especial los que estaban como candidatos a prefecto y alcalde. En todo caso, algunos medios de comunicación también me prestaron atención, aunque siempre después de a ellos.

Durante la campaña electoral, tuve siempre acceso a los medios de comunicación puesto que estaba ubicada en el primer casillero de la lista. Ello demandaba que me preparara mucho más, ya que debía debatir con políticos y periodistas que tenían muchos años de experiencia. Irónicamente, a pesar de la ventaja de estar como primera candidata, parecía que la gente consideraba como una desventaja el hecho de que yo fuera mujer, indígena además. Tengo la sensación de que quienes me entrevistaban creían que me acholaría ante el resto de políticos hombres, que no podría desenvolverme ante la prensa y que no estaba preparada académicamente. Afirmino esto último porque me preguntaban constantemente qué grado de escolaridad tenía y en qué universidad había estudiado. Siempre se supone que las mujeres indígenas no estamos lo suficientemente preparadas en términos académicos (por supuesto que en mi caso esto no era así) y que no tenemos experiencia política ni un discurso político... además, como nosotras no gritamos en la tarima ni repetimos lo que todos los políticos dicen...

En dos ocasiones, a propósito de unas entrevistas que me iban a hacer, me tuvieron esperando en el pasillo del medio de comunicación a pesar de que había llegado primera; observé cómo los otros candidatos hombres pasaban saludando con las personas del medio, dándose palmaditas y abrazos, y diciendo cosas tales como “qué fue hermano, tienes que echarme una mano”.

Al inicio de la campaña electoral tuve varias dificultades: no tenía recursos económicos, no disponía de un equipo de apoyo a tiempo completo ni tenía asesoramiento sobre cómo y qué decir en una tarima. Cuando me enfrentaba al micrófono, a la

grabadora, a las cámaras de video y de fotos de los periodistas me sudaban las manos y los pies, y hasta se me olvidaban los términos adecuados para decir lo que pensaba. Siempre llevaba las “pollas”, aquellos papelitos con algunos datos que sirven de guía, pero al momento de las entrevistas las dejaba de lado y me las arreglaba para decir espontáneamente lo que quería. Como el recelo se reflejaba en mi rostro, durante las primeras semanas de la campaña eran éstas las imágenes más que los medios reproducían. Sin embargo, la constancia, el tener una propuesta, el no mentir y el sentarme a debatir frente a frente con otros candidatos me permitió ir ganando espacio ante los medios de comunicación. Creo que, desde la visión de muchos de ellos, no existen figuras políticas cuando se trata de mujeres. No se dan cuenta de que las figuras políticas no son únicamente las que participan en elecciones. De hecho existen figuras políticas en las comunidades, en la cultura, en el desarrollo, en la administración, etc., y noto que los medios no las toman en cuenta, sobre todo en épocas electorales. Solo piensan en figuras masculinas: en ex diputados, en ex alcaldes, en ex prefectos e incluso se atreven a comparar a esas figuras con los nuevos sujetos políticos. Definitivamente, los medios no son sensibles a los cambios.

Durante el cierre de campaña, en el Cantón La Maná, mis compañeros me pidieron que hablara luego de la bienvenida, sin darse cuenta de que me correspondía hablar en el penúltimo lugar, justo antes del candidato a prefecto. Hablé poco (demasiado poco, según los comentarios de los candidatos hombres), aproximadamente tres minutos, pero bastó para que la prensa comentara en seguida que ese no era el lugar “de la señora candidata”.

Una vez electa y en ejercicio de mis funciones, debo reconocer que he podido visibilizarme y tener presencia en los medios de comunicación, ya sea mediante entrevistas pregrabadas o en vivo, que doy casi a diario, o a través de la mención y los comentarios que los comunicadores hacen en diversos programas. La coherencia política, la ausencia de compromisos políticos personales, las propuestas innovadoras y la apertura a la delibera-

ción en el Consejo Provincial me han servido para legitimar mi trabajo y ser tomada en cuenta por los medios de comunicación. Hoy por hoy ya no tengo miedo de los aparatos ni de los equipos de trabajo periodístico. Tengo miedo, más bien, de que los medios escriban o digan lo que yo no he querido decir, distorsionando mis declaraciones y, por consiguiente, mi ideología.

Finalmente la prensa local y provincial me conoce y se ha convertido en aliada mía y del Gobierno Provincial, pero eso no ha sido fácil.

## Conclusiones

Ahora que conozco algo más de política, puedo decir sin temor a equivocarme que, durante los eventos o cualquier tipo de acto público en el que estén presentes autoridades hombres y mujeres, los periodistas y los comunicadores centrarán toda la atención en los hombres. En lo que a mi caso respecta, el Prefecto de Cotopaxi siempre acapara la atención en todo evento político, social, cultural o de otra índole. Con frecuencia, los medios de comunicación creen que las actividades y el trabajo son resultado únicamente de los caballeros y que las mujeres estamos de adorno. Lamentablemente, si no incorporan en sus programaciones de noticias, en sus análisis y comentarios una visión de equidad entre hombres y mujeres, nosotras continuaremos pasando desapercibidas y seguiremos en segundo plano, por excelente que sea el trabajo hagamos. Querámoslo o no, la gran mayoría de acciones públicas se da a conocer a través de los diferentes medios, y si éstos no nos dan espacios, insisto en que continuaremos invisibilizadas.

Por otra parte, los comunicadores tienen que evitar al máximo decir cosas sin fundamento, ya sea porque se remiten solo a comentarios o porque sencillamente desconocen la realidad.

Para terminar, quisiera enfatizar que los medios de comunicación podrían y deberían convertirse en los mejores aliados de las mujeres, apoyándonos en la construcción de nuestro lideraz-

go, si dejaran de lado el machismo y tuvieran un poco más de visión de género. Recuerden, estimados comunicadores, que para las mujeres es duro incursionar en el mundo de la política, pero no imposible adecuarnos a todo su trajinar aunque eso implique tener que superar muchas barreras.

En lo que a mí atañe, continuaré siendo política a pesar de las adversidades y barreras que se me presenten. Superar los obstáculos nos ayuda a sobresalir y reconocer nuestros errores nos permite aprender; no nos asustemos de ellos ni los neguemos.

Los procesos políticos son apasionantes y mi compromiso es estar siempre de lado de las mujeres, pero de aquéllas que nos representen y defiendan nuestros derechos con valentía, eficiencia, eficacia y con la calidez de ser mujer.

Les invito a cumplir con persistencia los tres principios que nos orientan en el Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik: Ama Killa, Ama Llulla, Ama Shua.

## Notas

- 1 Cómo pude resultar electa Vicepresidenta del Gobierno Provincial de Cotopaxi de entre siete consejeros provinciales, siendo yo la única mujer, y otras experiencias, serán motivo de otro testimonio que planeo escribir.
- 2 Se trataba de un carpeta que contenía una propuesta escrita en kichwa y castellano, indicando las acciones que emprendería en el caso de resultar electa. Este es uno de los requisitos que el Movimiento Pachakutik en Cotopaxi pide que los precandidatos presenten.
- 3 No ser ocioso, no ser ladrón, no mentir.



# EL PREDOMINIO DE FIGURAS POLÍTICAS MASCULINAS EN LAS AGENDAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*Por Miguel Rivadeneira Vallejo<sup>1</sup>*

Parto de algunas premisas básicas en la formación del ser humano, sin las cuales no se puede avanzar hacia ningún lado. No habrá cambio del país ni de sus instituciones u organizaciones si, primero, no hay transformación en la conducta y el comportamiento de las personas, de todos los actores. Sobre esto, ¿qué estamos haciendo para cambiar?

Albert Einstein afirmaba que la peor locura de los seres humanos es tratar de conseguir resultados distintos si se sigue haciendo lo mismo. Es decir, con la mejor Constitución y las mejores leyes que puedan resultar en esta etapa histórica del Ecuador simplemente seguiremos en lo mismo, irrespetándolas y violándolas de manera continua.

En cuanto al papel de los medios de comunicación, de los periodistas y todos los relacionados con el campo de la comunicación, es vital actuar con rigurosidad y profesionalismo, sin la arrogancia que a veces se exhibe en nuestro campo, y seguir en la lucha por la búsqueda de la verdad. Dicho en otras palabras, cumplir con el décimo primer mandamiento que planteara hace tanto tiempo ese gran escritor checo, Milan Kundera, en su obra *La Inmortalidad*.

---

1 Director de Noticias de Ecuadoradio y articulista del Diario El Comercio.

La formación de los comunicadores tiene que ser, también, más rigurosa, en especial la autoformación, la autocrítica, la formación cultural, la actualización permanente y la lectura de libros, que no debe limitarse a los documentos que nos sirven para el trabajo periodístico diario. Preguntaría: ¿cuántos libros lee un comunicador al año? En términos generales, poquísimos.

Existen incluso corrientes que nos obligan a evolucionar en el trabajo periodístico; ya no a solo informar, orientar, opinar en los espacios específicos, sino también abrir al ciudadano amplias oportunidades en la práctica del nuevo periodismo del público y ser menos oficialistas en las coberturas noticiosas. El sociólogo Baumann, uno de los más leídos, habla de ser exégetas o intérpretes de realidades ciudadanas y de las comunidades, basados en los hechos, lo cual obliga a ser mucho más preparados. El mejor reportero del mundo de los últimos tiempos, el polaco Ryszard Kapuscinski, hizo de su vida periodística un recorrido por el mundo, contando sus vivencias y las historias reales de los actores de las comunidades. Así, recorrió los distintos continentes.

Frente a los desafíos actuales y en vista de que, como nunca antes, estamos en el “ojo de la tormenta”, se requiere ser mucho más rigurosos, tener una dosis de mayor cultura, una profundización del saber y una actitud mucho más humilde con el lector, el oyente o el televidente, como decía hace poco en esta capital el reconocido periodista, catedrático y jurista paraguayo, Benjamín Fernández. Aparece, entonces, la siguiente interrogante: si no estamos preparados para la primera fase, que es informar, ¿cómo podemos estarlo para interpretar las demandas ciudadanas? Ese es el gran desafío que tenemos por delante. Sin estos requisitos y el cumplimiento de estas premisas básicas no podremos ir a ningún lado.

Señalo otro hecho: hay que anteponer la información positiva, la información útil para la comunidad. La comunicación debe reflejar el desarrollo humano, ofrecer un mayor servicio al ciudadano, estar más cerca de los problemas sociales, desnudar sus vivencias antes que apegarse más a las fuentes oficiales. ¿Ustedes

han valorado, en cada nota, cuánto se refleja al ciudadano y, de manera especial, al pensamiento y a la acción de la mujer, y cuánto se recoge de las fuentes oficiales, cualesquiera que éstas sean? El predominio es evidente: mucho más lo segundo que lo primero, y esto lo tenemos que trastocar. No digo que nos debemos sustraer de las fuentes oficiales y de las realidades, en gran parte negativas, pero tampoco circunscribirnos solo ellas. Al no contrastar con las fuentes oficiales, simplemente se puede caer en la propaganda.

En cuanto al tema específico del predominio de las figuras políticas masculinas en las agendas de los medios de comunicación, quiero reconocer que esa es una realidad. Los hombres tienen mayor presencia que las mujeres. Admito el error en el que caemos diariamente, aunque existen muchos hechos que contrastan esta realidad. La mujer ha incursionado en muchos campos -no solo en el nuestro- con mucho éxito y credibilidad. Ejemplos sobran. Cuando el Premio Nobel de la Paz, Muhammad Yunus, emprendió con gran éxito y para ejemplo del microcrédito en el mundo, en 1976, el Banco de la Aldea en Bangladesh, 98% de las protagonistas del sistema fueron las mujeres, quienes generaban mayor confianza. Cito otro ejemplo, pero casa adentro: la directora general de mi empresa es mujer; la sección publicitaria está dirigida por una mujer; el equipo de ventas está integrado solo por mujeres. Durante mi proceso periodístico en Ecuadoradio han predominado las mujeres entre los reporteros, redactores y locutores. Al equipo lo integran seis mujeres y cuatro hombres, y hasta el año anterior era mayor la diferencia femenina. Es decir que, por lo menos en mi empresa, esta tradición de inequidad ha sido rota por méritos propios.

Pero si volvemos a la interacción equitativa entre los actores, efectivamente existe todavía un predominio de los hombres en las agendas periodísticas. Reconozco que la presencia de mujeres aún es inequitativa, pese a que hacemos participar periódicamente a mujeres en los diferentes programas noticiosos. Entre las participantes no llegamos a lo que debería ser una especie de

aplicación de lo que ocurre en el ámbito electoral, con la ley de cuotas, que ahora establece igual participación de la mujer y del hombre: 50/50. Empero, en los espacios de participación ciudadana tratamos de hacer equilibrada la consulta, por igual a mujeres y hombres. Esto pasa también por la convicción de brindar mayor servicio a las mujeres, pero desde una concepción equilibrada, mucho más cívica y menos corporativa. Kapuscinski decía que lo fundamental en la tarea del periodismo es estar entre la gente para reflejar sus vivencias, interpretarlas, compartirlas y difundirlas.

Tampoco es viable un futuro promisorio sin conocimiento. Estamos en la era del conocimiento, en la cual, si no nos mantenemos activos y actualizados, no iremos a ningún lado. Sostengo que seamos más rigurosos con mujeres y hombres, y que se erradique el facilismo. Einstein decía, cuando vislumbró al mundo, que nunca había visto al facilismo y a la felicidad como fines en sí mismos, y a esta base crítica la llamó “el ideal del cerdo”.