



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**ANÁLISIS DEL DISCURSO INFORMATIVO APLICADO POR
TELEAMAZONAS EN LA CONFRONTACIÓN QUE EL MEDIO
MANTIENE CON EL GOBIERNO DURANTE EL PERIODO
MAYO A JULIO DEL 2009.**

Tesis presentada previo a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social

Autor:

Landeta Albán Luis Edgar

Directora:

Lic. Msc. Lorena Álvarez

Asesor Técnico:

Lic. Franklin Falconí

Latacunga – Ecuador

Noviembre 2010

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**ANÁLISIS DEL DISCURSO INFORMATIVO APLICADO POR
TELEAMAZONAS EN LA CONFRONTACIÓN QUE EL MEDIO
MANTIENE CON EL GOBIERNO DURANTE EL PERIODO
MAYO A JULIO DEL 2009.**

Tesis presentada previo a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social

Autor:

Landeta Albán Luis Edgar

Directora:

Lic. Msc. Lorena Álvarez

Asesor Técnico:

Lic. Franklin Falconí

Latacunga – Ecuador

Noviembre 2010

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“ANÁLISIS DEL DISCURSO INFORMATIVO APLICADO POR TELEAMAZONAS EN LA CONFRONTACIÓN QUE EL MEDIO MANTIENE CON EL GOBIERNO DURANTE EL PERIODO MAYO A JULIO DEL 2009”**, son de exclusiva responsabilidad del autor.

.....
Luis Edgar Landeta Albán
C.I. 1704914785

AVAL DE LA DIRECTORA DE TESIS

En calidad de directora del trabajo de investigación sobre el tema:

“ANÁLISIS DEL DISCURSO INFORMATIVO APLICADO POR TELEAMAZONAS EN LA CONFRONTACIÓN QUE EL MEDIO MANTIENE CON EL GOBIERNO, DURANTE EL PERIODO MAYO A JULIO DEL 2009”, postulante de COMUNICACIÓN SOCIAL, considero que el presente Anteproyecto cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico – técnicos suficientes para ser sometido a evaluación del Tribunal de Evaluación de Anteproyecto que el Honorable Consejo Académico de la unidad académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio.

Latacunga, Noviembre 2009.

La Directora

Lic. Msc. Lorena Álvarez

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante: Landeta Albán Luis Edgar con el título de tesis: “**ANÁLISIS DEL DISCURSO INFORMATIVO APLICADO POR TELEAMAZONAS EN LA CONFRONTACIÓN QUE EL MEDIO MANTIENE CON EL GOBIERNO DURANTE EL PERIODO MAYO A JULIO DEL 2009**”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, noviembre 12, 2010.

Para constancia firman:

.....
Lic. José Cobo
PRESIDENTE

.....
Ing. Roberto Herrera
MIEMBRO

.....
Lic. Silvia Arcos
PROFESIONAL EXTERNO

.....
Lic. Franklin Falconí
OPOSITOR

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo investigativo a Dios quien me hiciera a su imagen y semejanza; a mi esposa, impulsora fundamental, apoyo y soporte para el inicio, desarrollo y culminación de mi carrera profesional; a mis padres, hermanos, familiares, amigos, juventud estudiantil y en especial a mis hijos, razón de ser y hacer de todas mis acciones y decisiones las cuales estimo y espero sean ejemplo a seguir para el logro de sus metas y objetivos trazados.

Consagro el presente trabajo a los esforzados servicios brindados, por las Autoridades de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Alma Mater de Cotopaxi en cuyas aulas esculpieron mi formación, a sus empleados administrativos, trabajadores y, de manera especial a sus docentes cultores de conocimientos para las nuevas generaciones estudiantiles; pero, con un inmenso reconocimiento a los señores profesores de la Carrera de Comunicación Social en las personas de la Sra. Lda. Lorena Álvarez, Profesora-Directora de Tesis, Sr. Ldo. Franklin Falconí y Sr. Ldo. Kléber Tamayo, quienes cultivaron en mí la verdadera vocación periodística con fundamentaciones teórico-prácticas, con ética con valores morales inquebrantables así como con un elevado grado de imparcialidad y demasiada dosis de ecuanimidad, fundamentos con los cuales junto a mi férrea formación personal y profesional, serán puestas en práctica y al servicio de nuestra sociedad.

RESUMEN

La presente investigación se la realizó para analizar la confrontación que los medios de comunicación del país, específicamente Teleamazonas con el Gobierno a partir de la posesión del Eco. Rafael Correa como Presidente y las cadenas sabatinas, lo cual ha llevado a roces constantes por alcanzar la prevalencia de verdad y poder, ésta investigación se la realizó en Quito en el período de Mayo a Julio de 2009.

Para determinar la conflictividad a las que han legado las partes se ha tenido que recurrir a las teorías comunicacionales existentes así como al estudio de la semiótica, semántica, retórica, psicología y sociología puesto que la confrontación es intrínseca a los ciudadanos que son los verdaderos mandantes del poder constituido.

Al hacer el análisis se encontró que existe una confrontación abierta entre los protagonistas de ésta investigación, al preguntarles a expertos señalaron que esto se debía a la prevalencia de alcanzar el poder mediante la verdad.

El complejo mundo comunicacional nos ha permitido como propuesta de éste estudio, formular un manual guía para evitar la confrontación proveniente de los diferentes discursos informativos emitidos por los actores en la diaria convivencia social, para lo cual se tuvo como metodología la elaboración de un sondeo de opinión, entrevistas no estructuradas a varios personajes conocedores de esta temática.

ABSTRACT:

This research was conducted to analyze the confrontation of the communication means in the country, specifically Teleamazonas and the current government since the possession of Econ. Rafael Correa as President and his weekly television and radio reports, which have led to a constant friction to achieve the prevalence of truth and power, this research was made in Quito city during the period from May to July 2009.

To determine the conflict that have left the parties we have had to rely on existing communication theories and the study of semiotics, semantics, rhetoric, psychology and sociology because the confrontation is intrinsic to the citizens who are the real constituents of constituted power.

In the analysis was found that there is an open confrontation between the protagonists of this research, asking to the experts, they noticed that this was due to the prevalence of achieving power through the truth.

The complex world of communication has allowed us as a proposal of this study, to develop a manual guidance to avoid confrontation from different informative speeches delivered by the actors in the daily social life, for which the methodology was to develop as a survey review, unstructured interviews to several people who know this topic.

ÍNDICE

AVAL DE LA DIRECTORA DE TESIS.....	
ÍNDICE	ix
Introducción	1
PLAN DE TESIS.....	4
ANÁLISIS DEL PROBLEMA	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
JUSTIFICACIÓN.....	10
OBJETIVOS	10
OBJETIVO GENERAL	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
METODOLOGÍA.....	11
VARIABLES.....	13
CAPÍTULO I.....	15
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
1.1 Antecedentes.....	15
1.2 Aspectos Fundamentales	17
1.3 Marco Teórico.....	19
1.3.1 Metodología para el estudio de la comunicación.....	22
1.3.2 Teorías de la Comunicación.....	23
1.3.2.1 Teoría y Modelo Laswell	23
1.3.2.2 Modelo de Bkaddock	24
1.3.2.3 Teoría Funcionalista.....	25
1.3.2.3.1 Surgimiento y desarrollo de las teorías de la comunicación de masas.-..	26
1.3.2.4 Teoría e investigación en la comunicación de masas	26
1.3.2.5 El funcionalismo, pretensión del poder.....	27
1.3.3 Comunicación profesional.....	28
1.3.3.1 La comunicación en público.....	34
1.3.4. El Discurso.....	35
1.3.4.1 Características del Discurso.....	37

1.3.4.2 La Producción del Discurso	38
1.3.4.3 El Discurso Informativo	40
1.3.4.4 La Comprensión y Sentido del Discurso	41
1.3.4.5 Lenguaje y Discurso.....	42
1.3.4.6 El Texto.....	44
1.3.4.7 El Contexto del Discurso	47
1.3.5 Medios de Comunicación Masivos	48
1.3.5.1 La Televisión	50
1.3.5.2 El Poder de la Televisión.....	52
1.3.6 El Conflicto.....	54
1.3.6.1 Causas de los conflictos	54
1.3.6.2 Clasificación de los conflictos.....	55
1.3.6.3 Los conflictos como una posibilidad para el cambio.	59
1.3.6.4 Medios de solución de conflictos.....	60
1.3.6.5 La Audiencia y la Mediación	63
1.4 Marco Conceptual.....	64
CAPÍTULO II.....	70
INVESTIGACIÓN.....	70
2.1 Introducción	70
2.1.1 Tratamiento periodístico.....	71
2.1.2 Derecho a la comunicación y libertad de expresión “Alfonso Espinoza”	73
2.1.3 Principios fundamentales para la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.....	76
2.1.4 Análisis comparativo	77
2.2 El conflicto entre Teleamazonas y el Presidente de la República.....	81
2.2.1 Diálogo cruzado.....	84
2.3 Análisis del conflicto	85
2.3.1 Criterios de prensa y periodistas.....	86
2.4 Otros problemas de confrontación.....	87
2.5 La opinión pública	90
2.5.1 Resultados de la encuesta opinión	91
2.5.2 Resultados de la entrevista.....	99

2.6 Los avances y dificultades en la elaboración de la Ley de Comunicación	112
2.7 Conclusiones del conflicto y sus implicaciones	114
CAPÍTULO III.....	116
PROPUESTA	116
MANUAL PARA EVITAR EL CONFLICTO	116
3.1 Soluciones para evitar confrontar con los medios de comunicación	117
3.2 Negociación y Mediación.....	118
3.3 Diseño de la Propuesta	121
3.3.1 Resolución de conflictos:	123
3.3.1.1 Actitudes de negociación: ganar–ganar	124
3.3.1.2 Tipos de negociadores.....	127
3.3.1.3 Estilos de negociación	128
3.3.1.4 Características de los negociadores	129
CAPITULO IV	133
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	133
BIBLIOGRAFÍA	138
ANEXOS.....	140

Introducción

En el contexto mundial el discurso informativo ha sufrido vertiginosos cambios en su tratamiento, como producto de las políticas implementadas por los gobiernos, dicha transformación de contenidos, también ha trascendido a los países latinos y, dentro de ellos, a los medios de comunicación del Ecuador. Las grandes Industrias o corporaciones de comunicación, han diseminado sus corresponsales en todos los países, a fin de mantener su hegemonía informativa mediática, lo cual ha conllevado, a que la información en general y en especial los sucesos informativos, se conviertan en una mercancía, la cual debe ser obtenida de cualquier forma y así poder tener la primicia, conquistar el rating y el control mediático comunicacional.

El discurso informativo en el ámbito Latinoamericano, no se ha quedado a la zaga, puesto que las agencias de las industrias comunicacionales mundiales, tienen sus nexos comerciales informativos en sociedad o corresponsalía con dichas empresas y por ende los contenidos y las formas de transmitirlos son en fondo similares, con articulaciones no muy significativas para las sociedades en donde emiten sus señales, no observando siempre las doctrinas políticas, económicas y sociales que cada gobierno impone en su mandato, por lo que en suma dichos cambios sociales conllevan a la confrontación entre los diversos estamentos de la sociedad.

La aplicación del discurso informativo como elemento de confrontación ideológica, tiene como principales actores a la comunidad, los medios de comunicación y los organismos de control como el Gobierno, el Estado, donde ésta confluencia de discursos tienen prevalencia de la verdad.

Al abordar el análisis del discurso, se puede mencionar que este es un tipo de conocimiento a partir del cual se examina, los textos o el habla. Este análisis al momento exige una perspectiva de estudio interdisciplinario de orden amplio como la lingüística clásica, la pragmática, la semiótica, la política, la antropología y la sociología, en la medida en que el método analítico textual está aproximado

propriadamente a extraer las relaciones existentes entre las estructuras de significación y el contexto social - político, o entre lo que se denomina significaciones o estructuras de significación y las realidades sociales, culturales y políticas.

Para el análisis del discurso, no se puede precisar con detenimiento sus principios teóricos, metodológicos y prácticos, tanto las teorías y los métodos empleados en el estudio de los textos o los discursos son en su mayoría adoptados y pertenecen a otras disciplinas distintas al análisis del discurso propriadamente, sin embargo este se diferencia de las disciplinas anteriormente nombradas de acuerdo a la disposición en que se presenta como un estudio combinado de las estructuras lingüísticas y sociales o más apropiadamente, una interpretación contextualizada del habla, así las relaciones y marcas encontradas en un discurso se sitúan como diversas dependiendo de su sentido y las reacciones que este genere.

“Los órganos de prensa, radio y televisión ejercen a través de sus contenidos y mensajes una influencia constante muy poderosa sobre la manera de pensar y actuar de todos los estratos de la sociedad. Partiendo del a-priori de que el lograr un cambio cualitativo en América Latina es algo impostergable, la teoría de la comunicación social postula, por lo tanto, que los medios de comunicación en este continente debieran cumplir una función social a favor de este cambio, sirviendo de vehículo a las nuevas ideas, valores y pautas de comportamiento de la sociedad que se pretende construir”. (Peter Schenkel, 2001)

En el Ecuador en los últimos años el discurso informativo ha sido guiado hacia los ámbitos económico, social, cultural y a raíz del nuevo gobierno se ha tornado más hacia el tema político, dado que el público tiene mucho interés por conocer lo que actualmente acontece en este ámbito, pues al ser la nueva orientación de gobierno hacia una revolución y cambio del manejo del Estado, a favor del pueblo, la gente necesita saber cómo se está dando dicho cambio, sin embargo las continuos comentarios de lo los medios de comunicación en donde se informa

acerca de detalles de malos manejos o incongruencias con dicha revolución, ha dado paso a una incomprensión del Gobierno al papel que cumplen los medios de comunicación, tanto en su tarea informativa como de análisis y crítica de la realidad nacional, lo que le ha llevado a una abierta confrontación con algunos medios o periodistas, tal es el caso de Teleamazonas. En el que el presidente Correa se ha mostrado con gran hostilidad con este medio en particular dada la postura crítica de los noticieros hacia la revolución ciudadana y de algunos de sus periodistas, de tal forma que el gobierno ha solicitado la sanción a la televisora, dándole un fuerte golpe a su credibilidad.

El proyecto de investigación que a continuación se desarrolla, se encuentra enfocado a la determinación del o los elementos de confrontación, los cuales se podrán identificar a través de entrevistas que se realizará a la ciudadanía, comunicadores sociales y a ciudadanos que comparten y no, la ideología de la Revolución Ciudadana en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Chaupicruz.

El objeto de estudio de la presente investigación, versará sobre los discursos informativos aplicados por el espacio informativo del medio de comunicación televisivo como es el informativo que se transmite de lunes a viernes, en su horario matutino titulado 24 HORAS de Teleamazonas, mismo que se presenta como un informativo independiente, objetivo e imparcial; y los discursos informativos de las cadenas sabatinas desarrolladas por parte del Gobierno Central.

Por tanto, el campo de acción de la investigación se centrará en la confrontación que el informativo de Teleamazonas mantiene con el Gobierno, en sus informes a la nación, a través de las cadenas sabatinas de radio, prensa y televisión, por lo cual el presente trabajo investigativo, analizará los elementos que influyen para dicha confrontación mediática.

PLAN DE TESIS

ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Las relaciones prensa – gobierno en América Latina

A manera de análisis macro, de acuerdo a la cadena Globovisión (2009), en la inauguración del Foro de Emergencia por la situación de la libertad de expresión en el Hemisferio, el presidente de la SIP, Enrique Santos (2010), quien es también columnista del diario El Tiempo alertó sobre el rápido deterioro de la relación medios-gobierno en todo el continente. "Esta relación es evidente en la "animadversión y la hostilidad creciente de los jefes de Estado frente a los medios que no le son adeptos, la descalificación permanente y el acoso a su credibilidad", una conducta que observa principalmente en Venezuela, Bolivia, Ecuador y Nicaragua.

Durante la reunión realizada en la ciudad de Caracas, señaló que algunos medios de comunicación tal vez por falta de experiencia podrían haber incurrido en errores durante el ejercicio del derecho a la información, sin embargo indicó que las equivocaciones "no pueden ser combatidos mediante el descrédito, la censura y la falta de libertad".

Durante su intervención en el foro, el segundo vicepresidente de la SIP, Gustavo Marroquín, detalló los problemas que se presentan para la prensa en los distintos países del hemisferio, son particularmente las penas "exageradas" que sufren los periodistas y el retiro de licencias en las estaciones radiales presuntamente por la línea editorial que estas han seguido.

Por su parte, el ex presidente peruano Alejandro Toledo centró su participación en resaltar la importancia de la existencia de una prensa libre como garantía del funcionamiento de una democracia. En ese sentido, señaló que la fortaleza de una

democracia está en relación directa con el grado de libertad de expresión de sus ciudadanos. Dijo también que es impensable una democracia en donde no se atente contra los medios de comunicación.

Por otro lado el ex presidente de Bolivia, Carlos Mesa, señaló que los medios de comunicación deben tener “una mirada crítica” ante la situación que vive la democracia en el Hemisferio. También aseguró que los medios de comunicación no deben sustituir el espacio dejado por los partidos políticos, dado que no serán capaces de mantener la “objetividad” y la “crítica” porque los gobiernos los acorralarán hasta hacerlos tomar una posición.

Por su parte el editor y director del diario El Nacional, Miguel Henrique Otero, dijo que el marco legal existente en el país ha impedido el libre funcionamiento de los medios de comunicación. Se refirió de forma especial a los procedimientos abiertos contra Globovisión, amparados en la Ley Resorte, así como al cierre de las emisoras de radio.

Por su parte y regresando años atrás, el periodista mexicano Octavio Islas (www.razonypalabra.org, 2009) menciona que:

“las relaciones entre la prensa y el poder, en tiempos de la *presidencia imperial*, admiten ser calificadas como *simbiótico-incestuosas*.

En 1992 el periodista Rafael Rodríguez Castañeda, hoy director del semanario *Proceso*, así las describía:

En los últimos cinco decenios prensa y gobierno en México han vivido enredados en una trama de relaciones equívocas. Resulta poco menos que imposible precisar dónde se originan los vicios que desde los años cuarenta entorpecen, enrarecen y distorsionan la información periodística en el país: ¿en la mano que pide, en la mano que soborna, en la mano que recibe, en la mano que golpea? En la insana relación prensa-gobierno se mezclan los intereses económicos, políticos y aún facciosos -locales, regionales o nacionales-, que utilizan a los medios impresos como instrumentos de influencia o presión. Y también, por supuesto, los intereses muy particulares de periodistas, políticos y funcionarios. De sexenio a sexenio, de Presidente a Presidente, la situación

prevalece: un gobierno que ejerce el autoritarismo prácticamente sin limitaciones; una prensa en su mayoría domesticada; y un público que desconfía por igual de la prensa y del gobierno.”

De esta manera el conflicto entre el poder y la prensa en América Latina, representan un factor común en la actualidad, especialmente cuando están relacionados a un gobierno socialista y/o autoritario evidenciándose falencias en el discurso informativo, pero principalmente por parte del poder, la privación del derecho a la información y la libertad de expresión.

El discurso informativo desarrollado por los medios de comunicación en el Ecuador, en la actualidad ha dado un giro político, social, económico y cultural, el mismo que ha traído como consecuencia una relación muy renuente en lo comunicacional, llegando al enfrentamiento y la confrontación de los estamentos de la sociedad ecuatoriana, tal es el caso de Teleamazonas mediante un espacio puntual de opinión y entrevistas denominado hora 7 y el Gobierno, mediante las cadenas de informes sabatinos, como producto de la cadena simbiótica que siguen y desarrollan los medios de comunicación a nivel mundial; de ahí que se presentan confrontaciones como producto de los cambios sociopolíticos instaurados por grupos de poder contrapuestos que utilizan a los medios como interlocutores de sus políticas.

Las aseveraciones anteriores se las pueden traslucir en la adopción de nuevas leyes a fin de controlar la libertad de pensamiento y libre expresión; la determinación de nuevas formas de presión para el cambio del discurso informativo en ciertos medios; la apropiación de medios de comunicación por parte de organismos de control como la Agencia de Garantía de Depósitos, A.G.D. buscando difundir la ideología gubernamental disfrazada en una incautación de bienes debido a la responsabilidad financiera que mantiene el grupo Isaías con el estado , agravados por la falta de autonomía de los organismos de control para una adecuada regulación de contenidos.

La ciudadanía ecuatoriana al inicio de los informes semanales a la nación, disertados por parte del Sr. Presidente Constitucional de la República, Eco. Rafael Correa D. tenía mucha avidez de escuchar y de saber del cambio que tanto se pregonaba así como del desarrollo del nuevo sistema sociopolítico, económico e internacional que se esgrimía para el país.¹

Una nueva perspectiva de cambios en el Gobierno se preveían luego de la decadencia de un poder político burocrático, imperialista, Neoliberal y autoritario, que daba paso a una nueva doctrina política en la que se esgrimía y esperaba que al posesionarse “El Socialismo del Siglo XXI” se avizoren nuevos aspectos de cambio para un país llamado a ser grande por sus ideales, su gente, sus riquezas naturales y la estirpe guerrera y libertaria dentro del concierto latinoamericano y mundial.

Así, poco a poco se observa un dominio monótono del encono, burla, discrepancias, epítetos despectivos a distintos actores y sectores democráticos, políticos, económicos y sociales del país en las sabatinas cadenas informativas del gobierno, los que sopesaron en la paciencia de los actores sociales del país.

El descontento, inconformismo y desazón de la gente al no saber las verdaderas directrices de administración del poder político por parte del Gobierno han ido menoscabando la credibilidad y aceptación de los ciudadanos ante el ente gobernador del país, por lo que mediante la valoración de las entrevistas que se realizará en la presente investigación, se podrán determinar:

La influencia que emite el gobierno a través del discurso político a la población en su favor y en contra de los medios de comunicación y sus respectivos contenidos.

El intento de posicionar el discurso gubernamental y supra ordenarlo ante el discurso informativo de los medios.

¹ reflexión del autor de la Tesis.

Desprestigiar el discurso informativo de los medios y reafirmar el discurso político gubernamental.

El discurso repetitivo ha evidenciado empirismo y que no ha llegado a ejecutarse a favor del colectivo como fue concebido, siendo visibles errores e inconsistencias del mismo, que ha sido un factor aprovechado por los medios privados.²

Al no controlar estos síntomas y causas antes mencionados se evidenciará un rompimiento del verdadero rol democrático con el cual se debe administrar una nación en un proceso de desarrollo social, económico, político y de inserción en el concierto mundial de naciones.

Al no concebir análisis, debates y estudios puntuales sobre esta temática como se abordó en la reunión en Quito de la Sociedad Interamericana de Prensa, S.I.P.; se generaría el repudio internacional en apoyo a la defensa de los principios del respeto a los derechos humanos por querer fomentar y mantener la unidad Latinoamericana y mundial en base al respeto al derecho democrático de ejercer libremente con respeto y en apego a la norma legal y constitucional de cada nación las libertades de cualesquier modo de producción que sirva para el desarrollo sustentable de un país dentro del concierto de naciones del mundo.

Que en apego al criterio y principio de libre opinión y pensamiento que tenemos todos los seres humanos desde el mismo instante en que nacemos y somos parte de las estadísticas de natalidad de nuestros pueblos en los que estamos llamados a ser entes proactivos del desarrollo nacional y mundial, nuestros gobernantes deben encontrar las mejores armas para mantenerlas, mejorarlas y priorizarlas en beneficio del bien común de un Estado. Es por ello la importancia de analizar este conflicto, sus razones e sus implicaciones a nivel

² percepción del autor de la Tesis.

social, político y comunicativo, con el fin de determinar finalmente cuáles son las falencias en los distintos niveles de comunicación y poder alcanzar a plantear potenciales soluciones.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué elementos del discurso informativo aplicado por Teleamazonas genera confrontación con el Gobierno?

JUSTIFICACIÓN

Cuando actualmente en el mundo se está hablando de la Democratización de la opinión pública, no es concebible que en nuestro país en vías de desarrollo, con un gobierno democrático, llamado Socialismo del Siglo XXI, se tenga que observar formas de confrontación con Los Medios de Comunicación y especialmente con un medio televisivo como es Teleamazonas, (canal de oposición al actual

régimen) prioritariamente visible en su presentador de noticias Jorge Ortiz; y los espacios informativos matutinos - diarios transmitidos por dicho medio, llegando a una sanción pecuniaria y al cierre temporal por 72 horas y, hasta con la amenaza del cierre definitivo, por parte del CONARTEL a dicho canal, conjuntamente con el enjuiciamiento penal a dicho medio, por proferir comentarios y criterios contrarios a la doctrina gubernamental. En tal virtud:

¿De qué libertad de expresión hablamos?

¿Cuál es el respeto al Tratado de Chapultepec, del que es signatario nuestro país?

¿Hay libertad de expresión en Latinoamérica y específicamente en Ecuador?

¿Qué es diferencia de discursos, qué es confrontación y cómo podríamos direccionarlo con el fin de evitar este conflicto informativo?

Entonces por las razones antes expuestas, nos proponemos realizar esta investigación de tesis, para lo cual se tratará de aportar con una guía procedimental para la correcta aplicación del discurso informativo, mediante una metodología científica basada en las teorías de la comunicación existentes, así como también en la Ley de Comunicación vigente hasta la presente fecha, teniendo como principales beneficiarios a los entes de gobierno, comunicadores y sus medios, así como a las entidades privadas, públicas y estudiantes de la carrera de Comunicación Social que se encuentran relacionados con la comunicación mediática e informativa para un determinado público o espectador del contenido; en definitiva para toda la sociedad ecuatoriana.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar los discursos de confrontación entre Teleamazonas y el gobierno de la “Revolución ciudadana”, en el espacio de entrevistas dirigido por el Lic. Jorge Ortiz y desde las cadenas televisivas orientadas por el gobierno ecuatoriano los

días sábados, determinar causas y falencias y presentar una guía procedimental que permita viabilizar de mejor manera el discurso informativo entre los medios de comunicación y las entidades políticas o sociales involucradas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los elementos teórico-metodológicos que intervienen en la generación del discurso televisivo, en particular de los programas informativos del Gobierno Central.
- Determinar cuáles son las características del discurso televisivo del informativo 24 horas de Teleamazonas, en su confrontación con el Gobierno Central.
- Aplicar una guía procedimental que favorezca el discurso informativo y contribuya a un mejor entendimiento y una mirada crítica a los discursos mediáticos y desde el poder, cuyo contenido al ser aplicado, evite la confrontación entre el medio (s) y el Gobierno Central.

METODOLOGÍA

METODOLOGÍA	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Exploratoria	Cuestionario	Preguntas Cerradas
Analítica - Deductiva	Encuesta	Encuestas por Muestra
No Experimental	Entrevista	Entrevista no Estructurada

La base del estudio está enfocada en la investigación documental, Las técnicas aplicadas en la investigación se basan en: entrevistas no estructuradas a personas inmersas en la confrontación de discursos; entrevistas a 20 ciudadanos residentes, 10 comunicadores sociales, 5 analistas políticos y 20 ciudadanos que comulgan con la ideología de la Revolución Ciudadana del Gobierno, en la Parroquia Chaupicruz, Cantón Quito, mediante la cual se busque obtener la percepción de la población acerca del tema de fondo de la confrontación entre discursos y, sus posibles causas de manera empírica realizada con el universo citado, a través de preguntas cerradas y valoradas. La clasificación y tabulación de la información se adoptará por medio del Muestreo Casual o Accidental, lo cual consiste en la selección arbitraria de los elementos sin un juicio o criterio preestablecido.

El análisis de confrontaciones entre discursos se adoptará desde las bases semánticas, desde las mismas unidades discursivas como nos presenta la base teórica con fines de que la confrontación se evacue en un debate y soluciones demócratas sin distraer al pueblo con la figura “show” y apegando los discursos a la realidad social, antropológica y cultural.

Los datos informativos e información a ser investigada se integra de los registros en videos de las principales entrevistas y cadenas sabatinas expuestas por los polos en confrontación, para llegar al análisis de su pretensión de verdad como sentido del discurso; en búsqueda claro esta de proponer una guía didáctica o manual procedimental a fin de evitar la confrontación de un discurso informativo.

La verificación de las preguntas directrices, sistemáticamente se propone ser resueltas de la siguiente forma:

- Identificar los elementos teórico-metodológicos que intervienen en la generación del discurso televisivo, tanto del canal televisivo Teleamazonas como en los programas informativos del Gobierno Central.
- Determinación del discurso informativo que debería ser aplicado por el Informativo Teleamazonas.

- Identificación de las causas que inciden en la confrontación del Gobierno con Teleamazonas.

VARIABLES

Variables dependientes

El discurso informativo aplicado por Teleamazonas

Variables Independientes

La confrontación que el medio mantiene con el Gobierno.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<i>Actitud hacia un Objeto</i>	<i>Cognitiva</i>	<i>Escritos acerca del objeto</i>
<i>El Discurso</i>		<i>Juicios acerca del objeto</i>
	<i>Conductual</i>	<i>Intenciones hacia el objeto conductual</i>
		<i>Tendencias que genera el objeto</i>

Las variables de la investigación se integran por los discursos en confrontación recabados mediante soportes visuales y hemerográficos de las cadenas sabatinas del gobierno y entrevistas o espacios de opinión difundidos en el espacio televisivo 24 horas de Teleamazonas, además de impresiones de personas vertidas en la encuesta y entrevistas a expertos, las mismas que nos darán los indicios y causas para determinar el grado de confrontación y los parámetros para evitarlos.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

El estudio del discurso se realiza en diversos campos y escenarios teniendo como punto de partida los referentes de las teorías de la comunicación con un enfoque al funcionalismo sin desligar la semántica y pragmática de la comunicación, debido al tratamiento que requiere la información para su posterior análisis mediante el discurso; así encontramos temas en relación, los cuales son tocados mediante publicaciones, investigaciones, documentos de trabajo y seminarios tratados por la F.L.A.C.S.O. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales con sede en Ecuador, tratándose sobre las implicaciones que tiene el manejo de la comunicación y el discurso en la política; así entre las publicaciones más importantes tratantes de estas áreas con sus respectivas relaciones se puede mencionar; Comunicación, Cultura y Política, abordado por María Belén Albornoz y Mauro Cerbino; Violencia en los Medios de Comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana abordado por Mauro Cerbino; investigaciones como es la “Concentración de medios e industrias culturales”; así también el documento de trabajo “Observatorio de análisis del discurso de medios de comunicación sobre emigración” elaborado por el autor antes mencionado.

La comunicación es un fenómeno social y antropológico de primordial importancia en el desarrollo de la civilización, de ahí su importancia como objeto

de estudio, puede apuntarse que la investigación de la comunicación es reciente, pues los principales teóricos aparecen en las primeras décadas del siglo XX y se ha ido desarrollando a grandes pasos, al igual que se han desarrollado en mass media. El campo de estudio de la comunicación es tan vasto, que puede centrar su atención desde investigaciones acerca de los signos hasta medios de comunicación masivos tan actuales como la Internet. Por ello es preciso conocer perfectamente los sustentos teóricos de la investigación en comunicación, así como el manejo del método científico que juntos permiten encontrar nuevos conocimientos y teorías en este campo tan extenso.

El fundamento de las teorías comunicacionales que sustentan a los distintos modelos es esencia teórica conceptual del desarrollo en las aproximaciones a la materia. La información como una entidad concreta que nos remite al punto de partida de los estudios interdisciplinarios de los fenómenos individuales y colectivos, en creciente profundización en búsqueda de la comprensión e implicaciones de su proceso; así el estudio, análisis e interpretación en el ámbito general y en particular al referido a la comunicación, con sus aportaciones y repercusiones se conjuga para responder a las crecientes necesidades de resolución de problemas en el fenómeno comunicativo y sus diversas implicaciones.

La teoría general de los sistemas aplicados a la comunicación es un componente inevitable en el campo y con relaciones como repercusiones en el desarrollo de esta ciencia. Conocer sus principios, como el de la entropía, sistemas cerrados y abiertos, heredados de las matemáticas y enriquecidos por los enfoques sociológicos nos da la pauta para profundizar en nuestro campo de estudio.

Por lo antes descrito, creo conscientemente que hablar de las Teorías Comunicacionales, sería un campo inagotable del conocimiento humano, puesto que con la sinergia con la que cambian los hombres en el planeta, la globalización y la libre expresión del pensamiento social, es imposible determinar las concepciones que establezcan la verdadera definición del discurso informativo

en las sociedades actuales y peor aun evitar definitivamente la confrontación de los contenidos comunicacionales.

1.2 Aspectos Fundamentales

Para realizar el análisis del discurso se localizará la base teórica al igual que las ciencias que aportan tomándose como base para la construcción del proceso, partiendo de las siguientes categorías: La Comunicación Social, el funcionalismo, el Análisis del Discurso, los Medios Masivos, la Propaganda, la Imagen, la entrevista, la televisión.

- Ver gráfico 1. Anexo 1, página 135.

De acuerdo a las categorías se puede identificar que el análisis del discurso parte de los procesos de la comunicación social la cual tiene como objeto de estudio la televisión con un campo de acción en el informativo diario matinal por parte del medio de comunicación Teleamazonas S.A.

La comunicación social es un campo del estudio sociológico que indaga esencialmente las relaciones de la información, como la información es percibida, transmitida y entendida con su respectivo control o su impacto social. Se fundamenta en el lenguaje y esta forma parte primordial de su teoría. Por esta razón, los estudios de comunicación social tienen mayor relación con lo político y lo social que los estudios de comunicación; en este tipo de comunicación se da la interacción entre personas morales y personas físicas, entre personas morales y personas morales, es decir entre grupos de personas e individuos o entre dos o más grupos de personas. Este tipo de comunicación generalmente utiliza medios de comunicación masiva para que una institución u organización pueda llegar a un mayor número de individuos u organizaciones.

. Esta comunicación se fundamentará en las teorías de la comunicación, debido a que esta se desarrolla o trasmite por un medio, o un canal, básicamente por ser una forma de expresión para grupos que se reconocerán como masa, es importante señalar que para Nordenstreng, la teoría de la comunicación y en general las investigaciones en este campo, tienen como origen el desarrollo y la evolución de los medios de comunicación, en particular de los mass – media

Actualmente, la comunicación y los medios de comunicación presentan nuevas e interesantes perspectivas de estudio y por ende, es necesario mantenerse actualizado y al tanto de las formas de comunicación que surgen en la sociedad y la forma en que se manifiestan ya sea de manera intrapersonal, interpersonal, intermedia o masiva. Incluso en disciplinas como la administración, la mercadotecnia, la publicidad o el marketing político, es posible encontrar múltiples posibilidades de estudio e investigación.

Para ello es preciso iniciar, comentando que Wimmer (2000) considera que existen cuatro fases de investigación:

- 1) Existe un interés por el medio mismo.
- 2) Comienza una vez que se ha desarrollado el medio, se acumula la información específica acerca de los usos y usuarios de la comunicación.
- 3) Incluye investigaciones sobre los efectos sociales, psicológicos y físicos del medio.
- 4) Se emplea la investigación para determinar cómo puede mejorarse el medio ya sea en sus usos o a través de los adelantos tecnológicos.

Estos pasos iniciales, son susceptibles de ser utilizados en estudios que abarquen cualquier tipo de investigación en comunicación. “Toda investigación, ya sea formal o informal, empieza con una pregunta o propuesta básica sobre un fenómeno específico, algunas veces lo difícil es determinar cuál método de

recopilación de datos proporcionará las repuestas más apropiadas a preguntas específicas”.(R. Winner, J. Dominick, 2000, 10)

Para ello, es preciso seleccionar el método adecuado de acuerdo al tipo de investigación en comunicación que se va a realizar, Kerlinger se refiere a cuatro métodos, los mismos que se explicarán en el punto 2.3.1.

Finalmente se sugiere utilizar el proceso de investigación convencional, que consta de los siguientes pasos:

- Selección del problema de investigación.
- Revisión de investigaciones y teorías existentes.
- Elaboración de hipótesis.
- Elaboración del diseño de investigación.
- Recolección de información.
- Análisis e interpretación de resultados.
- Presentación de resultados.

Dado que toda investigación es perfectible, el estudio puede ser repetido en caso de ser necesario de acuerdo al desarrollo y resultados de la misma.

1.3 Marco Teórico

El presente proyecto investigativo se basará en un análisis profundo, sobre una temática que en los últimos tiempos ha generado mucha preocupación y creado controversias entre los gestores de dichos sucesos identificados como parte contextual de los comunicadores sociales, medios de comunicación periodísticos, radiales, televisivos e Internautas, así como de los estamentos que dirigen el poder político, económico, cultural y social de los diferentes países del contexto mundial, los cuales se han visto enfrascados en pugnas por mantener el control hegemónico de la cosa pública y social, para lo cual han sido electos por los

verdaderos mandantes que son las clases sociales o sociedades de cada uno de los países que pueblan este planeta.

Para empezar el presente análisis se partirá desde los fundamentos teóricos, científicos y culturales realizados por versados escritores, sociólogos, psicólogos, semiólogos y tratadistas que han dejado un legado cultural a las generaciones de estudiosos, comunicadores, periodistas, reporteros y a todos los gestores de hechos que se dan en la diaria convivencia social, política, económica y cultural de nuestros pueblos.

Se pondrá en consideración el origen o principio del que se instruye para poder llegar en su debido tiempo al motivo o campo de acción del presente trabajo que es el discurso informativo manejado en la instancia de entrevistas que es parte del Noticiero 24 Horas del canal de televisión Teleamazonas, para lo cual resulta necesario comenzar por lo fundamental, dejar en claro ciertos tópicos y no cometer así errores sumamente frecuentes que se presentan en los procesos comunicativos: creer que las demás personas entiendan por un concepto lo mismo que el que lo escribe o habla.

La comunicación es una confrontación de tipo persuasivo, en la que cada interlocutor pretende imponer sus puntos de vista. La comunicación social es un campo del estudio sociológico que indaga esencialmente las relaciones de la información, como la información es percibida, transmitida y entendida con su respectivo control o su impacto social. Se fundamenta en el lenguaje y esta forma parte primordial de su teoría. Por esta razón, los estudios de comunicación social tienen mayor relación con lo político y lo social que los estudios de comunicación; en este tipo de comunicación, se da la interacción entre personas morales y personas físicas, es decir entre grupos de personas e individuos o entre dos o más grupos de personas. Este tipo de comunicación generalmente utiliza medios de comunicación masiva para que una institución u organización pueda llegar a un mayor número de individuos u organizaciones.

Los grandes errores o fracasos en los procesos comunicativos se pueden originar en algo muy simple, pero fundamental, que es dar por sentado que un

referente o símbolo es común, cuando en realidad se tienen nociones distintas. Esto sucede porque los significados son relativos y se abren a la interpretación subjetiva de cada individuo, mismos que pueden variar de acuerdo a los diferentes estados culturales, psicológicos y sociales. Es decir, cada persona interpreta un evento o información de manera diferente.

La forma en la que se interrelacionan tanto la información como la comunicación es la siguiente: la información se origina en una fuente y se hace llegar a su destinatario por medio de un mensaje a través de un canal (código) de comunicación; si el destinatario se encuentra en un punto geográfico distante, se requiere además de una herramienta que facilite dicho acontecimiento, (canal).

Antes de continuar la descripción de los componentes del proceso de comunicación se incluirá la representación gráfica de estos procesos según los criterios de tres autores más relevantes.

- Ver gráfico 2. Anexo 1, página 135.

Con el surgimiento de las telecomunicaciones, el origen y el problema central de éstas fue hacer llegar la información que se genere en un punto geográfico, de la manera más rápida, segura y sin que sufra alteraciones, a otro punto distante.

Después Shannon y Weaver en 1947, establecen un sistema de comunicaciones consistente en cinco componentes:

- Ver gráfico 3. Anexo 1, página 136.

- 1.- Una fuente de información
- 2.- Un transmisor
- 3.- Un canal de comunicaciones
- 4.- Un receptor
- 5.- Un destinatario

Es decir, para transmitir información entre dos puntos, primero debe existir una fuente, los datos deben ser almacenados (por medios de un código) en un

“contenedor”, que posteriormente se enviará a través de un canal para que llegue al receptor, y este lo decodifica, para que lo pueda interpretar el destinatario final.

David K. Berlo, introduce dos nuevos elementos: el codificador y el decodificador.

- Ver gráfico 4. Anexo 1, página 136.

Por lo anteriormente expuesto, se puede resumir que los cuatro componentes básicos del proceso de la comunicación son: el emisor, el mensaje, el canal y el receptor.

1.3.1 Metodología para el estudio de la comunicación

Es importante señalar que para Nordenstreng, la teoría de la comunicación y en general las investigaciones en este campo, tienen como origen el desarrollo y la evolución de los medios de comunicación. Actualmente, la comunicación y los medios de comunicación presentan nuevas e interesantes perspectivas de estudio, y por ende, es necesario mantenerse actualizado al tanto de las formas de comunicación que existen en la actualidad; para ello es necesario seleccionar el método adecuado al tipo de investigación en comunicación que se va a realizar, Kerlinger se refiere a cuatro métodos:

Método de la tenacidad: Sigue la lógica de lo que es verdadero porque siempre lo ha sido.

Método de intuición: O el acercamiento a priori. Una persona supone que algo es verdadero porque es evidente por sí mismo o por ser lógico.

Método de la autoridad: promueve una creencia en algo por que una fuente de su confianza dice que es verdad.

Método científico: Se acerca al aprendizaje en forma de series de pequeños pasos esto significa que el método científico se corrige a sí mismo cuando los cambios en el pensamiento o en la teoría son apropiados en el momento que se descubren los errores de investigaciones pasadas.

1.3.2 Teorías de la Comunicación

1.3.2.1 Teoría y Modelo Laswell

La formula descriptiva del proceso de comunicación

En 1948, el profesor Laswell, de la Universidad de Yale en los Estados Unidos, publicó, en la revista *The communication of ideas*, un artículo que tuvo el gran mérito de plantear claramente los elementos que entran en juego en un proceso de comunicación. LASWELL proponía allí una fórmula de concatenación o encadenamiento lineal de cinco preguntas programadas **¿Quién – dice qué – por cuál canal – a quién – con qué efecto?** Este esfuerzo de síntesis es particularmente valioso, dado que agrupa los cinco puntos fundamentales.

- a) **Quién.** "quién" es el **emisor**, es decir, el origen, la fuente de toda comunicación. Laswell incluyó en esta denominación todas las categorías de emisores: desde el simple periodista que escribe una nota hasta las agencias internacionales periodísticas o publicitarias.
- b) **Dice qué.** Se trata aquí del **mensaje**. Laswell se detiene principalmente en el análisis de la información contenida en el mensaje en términos estadísticos, esto es, procediendo a una clasificación sistemática y cuantitativa de los datos informativos del mensaje.
- c) **Por cuál canal.** Se trata de los **medios** usados para transmitir el mensaje. Laswell introdujo la noción de *análisis* de medios, es decir, la investigación

del o de los mejores canales capaces de conducir el mensaje al o a los receptores.

d) **A quién.** En relación con el análisis de medios, el estudio del **receptor** es para Laswell, sobre todo, cuantitativo.

e) **Con qué efecto.** Se trata del **impacto** que Laswell concibe en forma global. En otros términos: el estímulo contenido en un mensaje dado, conducido por tal medio, dirigido a una población o segmento de mercado de tal volumen dando tal resultado. Este será, por ejemplo, el análisis del impacto de un mensaje publicitario en determinada región del mercado en rangos de volumen de ventas, imagen, posicionamiento, etc.

1.3.2.2 Modelo de Bkaddock

La fórmula de Laswell fue el punto de partida de varias mejoras y precisión de otros investigadores. Así Bkaddock, en un artículo titulado “An extensión of the Laswell”, como fórmula, propuso las siguientes precisiones a las preguntas-programadas:

¿Quién – dice qué – a quién – en cuáles circunstancias – por cuál canal - con qué fin – y con qué efecto?

Sí bien esta nueva formulación aporta precisiones no es menos lineal que la primera dado que está asociada al famoso sistema estímulo-respuesta (E-R) que ha teñido todos los primeros estudios; uno de los más interesados en este tema de la comunicación fue precisamente un ingeniero de la empresa Bell: Claude Shannon.

Llamar a la teoría de Shannon; "teoría de la información", como se ha hecho normalmente no es del todo correcto. Aunque, si alguna vez hubo una teoría de la comunicación, la de Shannon es candidata más que válida. Entiende la comunicación como un "proceso de transferencia de información". Shannon proporcionó nuevas dimensiones a la construcción de un modelo de comunicación

humana, aunque era básicamente un modelo físico de las comunicaciones radiales y telefónicas.

1.3.2.3 Teoría Funcionalista

La mayoría de los autores coinciden en señalar que las primeras teorías *formales* sobre el impacto social de la comunicación de masas se encuentran en los planteamientos filosóficos y sociológicos referentes a la sociedad de masas, desarrollados principalmente en las primeras tres décadas de este siglo, pero con antecedentes en el siglo XIX. Las teorías de la sociedad de masas se caracterizan por considerar que el crecimiento de las sociedades industriales ha erosionado los vínculos sociales y familiares de los individuos, masificándolos y aislándolos de sus grupos primarios y de referencia.

Según Swingewood (1981: 2-3) los siguientes factores, entre otros, influyeron en la generación del concepto de la sociedad de masas:

- a) La división del trabajo
- b) La organización industrial a gran escala.
- c) La producción automatizada de mercancías.
- d) Las densas concentraciones de población urbana.
- e) El crecimiento de las ciudades.
- f) El aumento de movimientos políticos masivos basados en la extensión del voto a las clases trabajadoras.

De lo anterior surge la imagen de las audiencias como conglomerados de individuos pasivos, aislados, manipulables, irracionales e ignorantes. La masificación y el aislamiento de las personas, según esta perspectiva, las hacía extremadamente susceptibles de ser influenciadas por los medios masivos de comunicación.

Durante la segunda mitad del siglo XIX en Europa y Estados Unidos, en claro contraste con la prensa elitista y literaria de un principio, empiezan a manipular a

las masas. A principios del siglo XX, el cine se había vuelto un medio de entretenimiento masivo; y la radio, iniciaba su impresionante despegue en la década de los veinte a difundir los periódicos para las clases populares, gracias a los procesos de alfabetización que habían logrado dichos países

1.3.2.3.1 Surgimiento y desarrollo de las teorías de la comunicación de masas.-

Los teóricos de la sociedad de masas, partiendo de una concepción elitista que privilegiaba a las bellas artes o alta cultura, menospreciaban la cultura de masas por carecer de complejidad y de refinamientos estéticos en forma y contenido. Los contenidos vulgares y estandarizados de dichos medios -según ellos- no podían más que afectar en forma negativa las estructuras sociales de sus países.

Estas teorías de la sociedad de masas, pese a compartir características como las anteriores, se dividían en términos generales en dos tendencias claramente diferenciadas: la postura aristocrática de filósofos y ensayistas como Nietzsche, T. S. Eliot, Ortega y Gasset, y la posición crítica de los miembros de la denominada Escuela de Frankfurt: Adorno, Horkheimer y Marcuse.

1.3.2.4 Teoría e investigación en la comunicación de masas

En esta teoría, la comunicación masiva se consideraba sumamente poderosa. Se creía que era capaz de moldear directamente la opinión pública y lograr que las masas adoptaran casi cualquier punto de vista que el comunicador se propusiera.

De Fleur (1976) señala que la teoría de la aguja hipodérmica asumía que "ciertos estímulos, hábilmente elaborados, llegarían a través de los medios a cada uno de los miembros individuales de la sociedad de masas, que cada uno de ellos los percibiría del mismo modo que sus iguales, y que ello provocaría en todos una respuesta más o menos uniforme".

De la omnipotencia de los medios a las funciones y la influencia personal; la declinación de la teoría de la aguja hipodérmica en los estudios comunicacionales y su sustitución por enfoques más optimistas, se da a partir de los años treinta.

1.3.2.5 El funcionalismo, pretensión del poder

El funcionalismo en la comunicación pretende el poder, la verdad, que está ligada al poder de manera muy directa, demostrado a lo largo de la historia; ya que mediante la experiencia vemos como quienes ostentan el poder, son quienes controlan la verdad. Es por esto que siempre relacionamos la verdad con el poder, ya que vemos el poder como un elemento represor de nuestra vida. Cada sociedad tiene su “verdad” y lo modifican a su conveniencia o necesidades.

En sociedades Latinoamericanas, la “Economía-Política” de la verdad está caracterizada por cinco rasgos históricamente importantes: La “verdad” está centrada sobre la forma del discurso científico y sobre las instituciones económicas y políticas (Necesidad de verdad tanto por la producción económica como por el poder político); es objeto, bajo diversas formas, de una inmensa difusión y consumo (Circula en aparatos de Educación o de Información cuya extensión es relativamente amplia en el cuerpo social, a pesar de algunas limitaciones estrictas); es producida y transmitida bajo el control no exclusivo pero dominante de algunos grandes aparatos políticos o económicos (Universidad, Ejército, Escritura, Media); finalmente, es un envite de todo un debate político y de todo un enfrentamiento social (Luchas “Ideológicas”).

Desde el punto de vista político la verdad está basada en cinco rasgos fundamentales:

- La verdad surge sobre ciertos centros educativos y experimentales que se encuentran bajo el dominio político y ese dominio la condiciona.
- La verdad incentiva la economía y la política.
- La verdad se difunde por medios comunes, llegando a la mayoría de los individuos de la sociedad (Girando en torno a la política)

- Las instituciones militares, educativas, o de comunicación no son las creadoras de la verdad, pero la manejan, la controlan, y la administran.
- La asimilación de la verdad esta librada al azar.

Así se encuentra una especie de combate “por la verdad”, o al menos “alrededor de la verdad”, dejando claro una vez más que por verdad, es el conjunto de reglas según las cuales se distingue lo verdadero de lo falso y se aplica a lo verdadero efectos específicos del poder; y dejando claro también que no se trata de un combate a favor de la verdad, sino acerca del estatuto de la verdad y del papel económico-político que juega.

La verdad es el conjunto de procedimientos regulados por el estado. Para Foucault (2006), es desligar la relación que tiene el poder con la verdad, pero es difícil de lograr, ya que esa relación actualmente funciona; en resumen, la cuestión política es la verdad misma.

1.3.3 Comunicación profesional

Periodismo, es la comunicación profesional de noticias y comentarios. Su origen y acento han sido rebasados por un desarrollo espectacular: la periodicidad es apenas un elemento definitorio; la denominación del diario como periódico se refiere solamente a un elemento del periodismo.

Los fenómenos de conversación, rumor y pregón que continúan vigentes en la vida moderna, obviamente multiplicaron y regularizaron lo relación noticiosa y de opinión con el periodismo que ya posee una técnica especial y puede considerarse una ciencia moderna.

Septién García (2007) define el periodismo como la “síntesis de conocimientos con el fin de divulgar y enjuiciar la conducta humana de importancia colectiva” o

con más brevedad “la relación de la vida que está fluyendo ahora”. A su vez, Chávez González establece que el periodismo es la información y el enjuiciamiento públicos, oportunos y periódicos de los hechos de interés colectivo”.

La Comunicación es una Semiosis técnicamente asistida, una Semiosis artificial; ya que mediante "su intervención, se intenta una manipulación voluntaria del discurso corporativo, y evitar de este modo, el libre juego de significantes, propios de las Semiosis espontáneas”.

La Semiosis, es la resultante de la cooperación de los tres soportes del proceso semiótico: un signo, su objeto y un interpretante, que coadyuvan en el proceso de producción de sentido y construcción de la realidad.

- Ver gráfico 5. Anexo 1, página 136.

La Comunicación estratégica interviene para generar una Semiosis técnicamente asistida, un proceso semiartificial en el que se diseñan significados previamente, para luego regular la asignación de significantes pertinentes.

Se propone a la comunicación estratégica como una hipótesis de trabajo que permita gestionar el proceso comunicativo, mediante la búsqueda de una: coherencia significativa, para lo que será necesario:

- Coherencia entre lo que se pretende comunicar y lo que se comunica;
- Coherencia entre lo que se comunica implícita y explícitamente;
- Coherencia entre los propósitos y los medios para alcanzarlos;
- Coherencia entre lo que se declara y lo que se actúa.

Los cuatro medios instrumentales de la comunicación profesional son prensa, radio, cine y televisión. El primero es típicamente periodístico; los tres restantes son periodísticos, en forma parcial, Las bases del periodismo están esencialmente en el apego o la verdad, como responsabilidad de conciencia; el servicio a la

comunidad, como responsabilidad social; y el cumplimiento de los requisitos técnicos, como responsabilidad profesional.

Unos hacen la historia y otros la cuentan. Así funcionan las cosas, al menos para el periodismo: su función principal ha sido relatar los acontecimientos de actualidad. Y aunque es indudable el valor social que tiene la información escueta, no se puede negar que con el culto a lo fáctico, el periodismo no ha hecho más que alejarse de aquella idea de que la información es vital para el funcionamiento de la democracia, porque el modelo es insuficiente hoy, especialmente para aquellos ámbitos en los que se pretende fortalecer el papel de la sociedad civil y revitalizar el sentido de lo público.

Con estos antecedentes, a continuación se determina la clasificatoria más común y actualizada de los Géneros Periodísticos; tipología de lo más aceptada por los tratadistas:

- 1.- *Géneros informativos: noticia, reportaje.*
- 2.- *Géneros de opinión: editorial, artículo, columna.*
- 3.- *Géneros mixtos (información + opinión): crónica, crítica*
- 4.- *Los géneros visuales: fotografía informativa, opinión, entrevista, discurso informativo (noticiario), imagen video-gráfica comentada.*

La clasificación de A. Grijelmo (1997) se basa también en cuatro grandes grupos:

1. **Géneros de la información:** bajo este epígrafe engloba a aquellos textos periodísticos que transmiten datos y hechos concretos de interés para el público al que se dirigen, ya sean nuevos o conocidos con anterioridad. La información en sentido estricto, no incluye opiniones personales del periodista ni mucho menos juicios de valor. A este género pertenecen: la noticia, la entrevista de declaraciones –o “entrevista objetiva”–, la documentación y el reportaje informativo.

2. **Géneros de interpretación más opinión:** textos mixtos, que cumplen ambas funciones. Entre estos incluye a la crónica, la entrevista-perfil y el reportaje interpretativo.
3. **Géneros de la interpretación:** dentro de este grupo cabe destacar el análisis, un tipo de texto periodístico en el que el enfoque sustancial parte de elementos opinativos, y donde la información –si existe– queda en segundo plano.
4. **Géneros de la opinión:** escritos de carácter valorativo que dejan traslucir la ideología del periódico. Entre estos se encuentran el editorial, la crítica, el artículo o el ensayo.

Sin embargo, para J. J. Muñoz (1994) cinco son los macrogéneros periodísticos:

1. **Géneros de predominio informativo:** la noticia, el informe y la transcripción de encuestas.
2. **Géneros ambiguos-mixtos de información e interpretación:** el artículo pseudoinformativo, el artículo divulgativo, el artículo biográfico, la transcripción de ruedas de prensa, la crónica y la reseña.
3. **Géneros del periodismo interpretativo:** el reportaje y la entrevista.
4. **Géneros del periodismo ambiguo-mixto de interpretación y opinión:** la entrevista de opinión, las cartas de los lectores, la viñeta, la miscelánea y las curiosidades.
5. **Géneros de opinión:** el artículo de opinión o comentario, y sus diferentes modalidades como son la columna, el editorial, la crítica o el ensayo.

No es menos cierto que la llegada del internet, ha supuesto un cambio en el panorama comunicativo de todo el mundo. La propia profesión de periodista está sufriendo notables mutaciones. La primera y más importante es la que impone el cambio en la estructura de las informaciones, ahora hipertextuales y multimedia.

Como se puede ver, varias y diversas han sido las clasificaciones que se han vertido para determinar a los géneros periodísticos; pero, una muy aceptable definición es la que hace L. Markel (1953) denominado impacto emotivo. El periodismo de opinión pertenece al ámbito subjetivo del comentario, y el interpretativo al del relato. Por lo tanto, a juicio de este investigador, “la opinión debe quedar confinada religiosamente a la sección editorial” (L. Markel, 1953: 4-5).

Según L. Santamaría (1990) se trata de dos mundos, de dos actitudes diferentes ante los géneros periodísticos: actitud informativa y actitud de solicitud de opinión y se puede hablar también de una tercera que es la actitud de explicación o interpretativa, intermedia entre ambas.

El pensamiento del Tesista es que esta tercera actitud, es decir la de Explicación o Interpretativa, debería bajo mejor criterio adoptarse como la matriz del discurso informativo que son transmitidos en los diferentes canales de televisión y especialmente en el canal Teleamazonas y por el Presentador de Noticias Jorge Ortiz y así evitar esa controversia de quien tiene la verdad de los hechos, sucesos y dichos que consecuentemente se van desarrollando entre dicho medio, su presentador y su contraparte que es el Gobierno de la Revolución Ciudadana con su líder político e ideológico el Sr. Eco. Rafael Correa Delgado; lo cual tal vez daría como resultado la no confrontación y las consecuentes retaliaciones propias que de dichas acciones devienen.

El Análisis Semiótico, parte de un punto de vista preestablecido por el intérprete. Todo texto se puede leer desde diferentes niveles de lectura o de pertinencia. El análisis semiótico se preocupa más de ¿cómo es que dice el texto lo que dice?, antes que ¿qué o quién lo dice?

Bajo estas circunstancias, el presente análisis se ha vuelto tan disímil para poder encasillar al Discurso Informativo dentro de una de las diversas clasificaciones de géneros periodísticos, pero las más razonables y acertadas son las que nos dan: J. M. Casasús y L. Núñez Ladevéze (1991), J. del Río Reynaga (1991); como también E. Castejón (1992); R. Vilamor (2000); A. Grijelmo (1997); y J. J. Muñoz (1994), defensor de los cinco macrogéneros periodísticos.

El objetivo del análisis del discurso es más bien, examinar las relaciones existentes entre el discurso y la sociedad; sitúa, entonces, las estructuras de significación en relación a las estructuras sociales, políticas y culturales. En otras palabras, se trata de saber cómo influye en la producción y entendimiento de las estructuras del discurso la situación social y cómo las estructuras del discurso influyen sobre ésta. Junto a estos macro constructores de significación, en el macro nivel de análisis del discurso debe considerarse también la **retórica**, que estudia la dimensión persuasiva del lenguaje. Específicamente, estudia las propiedades del discurso que pueden hacer más convincente la comunicación.

Tantas y cuantas clasificaciones, definiciones, leyes, normas y formulaciones, no han hecho posible que los diversos actores sociales, políticos, económicos y comunicativos, deseen tener y defender su verdad a rajatabla a fin de mantener su rating o hegemonía de poder, decir quién tiene la última y única verdad de los hechos y sucesos que se dan en la diaria convivencia social de los pueblos que habitan este planeta y específicamente nuestra patria en donde la falencia y falta de instrumentos metodológicos, inexistentes, mal aplicados o aplicados de acuerdo a su convenir, han creado una confrontación de consecuencias inexplicables y crecientes todo por mantener el poder político de la nación, sin importar que piense, diga y manifiesten las otras áreas del contexto nacional,

latinoamericano y mundial como así lo manifiesta Oscar Murillo Cerna en su cita: "Análisis del discurso social", hace pensar que se debe llegar a un consenso comunicacional prontamente. – (Este párrafo es de mi análisis personal).

Las estrategias verbales de convencimiento o persuasión en este sentido, tiene como objetivo superar esta contradicción haciendo pasar al discurso del emisor como si fuera el «discurso verdadero». El propósito no consiste aquí en construir una pieza literaria, sino en actuar sobre el otro por medio de la palabra. A través de ella persuadimos, convencemos, conquistamos; pero también destruimos, manipulamos, hacemos daño y cómo no, amamos. El mundo de las palabras no solamente es un mundo subjetivo, es también un mundo objetivo de relaciones y de formas de comportamiento social.

La información significa transmisión de cierto número de mensajes de afirmaciones verdaderas o falsas a un individuo que las recibe, las deforma, las acepta o las rechaza o bien permanece sorda por completo a toda recepción. Por tal motivo sola la información dará origen a una verdadera magistratura de la opinión y es el periodismo el encargado de transmitir noticias.

1.3.3.1 La comunicación en público

La comunicación en público es el medio por el cual se logra la cooperación humana. Es el medio por el cual se coordinan las diversas actividades de los hombres para obtener fines de interés común y recíproco. El hombre no habla simplemente para expresar emociones o puntos de vista, sino para estimular una respuesta en los demás, y para influir en sus actitudes y acciones.

Según Jesús Martín Barbero (2009), la esfera pública es definida por la aparición de las masas urbanas en la escena social, cuya visibilidad remite a la transformación de la política que de un asunto de Estado pasa a convertirse en "esfera de la comunidad, la esfera de los asuntos generales del pueblo". De otro lado, la visibilidad política de las masas va a responder también a la formación de una *cultura-popular-de-masa*: los dispositivos de la massmediación articulan los movimientos de lo público a las tecnologías de la fábrica y del periódico, al

tiempo que la aparición de la rotativa, ampliando el número de ejemplares impresos, abarata los costos y reorienta la prensa hacia el “gran público”.

La *publicidad*, en el sentido habermasiano, va a conectar entonces dos discursos. Primero, el de la prensa que ensambla lo privado en lo público a través del debate entre las ideologías y la lucha por la hegemonía cultural; y segundo, el de la propaganda comercial que traviste de interés público las intenciones y los intereses privados. A caballo entre ambos discursos se produce el desdoblamiento que lleva de *lo público* al *público* que conforman los lectores, los espectadores y los consumidores de cultura.

La otra figura comunicacional de lo público es la de la *opinión pública*. Esta es entendida en principio como la acción que se oponía a la práctica del secreto, propia del Estado absolutista, y el principio de la crítica como derecho del público a debatir las decisiones políticas, esto es el “debate ciudadano” como espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso. Pero en una sociedad descentrada como la actual, que ni el Estado ni la Iglesia pueden ya vertebrar y estructuralmente mediada por la presencia de un entorno tecnológico productor de un flujo incesante de discursos e imágenes *lo público* es cada día más identificado con lo escenificado en los medios, y *el público* con sus audiencias. La opinión pública que los medios fabrican con sus sondeos y encuestas tiene así cada vez menos de debate y de crítica ciudadanos y más de simulacro: *sondeada*, la sociedad civil pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística. Y el vacío social de la representación facilitará la asimilación del discurso político al modelo de comunicación hegemónico, esto es, el que proponen la televisión y la publicidad.

1.3.4. El Discurso

El hombre es un ser sociable, por lo tanto establece con los demás diferentes formas de comunicación. La más rica y compleja es la comunicación lingüística. Según la intención que predomine en el mensaje que se ha de transmitir, el emisor

utiliza diferentes tipos de discurso. El discurso es una unidad más amplia que la oración. Se compone de dos o más oraciones que desarrollan un tema.

El análisis del discurso no se presenta como un análisis unidimensional. En él se encuentran distintos niveles y dimensiones que, a su vez, exigen distintas instancias de análisis. Entre estas dimensiones debemos considerar, por ejemplo, la gramatical (fonología, sintaxis y semántica) y la pragmática (dentro de ella, la teoría de los actos de lenguaje es una de las más ricas, porque pone en relación el lenguaje con la interacción comunicativa).

El lenguaje toma diversas vistas, este puede ser analizado y estudiado como fin considerando en sí mismo un estudio intrínseco; un estudio como ente abstracto, como sistema o tomarse como medio e instrumento que está al servicio de otro objetivo o finalidad. El estudio del lenguaje como objeto real presenta la necesidad de revisar el uso, sobre todo el uso creativo, el uso del lenguaje de forma adecuada en la comunicación y teniendo en cuenta la situación comunicativa.

El análisis del discurso no puede basarse a un trabajo estrictamente lingüístico, sino que además incorpora en su análisis (toda) la teoría sociológica. En primer lugar, porque la producción del discurso no es un acto aislado ni individual, sino un acto social (un medio de comunicación, de manipulación o de dominación), y segundo, porque todo discurso refleja el complejo mundo relacional donde son evidentes las desigualdades de grupo o clase, género, raza, etnia, lengua, religión, nación u otras.

La dimensión semiótica del texto, por otra parte, se hace imprescindible para reconstruir «lo no-dicho», aquella parte del texto que está escondida o por alguna razón permanece oculta y va más allá de las unidades de significación gramatical.

Esta dimensión constituye el «verdadero» significado del discurso, con él se movilizan a los agentes sociales.

Un discurso será socialmente aceptado, y por lo tanto, será menos o más efectivo, si es capaz de traducir en la definición de su contenido determinándose esquemas de representación que encierran presupuestos sociales. Un discurso efectivo es aquel que mejor sistematiza los deseos y las aspiraciones de los destinatarios y, por lo mismo, depende de los esfuerzos de racionalización que el emisor realiza de las expectativas que pretenden alcanzar de aquellos.

1.3.4.1 Características del Discurso

Entretener.- Busca en el auditorio una respuesta de agrado, diversión y complacencia, con el propósito predominante de hacer olvidar la vida cotidiana con sus pequeños sucesos y sus apremios basados en el humor.

Ofrece grandes ventajas, tanto al emisor como a los receptores, debido a la narración y a la expresión cultural que se utilice.

Informar.- Persigue la clara comprensión de un asunto, tema o idea que resuelve una incertidumbre. Su principal objetivo es de ayudar a los miembros del auditorio para que estos pretendan ampliar su campo de conocimiento. Su característica principal de este discurso es llevar a cabo la objetividad.

Convencer.- Es influir sobre los oyentes a cerca de verdades claras e indiscutibles el de poder ser probadas y comprobadas.

Argumentar.- Lo que constituye una operación lógica que emplea elementos cognoscitivos y racionales; creando una actitud libre y reflexiva, con la ausencia de elemento positivo.

Persuasión.- Aspira una respuesta de adhesión o acción; en donde se define como un medio de influenciar la conducta a través de llamamientos dirigidos primariamente a emociones, constituye en la comunicación verbal un elemento clave ya que es la característica que se vale de las tres anteriormente mencionadas. Donde se manipula al individuo según sea su conveniencia.

Propósitos del discurso.- Se considera a la respuesta precisa que el orador o el emisor desea obtener del auditorio, que desea que se le cumplan sus necesidades, por lo que el orador trata de obtener la comprensión de sus receptores para que haga, comprenda y disfrute del mensaje que le ha proporcionado el emisor.

1.3.4.2 La Producción del Discurso

La observación inmediata de los acontecimientos, sucesos, hechos informativos, no es la única fuente u origen para la producción o concreción textual de la noticia. Una gran parte de las noticias o textos periodísticos presentan la información a partir del discurso, o de lo que Van Dijk (1990) llama “textos fuente”: discursos, entrevistas, llamadas telefónicas, declaraciones, conferencias de prensa, reuniones, comunicados, debates del parlamento, juicios tribunales, documentación o archivo policial, etc.

Además de estos procesos de producción, en el caso del texto periodístico, hay que añadir la estructura peculiar del texto periodístico, que sería menos relevante desde el punto de vista del proceso de producción, porque lo encontramos en los manuales o textos normativos en la formación del periodista.

En los mecanismos de producción es preciso considerar los procesos cognitivos; modelos cognitivos y la escritura de textos periodísticos. La producción, pues, debe considerarse en términos de procesamientos del texto, partiendo del texto fuente. “Solamente un análisis cognitivo muestra exactamente cómo tienen lugar los procesos de entendimiento del texto fuente, la representación y el resumen, y cómo se utiliza esta información en los procesos de producción del texto periodístico” (Van Dijk, 1990).

- Ver gráfico 7. Anexo 1, página 137.

Esto quiere decir que la producción de un texto periodístico implica ubicarse en el texto fuente, en la situación y contexto, es decir, dimensiones macro sociológicas, económicas, políticas.

En este proceso de producción, análisis, interpretación, comprensión; es preciso tener en cuenta el dominio de la lingüística textual y el análisis cognitivo, modelo cognitivo, que a su vez tienen relación con la situación y de la información textual.

En el procesamiento cognitivo del discurso o los llamados modelos cognitivos, Van Dijk (1990: 150 y ss.) refiere una serie de etapas o fases del procesamiento del discurso: decodificación, interpretación, estructuración, procesamiento cíclico, formación de la macroestructura, formación de la superestructura, representación en la memoria episódica, modelos situacionales, formación del conocimiento y la creencia, la subjetividad. El análisis de cada una de estas fases llevaría un estudio amplio.

El proceso de observación seguido de la selección, formación de macroestructuras y un “filtro eficaz” son fundamentales en la producción periodística. Esa eficacia (filtro eficaz) lleva a la búsqueda, organización, estandarización de acontecimientos periodísticos relevantes mediante:

- esquemas de acontecimiento: qué
- esquemas de actor de noticia: quién, por quién, a quién, para quién, según quién
- esquemas de situaciones: cuándo, dónde, cómo
- otros esquemas: con qué, para qué, por qué causa

Los procesos, operaciones o estrategias en el procesamiento de textos fuente, la selección, reproducción, resumen, estilística y retórica, significan la comprensión y el análisis del texto fuente en función del modelo cognitivo y del modelo lingüístico textual.

1.3.4.3 El Discurso Informativo

Es aquel que transmite datos concretos y conceptos precisos. Es decir, el discurso informativo se propone transmitir un mensaje en forma objetiva. La

función referencial o informativa se pone de manifiesto cuando el emisor comunica conocimientos acerca del mundo que lo rodea o de sí mismo, en una relación de sujeto-objeto, es decir poniendo distancia frente a sus emociones; por lo tanto, su intención está en el factor “referente” del circuito comunicacional.

Cuando el propósito general es el de informar, el orador quiere que su público comprenda, entienda, sepa o se entere de la información que le presenta.

Se reconocen cuatro tipos de discursos informativos:

- 1) el que explica,
- 2) el que describe,
- 3) el que define y
- 4) el que expone.

Para cada tipo de discurso informativo se debe formular un propósito específico, evitando los errores de redacción que a veces se cometen.

Los principales errores de redacción del propósito específico de los discursos informativos son: 1) los que expresan un objetivo persuasivo, 2) los que son muy generales, 3) los que emplean el modificador comparativo incorrectamente y 4) los que intentan abarcar mucha información. -Fco. Javier Alvarado Cruz-(COMUNICACIÓN CON CALIDAD DINAMICA, TIPOLOGIA DEL DISCURSO. Monterrey, 2001).

El discurso informativo de exposición requiere utilizar de manera creativa los recursos de investigación. Para esto el orador-investigador debe saber cómo localizar la información en las fuentes escritas y orales, así como qué hacer con la información que encuentre.

Los discursos informativos son: 1) explicación, 2) descripción, 3) definición y 4) exposición, o lo que se conoce comúnmente como la conferencia informativa. Generalmente el orador utiliza la explicación, la descripción y la definición como apoyos verbales para el discurso de exposición.

Los rasgos caracterizadores del discurso informativo son los siguientes:

- Uso de la 3a. persona, singular. o plural (acento puesto en el referente)
- Uso del modo verbal indicativo
- Uso de vocablos (sustantivos) unívocos o monodemicos (uso recto del lenguaje)
- Uso de vocabulario técnico
- Aportación de datos precisos de ubicación espacio-temporal, de dimensiones o magnitudes, etc.
- Uso de oraciones impersonales o de matiz impersonal (verbo haber usado como impersonal; verbo de la 3a. Pl. usados como impersonales; uso de “se” como signo de impersonal o de pasiva
- Uso de la 1a. pers. del plural aun cuando el emisor es uno solo.

Dada la objetividad que caracteriza a los discursos en los que predomina esta función, estos pueden valorarse de acuerdo con un criterio de verdad.

1.3.4.4 La Comprensión y Sentido del Discurso

El modelo cognitivo para la producción del texto periodístico es relevante tanto para la explicación de la producción como para el recorrido inverso del proceso, la comprensión del discurso periodístico informativo.

La comprensión de las noticias supone algunas etapas principales: 1) percepción y atención; 2) lectura; 3) decodificación e interpretación; 4) representación en la memoria episódica; 5) formación, usos y actualización general y de las creencias” (Van Dijk, 1990).

En el proceso de la comprensión por parte del lector, la percepción y atención, clasificación y relevancia de los titulares de la noticia es fundamental dado que los titulares controlan la atención y la lectura. La lectura implica la decodificación e interpretación del texto. La lectura de los titulares puede llevar a la continuidad de la actividad en el texto o la interrupción, dependiendo del grado de interés, comprensión, relevancia, novedad, actualidad, del texto periodístico.

La decodificación e interpretación de titulares supone la comprensión y un sistema de control, entendido y manifestado a través de lo que (Van Dijk, 1990) señala como macro estructura del texto, superestructura, información macro estructural, plan de lectura parcial.

La lectura de titulares y comprensión implica el análisis lingüístico - gramatical (semántico, sintáctico) para traspasar de este nivel al conceptual e intencional, lo cual manifiesta la importancia de estas mismas operaciones en el proceso productivo, tanto en el modelo cognitivo como lingüístico.

La interpretación de titulares no sólo pasa por los procesos lingüísticos, sino también por los problemas del conocimiento; esto ayuda a la posterior comprensión y determinación de la macro estructura del texto.

El objetivo de la comprensión del texto o del procesamiento informativo lleva al “establecimiento de un modelo situacional en la memoria episódica” (Van Dijk, 1990), es decir, la formación del componente situacional, circunstancial, contextual; los elementos que describen y determinan el componente pragmático, según se observa en el modelo lingüístico comunicacional.

En síntesis, la comprensión del texto es un proceso complejo de aplicación de los diferentes elementos y estrategias que también tienen que ver con la producción del texto y la representación de modelos (cognitivos, lingüísticos, contextuales).

La actividad productiva e interpretativa se manifiesta dentro de la configuración del modelo de análisis de texto y las normas de textualidad con la intencionalidad (referida a la producción) y la aceptabilidad (referida a la recepción; comprensión).

1.3.4.5 Lenguaje y Discurso

El lenguaje toma diversas vistas, este puede ser analizado y estudiado como fin considerando en sí mismo un estudio intrínseco; un estudio como ente abstracto,

como sistema, o tomarse como medio e instrumento que está al servicio de otro objetivo o finalidad. El estudio del lenguaje como objeto real presenta la necesidad de revisar el uso, sobre todo el uso creativo, el uso del lenguaje de forma adecuada en la comunicación y teniendo en cuenta la situación comunicativa.

A la definición abstracta y sistemática del lenguaje humano entendido por “el conjunto de signos articulados por medio de los cuales se comunican las personas” (Roca-Pons, 1982) se deben añadir elementos particulares pertinentes como la realidad de su uso, el dinamismo y la contextualidad comunicativa. El lenguaje puede tenerse en cuenta como el producto operacional o semiotización y la concreción de las capacidades cognitivas del hablante, y en tal sentido puede entenderse como un conjunto de procesos neuronales que produce objetivos, realizados acústica o gráficamente, para transmitir a otra(s) persona(s) información a cerca de sí mismo” (Bernárdez, 1995). Es decir, comunicación y cognición son dos aspectos esenciales en el estudio funcional del lenguaje.

- Ver gráfico 6. Anexo 1, página 137.

El conjunto sistemático de signos articulados debe ser revisado dentro de la interacción comunicativa, en un contexto particular de la comunicación lingüística, y con el uso adecuado en la comunicación ideal particular. Todo ello exige conocimiento del sistema lingüístico, competencia lingüística, y tiene en cuenta la importancia del uso, dinamismo lingüístico, uso creativo, competencia comunicativa.

En una concepción más específica y referida directamente a la presente investigación, resultan pertinentes las directrices de (Beaugrande, 2000) al señalar el lenguaje como un “sistema integrado con el conocimiento de los hablantes a cerca del mundo y de la sociedad” en tal sentido, este sistema debe ser descrito “en términos lingüísticos, cognitivos y sociales, junto con las condiciones en las cuales lo usan los hablantes”. El sistema planteado en esos términos presenta un modelo de texto y su posible fundamentación en la interacción comunicativa.

El aporte para (Calsamiglia y Tusón, 1999), es una unidad comunicativa, semántico - pragmática, intencional y de interacción. Es la integración de un sistema lingüístico con el uso en la interacción comunicativa, donde intervienen el productor textual y el receptor del texto como participantes de la comunicación.

El “texto es un acontecimiento comunicativo”, y para tal fin debe cumplir con las normas de textualidad, es decir, con los principios constitutivos de la comunicación textual que definen la forma de comportamiento identificable como comunicación textual, y los principios reguladores (regulativos) de la comunicación textual que son los que controlan la comunicación.

El discurso se confunde en un nuevo espacio comunicacional, tejido ya no de encuentros y muchedumbres sino de flujos y redes, en el que emergen unos nuevos modos de estar juntos, modos de identificarse con una aseveración de verdad, poder y control; y otros dispositivos de percepción, que aparecen mediados por la televisión, después por el computador y en poco tiempo más por la imbricación entre televisión e informática, en una acelerada alianza entre velocidades audiovisuales e informacionales.

1.3.4.6 El Texto

Aunque no se señalaba al principio de este trabajo que se utiliza indistintamente texto periodístico, lenguaje periodístico, discurso periodístico, estilo periodístico, es evidente que existe, en el sentido estricto lexical, diferencia entre cada uno de los términos.

El discurso tiene que ver con las unidades del lenguaje y contempla las dimensiones del texto (estructuras del discurso en niveles descriptivos) y el contexto (propiedades contextuales: proceso cognitivo, modelo situacional, sociocultural).

El análisis del discurso implica tanto al texto como a su interacción comunicativa (texto-contexto). En este sentido, el análisis del discurso incluye la gramática textual (descripción sintáctica y semántica) o las reglas de la textualidad (cohesión, coherencia) y las propiedades contextuales (componente pragmático), las reglas de la situacionalidad e intertextualidad.

El análisis del discurso supone la descripción de los procesos de producción, los procesos de interpretación, los contextos cognitivos, la interacción social, los modelos situacionales y contextuales. “Una explicación completa del discurso periodístico exige tanto una descripción de las estructuras textuales de la noticia, como una descripción de los procesos de producción y recepción del discurso periodístico en situaciones comunicativas y contextos socioculturales” (Van Dijk, 1990).

En la estructuración u organización de la noticia (discurso periodístico), Van Dijk incluye la estructura temática, las diferentes macro estructuras, la determinación del tema o asunto, la macro estructura semántica y cognitiva, las proposiciones, las macro proposiciones, argumentos (en la oración), complejidad oracional, hechos (mundo histórico real, imaginario), macro reglas (supresión, generalización, construcción), organización de la noticia (tema, titular, estructura, resumen, macro suceso, macro reglas, situación, representación cognitiva).

Las principales categorías del esquema periodístico (titular, encabezamiento, resumen, episodio, consecuencia, reacciones comentarios,...) se presentan estructuradas del siguiente modo:

- Ver gráfico 8. Anexo 1, página 138.

Otro término usado frecuentemente como sinónimo de discurso periodístico es el de estilo periodístico.

El estilo es una propiedad particular en el uso de lenguaje; está asociado a la personalidad, al usuario y a la estética del uso del lenguaje. El estilo periodístico,

siguiendo a Van Dijk, está controlado por el contexto comunicativo; el lector está implícitamente presente, se tiene en cuenta al lector de clase media, por ejemplo; existe un conocimiento compartido; debe llevar indicadores que presupongan ese conocimiento compartido; el discurso periodístico (estilo) es, a veces, impersonal, institucional; presenta características del uso de la comunicación formal; posee la naturaleza pública de la comunicación. “El estilo es resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones opcionales de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado o denotar el mismo referente” (Van Dijk, 1990). Tiene vinculación con el contexto comunicacional. Visto así, el estilo se desprende de la acción comunicativa discursiva (textual), es decir, del modelo cognitivo, modelo de texto, modelo de contexto (modelo lingüístico comunicacional) y no a la inversa, como aparentan presentar los manuales.

La retórica del discurso periodístico tiene que ver con el modo en que se dicen las cosas; el “arte de bien decir, de embellecer la expresión de los conceptos, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover” (RAE, 2001). Depende de los objetivos, fin y efectos que se desean buscar en la comunicación (que las personas entiendan lo que decimos, pensamos, creemos). El discurso periodístico se caracteriza por la persuasión, los actos de habla asertivos, estructuras gramaticales, jerga pragmática, argumentación; la atención por lo negativo, lo sensacionalista, la retórica de las emociones (satisfacer condiciones cognitivas o emocionales); presentación de informes de accidentes, sucesos.

“La retórica periodística no se limita a las figuras usuales del habla. Más bien, se utilizan los dispositivos estratégicos que relacionan la veracidad, la plausibilidad, la corrección, la precisión y la credibilidad” (Van Dijk, 1990).

Por encima de la relevancia, coherencia, argumentación, la retórica busca en el discurso periodístico aspectos del habla o de la escritura que tengan carácter persuasivo.

A modo de síntesis, integración y reorganización, dentro de la lingüística textual y retomando los principios constitutivos de la comunicación textual, la cohesión y la coherencia se presentan en forma interactiva (sintaxis, sentido, contenido), centradas en el texto, según se aprecia.

1.3.4.7 El Contexto del Discurso

Revisando la concepción de contexto en los últimos escritos de (Van Dijk, 1999), se observa en todos ellos una constante: la pertinencia del contexto en la producción o comprensión del texto. La sistematización más completa de la definición de contexto queda manifiesta como sigue: “el conjunto estructurado de todas las propiedades de una situación social que son posiblemente pertinentes para la producción, estructuras, interpretación y funciones del texto y la conversación” (Van Dijk, 1999).

La definición lleva implícita la concepción del contexto discursivo en la interacción comunicativa y, por consiguiente, los principales participantes del modelo comunicativo: emisor-texto-receptor.

El contexto desempeña un papel fundamental, tanto en la descripción como en la explicación del texto, en la producción e interpretación; lo cual justifica el análisis del contexto, las propiedades o, en palabras de Van Dijk, los modelos de contexto.

La situacionalidad incluye el entorno y su interacción; hace referencia a la relación texto-situación. Tiene en cuenta los factores o elementos que determinan la relevancia del texto en una situación determinada de la interacción comunicativa.

- Ver gráfico 9. Anexo 1, página 138.

La intertextualidad se refiere al conocimiento que de los textos anteriores se posea. Implica considerar las características del texto, la tipología textual.

Con estas consideraciones, se presenta el esquema de modelo de texto, fusionando las reglas de la textualidad con la concepción de Van Dijk (1999) del modelo de contexto dentro del esquema comunicacional:

- Ver gráfico 10. Anexo 1, página 139.

1.3.5 Medios de Comunicación Masivos

Los medios de comunicación masivos son los voceros y transmisores visibles más llamativos de la opinión pública y a la vez, contribuyen a formar esa opinión a través de sus influencias y sus relaciones mutuas.

Medios masivos de comunicación, se define "masa" como una agrupación colectiva transitoria que se caracteriza por una nula o casi nula interacción entre sus miembros, por ejemplo no están reunidos físicamente en ningún lugar, pero se encuentran sometidos a un mismo estímulo. La reacción de las masas puede ser o no racional y es posible que la reacción de cada uno de sus miembros ante un mismo estímulo no sea uniforme. A partir de este concepto de "masa", es posible definir a los medios de comunicación de masas como aquellos medios de comunicación que están dirigidos a este tipo de público en particular.

La importancia de estos medios está dada por algunas de sus características: la velocidad con que llegan al público y el vasto escenario que abarcan. Una noticia difundida en un área densamente poblada accede instantáneamente a millones de personas que, al difundirla, multiplican su alcance.

Todos los gobiernos, partidos políticos, los sectores sociales y religiosos reconocen el valor de la opinión pública. En consecuencia, tratan de influir sobre ellas a través de los distintos medios.

En la comunicación de masas intervienen los elementos mencionados en el proceso de comunicación: emisor-mensaje-canal-retroalimentación y ruido. El proceso de comunicación masiva define y ubica los roles categóricos del comunicador y del receptor; reduce o elimina a dimensión de las relaciones

interpersonales en el proceso de comunicación y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional. El emisor o fuente en el proceso de comunicación masiva suele estar bien identificado, ya que es posible conocer a quien emite, codifica o envía el mensaje; en cambio, el receptor o audiencia, según la teoría clásica, es anónimo, heterogéneo, disperso geográficamente y pasivo, ya que no tiene capacidad de retroalimentación o es muy ilimitada.

La sociología funcionalista de los medios de comunicación

Mass Communication Research (Laswell)

Los medios de comunicación son instrumentos indispensables para “la gestión gubernamental de las opiniones. El medio de comunicación actúa según el modelo de la “aguja hipodérmica” (impacto directo e indiferenciado sobre los individuos atomizados).

Mass Communication Research (Lewin)

Líder de opinión (*gatekeeper*) o controlador del flujo de información: la decisión del grupo depende de un líder que controla los mensajes comunicados por diferentes conductos.

Mass Communication Research (Hovland)

Mensaje persuasivo eficaz (capaz de alterar el funcionamiento psicológico del individuo e inducirlo a realizar actos deseados por el dador del mensaje) cambió la “imagen del comunicador”, la naturaleza del contenido y la puesta en situación del auditorio.

Mass Communication Research (Lazarsfeld)

Contra una investigación crítica una investigación administrativa. Una ciencia de la sociedad no puede tener como objetivo la construcción de una sociedad mejor, ya que el sistema de la democracia realmente existente, representado por Estados Unidos, ya no necesita perfeccionarse. Hay una abstracción total de los procesos de comunicación de los modos de organización del poder político y social.

Mass Communication Research (Lazarsfeld)

El doble flujo de la comunicación. (*two-step*). El proceso de comunicación es un flujo en dos etapas en el que la función de los "líderes de opinión" resulta decisiva. En el primer escalón están las personas relativamente bien informadas por estar directamente expuestas a los medios de comunicación; en el segundo, las que frecuentan menos los medios de comunicación y que dependen de las otras para obtener la información. (Lic. Jorge Ortiz-Líder de opinión).

Los medios de comunicación de masa son:

- Prensa: revista, magazine, periódico.
- Radio.
- Televisión.
- Internet

El estudio se centrará en el medio televisivo, pues la confrontación entre Teleamazonas y El presidente se dio a través de este medio de comunicación.

1.3.5.1 La Televisión

La televisión es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia; esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable.

El receptor de las señales es el televisor. La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "Visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski. La televisión es un medio de comunicación muy importante que llega a todos los hogares y a las clases sociales por lo cual tiene gran influencia en el comportamiento de los individuos y más aún en los niños.

El fenómeno televisivo, típico de nuestros tiempos, presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de la TV. es la de ser un medio de comunicación de masa debido a lo cual se concentran en torno a ellos números y variados intereses como es la programación que transmite.

Es el medio de comunicación que mayor influencia tiene dentro de los hogares, al colocarse como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes.

Por otra parte, demanda atención y presenta una realidad fragmentada y breve, un ejemplo de ello son los comerciales, produciendo en poco tiempo una serie de estímulos.

El tiempo ocupado en ver televisión representa la secuencia en los horarios en los diferentes días y distintos canales, un ejemplo de esto son las telenovelas, las comiquitas y las películas y otras cosas en general, que aparecen como un espacio de confrontación cotidiana entre el sentido de lo nacional, la sensibilidad, los personajes propios, modelos y formatos televisivos capaces de trascender la frontera nacional.

Es un medio de comunicación que ha sido considerado por investigadores, así como la gente común como un interruptor de comunicación en la familia y en la comunidad, donde comparte características con otros entes de la industria audiovisual es un fenómeno particular que posee identidad por sí misma y que ha logrado cumplir más eficientemente el contenido logrando acercarse cada día más al público.

El "poder" de la pequeña pantalla es tan grande que incluso ha llegado a cambiar las costumbres familiares de la mayor parte de las sociedades del mundo, y objetivamente, quizás no haya para menos: con su progresiva implantación, hemos podido vivir en directo algunos de los acontecimientos más importantes de los últimos años.

Para Jesús Marín Barbero, en ningún otro medio como en la televisión se hacen presentes las contradicciones de la modernidad latinoamericana. Aunque la prensa sea aún el espacio de opinión decisiva de los sectores dirigentes, ella presenta, sin embargo, en nuestros países un medio inaccesible económica y culturalmente a las mayorías.

- Ver gráfico 11. Anexo 1, página 139.

1.3.5.2 El Poder de la Televisión.

La Televisión deriva sus poderes de varias fuentes. Una de ellas es de la posibilidad de mezclar en movimiento un lenguaje visual con uno auditivo, que precisamente le permite captar y, aparentemente, también reproducir con alta fidelidad todo eso que está ahí afuera y pasa por la lente de la cámara para ser devuelto a la audiencia en la pantalla de su televisor.

“La Televisión tiene un alto grado de representacionalismo, derivado de sus posibilidades técnicas intrínsecas” (Orozco, 1986). Lo cual no sólo sirve para reproducir una realidad con fidelidad, sino también para provocar una serie de respuestas en la audiencia. Algunas de tipo estrictamente racional, otras fundamentalmente emocionales. Tanto unas como otras dependen, en última instancia, no del representacionalismo en sí, sino del uso o manejo que hacen de éste ante el emisor o productor de un programa.

Aquí es importante señalar siguiendo a R. Williams (1983), que todos los recursos técnicos de la TV están culturalmente determinados; son más bien formas mediante las cuales se producen asociaciones específicas que luego se encadenan para producir un discurso audiovisual concreto. La representacionalidad televisiva entonces, deja de ser solo un recurso técnico, inherente al medio, neutral, para ser un recurso de significación del discurso televisivo y, por supuesto, no neutral.

Los movimientos de cámara, los ángulos de video filmación, los efectos sonoros, la música, el ritmo del montaje, la brillantez del color, y todos recursos técnicos, funcionan en el discurso televisivo como contribuyentes de su significación, esto es, como formas culturales. De esta manera, el discurso televisivo no reproduce "eso que está ahí afuera" sino una manera particular de captarlo y percibirlo. Esto es, produce eso que está ahí afuera.

Como enfatiza Piske (1987), lo real no existe sino sólo como forma cultural de percepción de la realidad. La realidad entonces, no es lo que está ahí, sino eso que está ahí percibido de una manera particular y en el caso de la TV, también transmitido en una manera determinada.

Existen muchas otras fuentes de donde la TV deriva su legitimidad discursiva y su poder de significación. La producción de noticias es una. Las noticias son producidas no en el sentido de que sean inventadas, sino en cuanto que en su producción interviene la intencionalidad y los condicionamientos concretos del emisor que capta de una manera particular el hecho noticioso o incluso define lo que es noticia, su imponencia para la audiencia, el horario de su transmisión, etc. (Glasgow Media Group, 1980).

Como adviene White (1983) hasta el "profesionalismo" de los técnicos que finalizan la programación, incluidos los que leen las noticias, está culturalmente determinado.

No hay una manera neutral (profesional) de ser reportero, sino una manera preferente y dominante que se ha ido generalizando y se presenta como la manera objetiva de obtener y difundir información a la audiencia, y que se va desarrollando dentro de las empresas televisivas (González 1990).

El conjunto de recursos técnicos y características del medio televisivo hacen que la Televisión pueda naturalizar fácilmente su discurso y que esta naturalización se lleve a cabo ante los propios ojos del televidente (Hall 1980). Es esta particularidad lo que constituye la mayor mediación video tecnológica de la TV.

1.3.6 El Conflicto

El conflicto surge de una “Diferencia de intereses u opiniones entre una o más partes sobre determinada situación o tema. Involucra pensamiento y acción de los involucrados”. (Esteban Núñez)

Para definir que existe un conflicto hay que considerar:

- Que existan intereses opuestos;
 - Que dichos intereses sean reconocidos;
 - La creencia de cada parte, de que la otra obstaculiza sus intereses;
 - Un proceso de interacción entre las partes; y,
 - Deben existir acciones de una o ambas partes.
-
- Ver gráfico 12. Anexo 1, página 140.

1.3.6.1 Causas de los conflictos

Los conflictos se pueden ocasionar por las siguientes causas:

- ❖ Comunicación pobre o ausencia de la misma
- ❖ Por fallos en la comunicación interpersonal. Porque el emisor no formula sus condiciones, porque el código (palabras, gestos...) no es el adecuado o porque el receptor no sabe, no puede, o no *quiere* descifrar el mensaje. Y, además, casi siempre las palabras son insuficientes para transmitir los pensamientos.
- ❖ Por una información incompleta. Hay juicios y opiniones que se emiten conociendo sólo una parte de los hechos
- ❖ Por diferencias de caracteres.
- ❖ La búsqueda de poder
- ❖ Insatisfacción con el estilo de liderazgo.
- ❖ Liderazgo débil
- ❖ Falta de apertura
- ❖ Cambios en la forma que se han hecho las cosas
- ❖ Aconsejar, dar soluciones. No es verdad que la gente siempre quiere un

consejo especialmente, cuando es lo que más necesitan. El consejo, la advertencia, implican “superioridad”, para seres con baja autoestima, y pueden provocar que el otro se sienta inadecuado o inferior

- ❖ Nociones fundamentales sobre sistemas de valores
- ❖ Defensores muy articulados en ambos bandos
- ❖ Inhabilidad para llegar a un entendimiento o consenso
- ❖ Rumores dañinos
- ❖ Amenazas de venganza
- ❖ Necesidad de poder y control
- ❖ Falta de un sentido de misión
- ❖ Cultura de sobrevivencia

1.3.6.2 Clasificación de los conflictos

La clasificación se hará de acuerdo al contexto social, su magnitud o más bien a sus características.

Clasificación de los conflictos:

- **Teoría de los conflictos latentes, emergentes y manifiestos (Moore, 1995):**

Los **conflictos latentes** son aquellos en que las tensiones básicas todavía no se han desarrollado por completo.

Los **conflictos emergentes** se refieren a aquellos en los que las dos partes son identificadas, las dos partes reconocen la existencia del conflicto, pero si no se lleva un procedimiento de regulación se puede producir una fuerte escalada.

Y los **conflictos manifiestos** son aquellos en los que las dos partes se comprometen habiendo iniciado negociaciones o la regulación del conflicto, aunque no signifique que llegue a una solución.

- **Conflicto de intereses o conflictos de derecho (Funes de Rioja, 1996):**

Con relación a la razón del conflicto se puede clasificarlos como:

Conflictos de intereses se refiere a aquellos <<que sirven para fijar reglas sobre condiciones de trabajo o meramente económicas>> (Funes de Rioja, 1996: 96). En cambio, la aplicación de las reglas o la interpretación de las existentes>> se da en los conflictos de derechos. Los primeros se producen cuando aparecen ciertas quejas por parte de trabajadores u otros colectivos por no haber sido tratados bajo los presupuestos de las reglas existentes. Lo segundos cuando se produce una contraposición entre los intereses de diferentes partes.

En función a la magnitud, Funes de Rioja clasifica en:

Conflictos individuales son aquellos en los que el interés propio prima. En cambio, en los colectivos en interés afectado es el grupo. Es decir, la diferencia se establece dependiendo de si se repercute al interés de una única persona o de un grupo, sean estos dos o más.

- **Conflicto intrapersonal y colectivo Fisher (1990).** Se entiende el conflicto desde una perspectiva más estricta desde el sujeto, o amplía desde el interés del grupo:

Los **intrapersonales** son aquellos que afectan a una única persona. Son contradicciones que producen en el interior de una persona.

Los **conflictos colectivos** son aquellos que afectan a dos o más personas. Dentro de este grupo se puede diferenciar en tres los conflictos interpersonales, los conflictos intergrupales: los conflictos intranacionales, los conflictos internacionales y los conflictos mundiales. Estos últimos se caracterizan en función del número de personas afectadas. En cada caso son más los afectados hasta que se alcanza el conflicto que perjudica a toda la población mundial.

- **Conflictos de legitimidad, transición, identidad y de desarrollo (Fisas, 1998) relacionados a los aspectos socio-políticos:**

Siguiendo los trabajos de Doom, Vlassenrot (1996) y Lund (1996), Fisas (1998) comentan:

Los **conflictos de legitimidad** se refieren a aquellos que surgen como consecuencia de la falta de legitimidad, de la ausencia de participación política, o de problemas en la distribución del bienestar.

Cuando habla de los **conflictos de transición** se refiere a aquellos en los que se utilizan momentos de cambio político, o de cualquier otro tipo, para establecer las luchas entre potencias rivales con la finalidad de que una de ellas se haga con el poder.

Los **conflictos de identidad** se refieren aquellos que tiene lugar por la falta de reconocimiento de otras formas de vida. Podrían ser conocidos como conflictos étnicos.

Por otra parte, los **conflictos de desarrollo** que se originan por las desigualdades existentes entre los más ricos y los más pobres. La causa sería la desigual distribución de los bienes.

• **Conflictos de alta intensidad y baja intensidad (Morales, 1999):**

Morales habla de los diferentes tipos de conflictos y distingue entre los conflictos de alta y los de baja intensidad, que coinciden con la terminología utilizada por Kriesberg de conflictos tratables y conflictos intratables.

Los **conflictos tratables** son aquellos en los que, a pesar de que existe violencia, la negociación es la que cierra el ciclo y acaba por generar una solución que reconoce la legitimidad de los intereses del grupo.

En cambio, los **conflictos intratables o de alta intensidad** se caracterizan por repetidos fracasos en los intentos de solución. Se trata de conflictos que han afectado a muchas generaciones y que ha generado muchos problemas al grupo, e incluso se constituye como parte de él. No obstante, ambos tipos de conflictos

tienen cosas en común, ya que se componen de los mismos elementos (contexto, origen, individual, procesos de grupo, relaciones intergrupales, indicadores de intensidad) pero es el contenido de esos elementos el que varía de una forma de conflicto a otra. Además es tarea sencilla pasar de un tipo de conflicto a otro con los procesos de escalada y des-escalada.

- **Conflictos ideológicos, políticos e interpersonales (Vinyamata, 1999):**

Como **conflictos ideológicos** Vinyamata apunta <<aquellos que hacen referencia a las ideas, los valores, a las conceptualizaciones, al cúmulo de informaciones y percepciones que contribuyen a dotarnos de un pensamiento determinado, incluyendo los que provienen de la formulación de intereses de poder, y de los provenientes de la inspiración religiosa, y del discernimiento filosófico>>.

Por otra parte, los **conflictos políticos** son señalados como sus causas << la diversidad de intereses (de necesidades) en lugar da diversidad de formas de expresarlas e interpretarlas>>.

Por último los **conflictos interpersonales** entienden los conflictos que se producen entre varias o más personas, como por ejemplo los conflictos matrimoniales, los conflictos escolares, los conflictos vecinales y cívicos, laborales y entre organizaciones.

Los tipos de conflictos interpersonales que señala Vinyamata, tienen lugar en cualquier esfera de la realidad social. Allí donde son posibles las relaciones sociales es posible el origen de un conflicto interpersonal. Esta es la razón, por la que actualmente se escucha hablar de los conflictos de géneros, de los conflictos laborales, de los conflictos de clase, de los conflictos familiares, de los conflictos generacionales, de los conflictos de religiones, de los conflictos étnicos, de los conflictos de comunidades, de los conflictos de vecinos, de los conflictos educativos, de los conflictos económicos, de los conflictos políticos, de los conflictos amorosos y de los conflictos entre amigos.

• **Conflictos interpersonales, intrapersonales o sociales (Burguet, 1999):**

Marta Burguet señala que los conflictos se pueden clasificar según los colectivos e implica a dos (interpersonales, intrapersonales o sociales. Los sociales pueden ser internacionales, ecológicos o económicos), el tipo de comportamiento (de evitación, competitivo, colaborador, complaciente y transigente) la temática (de intereses, estructurales, de relación, de información y de valores) y la percepción (latente, real, pseudoconflicto).

• **Los conflictos calientes o fríos, (Muldoon, 1998):**

“Por lo general, un conflicto o está oculto, es decir <<frío>>, o es incendiario, como un fuego fuera de control. Mientras que hemos de sacar los conflictos fríos de las profundidades heladas para podernos identificarlos y resolverlos, los conflictos calientes se han de contener primero para poder resolverlos antes de que consuman todo lo que hallen en su camino (...).”

Por lo tanto los conflictos son clasificados y vistos de diferentes formas, teniendo una significación en función del contexto. En resumen, los conflictos presentados a través de las teorías elaboradas de diversos autores, nos sirven para comprender el constructo que estamos investigando desde diversos ángulos. No obstante, no hemos considerado oportuno hacer mención de los conflictos bélicos o armados, dado que nuestro interés no es investigar los conflictos de este carácter.

1.3.6.3 Los conflictos como una posibilidad para el cambio.

Los conflictos en general se asocian a algo negativo, puesto que cargan una serie de valores difíciles de solucionar y/ o intervenir. Pero lo vemos desde una perspectiva positiva.

“El conflicto nos priva de la ilusión que controlamos nuestras vidas. Conlleva la pérdida, la separación y la dependencia no deseada. Nos obliga a desarrollar aptitudes y emplear recursos que no pensábamos que teníamos. El conflicto nos

empuja más allá de nuestros límites. Con todo, interrumpe nuestros sueños, sacude nuestras vidas, nos saca del nido, nos priva de la comodidad y nos obliga a valernos por nosotros mismos” (Muldoon, 1998: 42).

Son muy diversas las maneras que se comprende los conflictos. En la actualidad parece haber una convergencia en lo que dice respecto a considerar los conflictos como una posibilidad para el cambio, para la transformación.

Teniendo en cuenta los estudios desarrollados sobre la regulación de los conflictos, podemos decir que hay tres modelos distintos señalados por París (2005):

La resolución de conflictos: El conflicto es visto desde una perspectiva negativa. Se centra en la evolución y el resultado final del conflicto. No obstante enfatiza los efectos negativos del mismo.

La gestión de los conflictos: El conflicto es visto como algo natural, que forma parte de las relaciones humanas, aunque resalte el aspecto negativo (destructor).

La transformación de los conflictos: El conflicto es visto como una situación oportuna para el aprendizaje de nuevas dinámicas. Una situación conflictiva puede transformar de manera positiva no solo las relaciones humanas, como a los implicados en el conflicto. El diálogo es fundamental para la búsqueda de una alternativa serena. El investigador de la presente temática acota que es a este principio al cual los nuevos Periodistas debemos afianzarnos a fin de hacer más viable la comunicación en nuestras sociedades y estamentos gubernamentales.

1.3.6.4 Medios de solución de conflictos

La solución es una de las alternativas que tienen las partes frente a un conflicto. Esta solución puede provenir de las mismas partes o implicar a un tercero que decida por ellas.

Se denomina "Métodos Alternativos de Resolución de Disputas o de Conflictos" a una gama de mecanismos utilizados para solucionar conflictos sin necesidad de acudir al sistema de los tribunales de justicia, tales como, la negociación, la mediación, la conciliación, el arbitraje, la conciliación y los mini juicios.

A continuación se expondrá brevemente en qué consiste cada una de estas alternativas.

1. Negociación

La negociación es un trato entre personas que buscan alcanzar un objetivo provechoso para ellas. Se negocia desde los asuntos más domésticos hasta situaciones de interés mundial. Consiste en intercambiar puntos de vista sobre temas en los que las partes presentan la misma preocupación y buscan armonizar sus criterios.

2. Mediación

La mediación es una "negociación asistida" en la que interviene un tercero neutral que ayuda a las partes a enfocar el problema y a que encuentren una solución al mismo, las partes actúan, negocian y proponen las soluciones protegiendo así los intereses de ambos.

3. Transacción

Busca satisfacer los intereses primordiales de las partes. En general, transar implica la renuncia a parte de los intereses.

4. Arbitraje

El arbitraje significa el sometimiento de la resolución del problema a la decisión de un tercero neutral e imparcial.

Según sea de común acuerdo de las partes o por mandato de la ley, el arbitraje será voluntario en el primer caso o forzoso en el segundo.

Si se busca adoptar una decisión apelando a principios de justicia y equidad, el arbitraje se denomina de equidad o amigable composición y los miembros de dicho tribunal arbitral no serán necesariamente abogados.

5. Conciliación

Es la forma más antigua de resolver disputas relacionadas a temas contractuales y civiles; consiste en el acuerdo de las partes por sí mismas o por propia iniciativa con la intervención de un tercero, intermediario.

La conciliación puede ser procesal o judicial cuando el mecanismo está previsto en la ley mediante el establecimiento de una audiencia en medio de un juicio; por ejemplo, para que las partes intenten un acuerdo o caso contrario se continúa con el proceso.

La conciliación también puede ser extraprocesal o extrajudicial cuando las partes buscan un acuerdo antes de llegar a juicio o cuando en el transcurso del juicio realizan directamente un acercamiento. En algunos casos, el intento de conciliación constituirá un requisito previo para iniciar acciones legales y deberá demostrarse que se intentó sin éxito un acuerdo.

6. Mini juicio

El mini juicio es una reunión parecida a una audiencia, convocada por los abogados de las partes para exponer los puntos de vista y pretensiones de las partes y así tener una visión más real de la causa del litigio. Estas audiencias no tienen un procedimiento establecido, son los abogados de las partes los que señalan el modo en que se desarrollarán.

En muchas ocasiones el mini juicio sirve para lograr un acuerdo entre las partes, especialmente en temas de materia mercantil.

1.3.6.5 La Audiencia y la Mediación

El estudio de las audiencias de la TV se ha constituido en un campo de batalla no sólo intelectual, sino económico y principalmente político. El video tecnología cada vez más perfeccionada y su uso cada vez más sofisticado por parte de los emisores plantean un escenario televisivo "posmoderno" donde la mediación en el proceso de la comunicación adquiere una renovada actualidad. Su relevancia radica precisamente en que es ahí desde donde puede darse la manipulación de las audiencias o, por el contrario, su emancipación.

Originalmente, para Martin Serrano, (1989); el concepto de la mediación se había relacionado con los medios masivos de información sobre todo en el polo de la emisión y se había referido a la manera en que los emisores y los medios percibían y luego transmitían el acontecer social a su público,

El cambio de énfasis en la concepción misma de la mediación permite enfocarse en el polo de la recepción y abordar la interacción entre programación televisiva y audiencias. Esta interacción ya venía siendo teorizada y estudiada dentro del modelo de "estudios culturales", generado e impulsado por las nuevas corrientes de la Sociología de la Cultura, en particular por los trabajos de la Escuela de Birtningham en Inglaterra (Hall 1980) Y más recientemente por los trabajos seminales de autores nórdicos como Jensen (1987) sobre el estudio cualitativo de las audiencias (integrative approach to reception) o autores latinoamericanos como Fuenzalida y Hermosilla (1989). Dentro de una perspectiva culturalista que privilegia la mediación como categoría de análisis, el propósito de estas páginas es repensar la recepción televisiva como un proceso en el cual tanto la TV como la cultura constituyen un conjunto de mediaciones que se ponen en juego en la interacción entre la TV y su audiencia. Con esta discusión se busca conceptualizar una serie de elementos que permitan abordar de

manera más integrada el complejo juego de la mediación. En la primera parte se discute una concepción culturalista de la TV y su capacidad para legitimar y circular significados.

En la segunda parte se profundiza sobre la audiencia para, finalmente, discutir un conjunto de mediaciones en el proceso de recepción televisiva.

1.4 Marco Conceptual

Se describirá cierta terminología de importancia para una cabal contextualización de la presente investigación:

Agresividad.- Disposición permanente a comprometerse en conducta de agresión real o fantasmáticas.

Análisis de contenido.- Es el conjunto de técnicas empleadas en materia de comunicación con el fin de investigar mediante la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa, del contenido manifiesto de la comunicación, sobre la base del análisis de mensajes escritos y expresiones orales, tales como emisiones radiales o televisadas, fotografías y filmes, dirigidas a la cuantificación y clasificación de las ideas mediante categorías preestablecidas.

Análisis semántico.- Término proveniente del griego *shmantikov*: lo significativo, consistente en una técnica que analiza detalladamente la forma y estudia las propiedades del significado de las palabras utilizadas en contextos específicos de una manera sistemática y objetiva, haciendo referencia a una gama de expresiones y lenguas tan extensa como sea posible, descomponiendo los lexemas en una serie de rasgos semánticos o componentes.

Aceptación.- De lo dicho como texto, que no es otra cosa que reconocerle su carácter comunicativo, (las propiedades de coherencia y cohesión descansan en esa propiedad de carácter psicolingüístico).

Canal.- Es el medio físico a través del cual fluye o circula el mensaje, corresponde generalmente a estímulos sensoriales.

Cohesión y coherencia.- Indican de qué manera se integran los elementos y adquieren sentido en el texto.

Conflicto.- Todas las situaciones de interacción que se caracterizan por divergencias de intereses, competiciones de poder y antagonismos generan conflictos.

Conflicto social.- Oposición o enfrentamiento entre grupos sociales o entre los miembros de un grupo por competencia, por poder o status social, por la supremacía de ideas y cosmovisiones o por la posesión de recursos materiales.

Confrontación- Cotejo de una cosa con otra, Acción de confrontar (ponerse una persona frente a otra).

Crítica.- Es el pensamiento contrario que tiene una persona en contra de otra.

Crónica.- Es la narración directa e inmediata de una noticia con ciertos elementos valorativos que siempre deben ser secundarios, respecto a la narración del hecho en sí, la crónica intenta reflejar lo acontecido entre dos fechas, supone cierta continuidad por la persona que lo escribe (periodista o colaborador).

Discurso informativo.- Se puede definir el discurso como “toda sucesión de palabras, extensas o cortas, que sirva para expresar lo que discurrimos, debe ser adecuado, es decir, ordenado, acomodado y proporcionado para lo que se quiere, perfecto para el caso”.

Esta definición sugiere que el comunicador sabe lo que quiere con su discurso, y lo organiza para lograr ese objetivo.

Todo discurso posee tres partes fundamentales: la introducción, el desarrollo y la conclusión. A su vez, la introducción tiene cuatro funciones: captar la atención del público, establecer una relación positiva con el público, justificar el tema y anunciar al público la información que recibirá.

Entrevista.- Es un hecho que consiste en un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador o entrevistadores que interrogan y el o los entrevistados que contestan. La palabra *entrevista* deriva del latín y significa "Los que van entre sí". Se trata de una técnica o instrumento empleado para diversos motivos, investigación, medicina, selección de personal. Una entrevista no es casual sino que es un diálogo interesado, con un acuerdo previo y unos intereses y expectativas por ambas partes. También la entrevista puede significar mucho para otras personas ya que pueden ayudar a conocer personas de máxima importancia.

El diccionario de la real academia española define la palabra *Entrevista* como: la conversación que tiene como finalidad la obtención de información. La misma proviene del francés *entrevoir* que significa *lo que se entrevé* o *lo que se vislumbra*.

Intencionalidad.- Es el comportamiento activo para producir textos. Es la planificación de la comunicación para conseguir sus objetivos. Las estrategias de la intencionalidad es la relevancia (mide la capacidad informativa y comunicativa de los elementos del discurso en relación a su eficacia).

Internautas.- En esencia denomina a una persona que navega en Internet visitando páginas web y, por extensión, a cualquier persona que haciendo uso de una aplicación en una computadora obtiene información de Internet, o interactúa con otras personas: correo electrónico, compartir archivos, discusiones en foros, etc.

Intertextualidad.- O adecuación del discurso con respecto a un género o modelo y con otros textos a los que parece dar réplica.

Mass media.- Son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de *masas* o al concepto comunicativo de público.

La finalidad de estos medios de comunicación es, según la fórmula acuñada específicamente para la televisión, formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden, buscan el beneficio económico del empresario o grupo empresarial que los dirige, habitualmente concentrado en grandes grupos de comunicación multimedia, e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad.

Mensaje.- Es el objeto central de cualquier tipo de comunicación que se establezca entre dos partes, el emisor y el receptor. Si bien en general se relaciona la idea de mensaje con mensajes escritos, hoy en día la variedad de mensajes y estilos comunicativos posibles es ciertamente infinito y hace que los individuos podamos mantener contacto con otras personas de muy diversas maneras.

Pragmática.- La pragmática o pragmatolingüística es un subcampo de la lingüística, también estudiado por la filosofía del lenguaje y la psicolingüística o psicología del lenguaje, que se interesa por el modo en que el contexto influye en la interpretación del significado. El contexto debe entenderse como situación, ya que puede incluir cualquier aspecto extralingüístico: situación comunicativa, conocimiento compartido por los hablantes; relaciones interpersonales; etc. La pragmática toma en consideración los factores extralingüísticos que condicionan el uso del lenguaje, esto es, todos aquellos factores a los que no se hace referencia en un estudio puramente formal.

Propaganda.- Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", definen la *propaganda* como "*el uso de técnicas de publicidad aplicadas a fines políticos. Se origina en la expresión propagar, que significa difundir*".

Publicidad.- Es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

Retórica.- Es la disciplina transversal a distintos campos de conocimiento (ciencia de la literatura, ciencias políticas, publicidad, periodismo, etc.) que se ocupa de estudiar y de sistematizar procedimientos y técnicas de utilización del lenguaje puestos al servicio de una finalidad persuasiva o estética del mismo, añadida a su finalidad comunicativa.

Semántica.- Ciencia que conocemos con el nombre de semántica. Tenemos que partir de una definición previa. Sabemos que todo signo lingüístico tiene dos caras. El significante o parte material del signo y el significado o imagen mental que sugiere el significante. Aún hemos de añadir un nuevo elemento: el referente o elemento real existente, al que se refieren tanto significado como significante. No es lo mismo la palabra que designa un referente que el referente mismo.

Semiótica.- Se define como el estudio de los signos, su estructura y la relación entre el significante y el concepto de significado.

Semiosis.- Es cualquier forma de actividad, conducta o proceso que involucre signos. Incluyendo la creación de un significado.

Situacionalidad.- Nos obliga a elegir una estrategia discursiva adecuada para que el texto sea pertinente y apropiado.

Televisión.- Es el sistema de transmisión de imágenes en movimiento, está basado en varios descubrimientos, entre los que se encuentra el disco perforado explorador, inventado en 1884 por el pionero de la televisión, el alemán Paúl Gottlieb Nipkow.

Violencia.- La violencia física hace reinar la ley del más fuerte oprimiendo individuos o grupos más débiles.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN (CONFLICTO ENTRE TELEAMAZONAS Y EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA)

2.1 Introducción

El presente análisis investigativo se basará sobre una temática que en los últimos tiempos ha generado mucha preocupación y creado controversias entre los gestores de dichos sucesos identificados como parte contextual de los comunicadores sociales, medios de comunicación periodísticos, radiales, televisivos e Internautas, así como de los estamentos que dirigen el poder político, económico, cultural y social de los diferentes países del contexto mundial, los cuales se han visto enfrascados en pugnas por mantener el control hegemónico de la cosa pública y social, para lo cual han sido electos por los verdaderos mandantes que son las clases sociales o sociedades de cada uno de los países que pueblan este planeta.

Para entender la trascendencia de lo que está en juego; para comprender mejor el alcance y la profundidad una manera de empezar es realizando un análisis de la confrontación entre el Sr. Jorge Ortiz, presentador del noticiero informativo 24 Horas-Hora 7 y el Presidente Rafael Correa.

Aquí un extracto de lo sucedido:

2.1.1 Tratamiento periodístico

Los puntos de partida de este análisis son la declaración hecha por el presidente Correa en la cadena sabatina, reproducida en el noticiero mencionado, y la opinión de los medios de comunicación.

Martes 22 de diciembre 2009

Medios de Comunicación:

Fue un día festivo en la Asamblea. En la mañana, los legisladores aprobaron el presupuesto del 2010, el debate duró hasta las 12:00. Una hora más tarde, asambleístas y empleados se reunieron para celebrar la Navidad. Las sonrisas y la alegría inundaban el lugar. Para amenizar la fiesta, la orquesta Sinamune del maestro Edgar Palacio llegó al Palacio Legislativo, al igual que el coro del Consejo Provincial de Pichincha... El baile se instaló. Betty Carrillo, Fernando Aguirre, Guillermina Cruz, entre otros, bailaban animadamente.

Mientras el debate ocurría en la Asamblea, Teleamazonas trabajaba normalmente. La publicidad y el noticiero estaban al aire, sin contratiempos. En las propagandas, los spots publicitarios se mezclaban con un mensaje de Navidad de Teleamazonas, donde el presentador Jorge Ortiz mencionaba que este año fue duro, frase que se intercaló con la imagen de Rafael Correa pidiendo el cierre de esa estación televisiva. Segundos después, nuevamente aparecía Ortiz diciendo que... todo eso se había superado. Error de cálculo. El año dura 365 días y a 9 días del final del 2009, el cierre temporal se hizo efectivo.(PARA DIAPOSITIVAS).

Jorge Ortiz:

"De lo que conozco es la primera vez que hay una persecución tan grande como este momento la vivimos. No recuerdo ningún otro medio, ni radio ni televisión, que haya sufrido lo que está sufriendo este rato Teleamazonas", sostuvo Ortiz.

Pese a la situación, el canal -en palabras de Jorge Ortiz, encargado de la sección de entrevistas-, continuará informando "sin temor" y sin inclinarse ante el poder.

"Hoy más que nunca Teleamazonas reitera que, por intensa y cínica que sea la persecución, este canal (...) seguirá informando, cuestionando, denunciando y opinando sin temor, sin inclinarnos ante el poder", dijo.

"Aquí seguiremos, mientras podamos, llevándoles cada día la información más independiente de la televisión ecuatoriana, no importa cuáles sean los riesgos, las amenazas, las incomprendiones o las retaliaciones", subrayó.

Lunes, 8 de marzo de 2010.

Jorge Ortiz:

En Teleamazonas, el periodista Jorge Ortiz, a propósito de la cadena ordenada por el Gobierno dijo: "Hoy en la mañana hubo otra de las continuas interrupciones a la programación de Teleamazonas ordenadas por el Gobierno en una actitud abusiva del Régimen en las cadenas nacionales de televisión que las utiliza para espacios políticos y para denigrar a las personas".

El Régimen resaltó el hecho de que el país ha recibido un reconocimiento internacional por la eficaz conservación y manejo de los tiburones.

Presidente Correa:

Ese día, en su habitual cadena radial, el jefe de Estado dijo que en las próximas elecciones presidenciales, previstas para febrero en caso de que gane el Sí y dado que están "en contra del Gobierno", Vera puede lanzarse de candidato; Jorge Ortiz (Teleamazonas), como su compañero de fórmula, y Emilio Palacio (El Universo), como jefe de campaña, "por el partido de los Pitufos... Los Pitufos al poder y vamos a ver cuántos votos sacan; en el fondo lo que les asusta son las elecciones. Lo mismo Gutiérrez, en febrero pueden hacerse candidato. Partido los Pitufos

Unidos".

En respuesta, Vera dijo:

Correa carece de argumentos y pretende "descalificar a quienes lo critican, usando su estatura, pues sigue convencido que la grandeza está en la altura en que se eleva él sobre el suelo y no en lo alto que deben estar sus actitudes para superar complejos y resentimientos...".

También dijo que por sus ademanes le queda bien el papel de la Pitufina y que el promedio de estatura de los hombres en el país es de 1,66. "Eso no hace más ni menos varón a un hombre, pero por lo visto es el mayor defecto para un grandulón, quien como Gargamel, terminará atado por la pequeñez de sus argumentos".

2.1.2 Derecho a la comunicación y libertad de expresión "Alfonso Espinoza de los Monteros"

Sin libertad no puede haber verdadero orden, estabilidad y justicia. Y sin libertad de expresión no puede haber libertad. La libertad de expresión y de búsqueda, difusión y recepción de informaciones sólo podrá ser ejercida si existe libertad de prensa.

Sabemos que no toda expresión e información pueden encontrar acogida en todos los medios de comunicación. Sabemos que la existencia de la libertad de prensa no garantiza automáticamente la práctica irrestricta de la libertad de expresión. Pero también sabemos que constituye la mejor posibilidad de alcanzarla y, con ella, disfrutar de las demás libertades públicas.

Sin medios independientes, sin garantías para su funcionamiento libre, sin autonomía en su toma de decisiones y sin seguridades para el ejercicio pleno de

ella, no será posible la práctica de la libertad de expresión. Prensa libre es sinónimo de expresión libre.

“Sin el derecho a informar y a ser informado, sin el derecho a opinar libremente, a denunciar injusticias y a reclamar cambios, el hombre está condenado a la opresión” dice la Comisión Interamericana de los Derechos Humanos, entre tantas y tantas organizaciones internacionales que apoyan formalmente la libertad de expresión.

Se la considera esencial para el desarrollo del conocimiento y del entendimiento entre los pueblos, se la define como “herramienta efectiva para la lograr la mayor transparencia en los actos de gobierno y de la sociedad misma”

Lo preocupante es en que los gobiernos en América, incluyendo el nuestro, tratan de descalificar y vilipendiar a la libertad de expresión y a los medios de comunicación como un paso para justificar la concentración de poder. Para ello utilizan palabras ofensivas, adjetivos, chistes de mal gusto, y hasta procacidades con la idea de disminuir de cualquier forma a los periodistas y los medios y sustituir el diálogo con la pelea.

Los nuevos ideólogos no conciben ni admiten que la crítica debe existir y debe de ser tolerada, por eso, hacen su guerra contra los medios para desgastarlos, llevándolos al terreno político como contradictores.

El poder de los medios es inminentemente moral. Joseph Kapler, un investigador a fondo de estos temas dice que “la comunicación masiva no sirve, comúnmente como causa necesaria y suficiente de efectos en el público; más bien funciona entre y a través como un nexo de factores e influencias mediadoras.

Hay medios de comunicación que deja de ser tales para convertirse en claques propagandistas que suelen montar los grupos dominantes, los manipuladores, los defensores de negocios. Cuando un medio se entrega a círculos donde priman

intereses políticos y de parecida índole, automáticamente, pierden legitimidad y al pueblo le resta o le retira su confianza.

A los medios serios se les reconoce por el respeto y la credibilidad que generan, tienen el poder moral que nace de una línea editorial honesta, independiente e identificada con los intereses del país.

Hay un poder real en los medios cuando el público aprecia y comprueba que hay independencia, cuando se asume la obligación de ser críticos y a portadores, cuando se informa y orienta con la máxima imparcialidad y objetividad posible haciendo esfuerzo para ello, cuando se respeta la pluralidad de las ideas, de todas las corrientes de pensamiento y de movimientos que las propugnan, facilitando el debate sano en un ejercicio práctico de la libertad de pensamiento.

El periodista asume una posición desinteresada, emitida desde el ámbito ético por sobre el nivel de las contraposiciones intrascendentes o de los puntos de equilibrio casi siempre pre fabricados o escapistas, cuando se están haciendo es desentrañar la verdad del trasfondo de las discusiones.

Walter Cronkite, posiblemente el mejor comunicador de la televisión de estados unidos, solía decir que el papel de los periodistas no es del médico superdotado para curar todos los males sociales, sino el del laboratorista que desmenuza y pone sobre la mesa todas las facetas de la información.

Pero no solo así se vulnera a la prensa y a la expresión libres. La tentación del control y de la regulación coaccionan te ha conducido a decisiones que limitan la acción independiente de los medios de prensa, periodistas y ciudadanos que desean buscar y difundir informaciones y opiniones.

Una prensa libre es condición fundamental para que las sociedades resuelvan sus conflictos, promuevan el bienestar y protejan su libertad. No debe existir ninguna ley o acto de poder que coarte la libertad de expresión o de prensa, cualquiera sea el medio de comunicación.

2.1.3 Principios fundamentales para la libertad de expresión y el derecho a la comunicación

1. No hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa. El ejercicio de ésta no es una concesión de las autoridades; es un derecho inalienable del pueblo.

2. Toda persona tiene el derecho a buscar y recibir información, expresar opiniones y divulgarlas libremente. Nadie puede restringir o negar estos derechos.

3. Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner a disposición de los ciudadanos, en forma oportuna y equitativa, la información generada por el sector público. No podrá obligarse a ningún periodista a revelar sus fuentes de información.

4. El asesinato, el terrorismo, el secuestro, las presiones, la intimidación, la prisión injusta de los periodistas, la destrucción material de los medios de comunicación, la violencia de cualquier tipo y la impunidad de los agresores, coartan severamente la libertad de expresión y de prensa. Estos actos deben ser investigados con prontitud y sancionados con severidad.

5. La censura previa, las restricciones a la circulación de los medios o a la divulgación de sus mensajes, la imposición arbitraria de información, la creación de obstáculos al libre flujo informativo y las limitaciones al libre ejercicio y movilización de los periodistas, se oponen directamente a la libertad de prensa.

6. Los medios de comunicación y los periodistas no deben ser objeto de discriminaciones o favores en razón de lo que escriban o digan.

7. Las políticas arancelarias y cambiarias, las licencias para la importación de papel o equipo periodístico, el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión y la concesión o supresión de publicidad estatal, no deben aplicarse para premiar o castigar a medios o periodistas.

8. El carácter colegiado de periodistas, su incorporación a asociaciones

profesionales o gremiales y la afiliación de los medios de comunicación a cámaras empresariales, deben ser estrictamente voluntarios.

9. La credibilidad de la prensa está ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de precisión, imparcialidad y equidad, y a la clara diferenciación entre los mensajes periodísticos y los comerciales. El logro de estos fines y la observancia de los valores éticos y profesionales no deben ser impuestos. Son responsabilidad exclusiva de periodistas y medios. En una sociedad libre la opinión pública premia o castiga.

10. Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público.

La lucha por la libertad de expresión y de prensa, por cualquier medio, no es tarea de un día; es afán permanente. Se trata de una causa esencial para la democracia y la civilización en nuestro hemisferio. No sólo es baluarte y antídoto contra todo abuso de autoridad: es el aliento cívico de una sociedad. Defenderla día a día es honrar a nuestra historia y dominar nuestro destino. Nos comprometemos con estos principios.

2.1.4 Análisis comparativo

La relación Gobierno y medios de comunicación no es nueva, se remonta a marzo de 2007, es decir, a dos meses de que Rafael Correa asumiera la presidencia. Sin embargo, esta relación se ha ido haciendo cada vez más tensa, y hoy tiene visos de evidente enfrentamiento, sobre todo entre el Presidente de la República y los periodistas, propietarios y directivos de medios.

Por su parte el gobierno ha generado un discurso que señala los vínculos históricos que los grandes medios de comunicación y en cierta forma los famosos periodistas que trabajan en ellos han mantenido con grupos de poder, especialmente con los grupos financieros. Estos vínculos han posibilitado la

manipulación o distorsión de la información pública, y en ocasiones, sostenidos procesos de desinformación para favorecer los intereses de los grupos de poder que están detrás de los medios de comunicación.

Si bien se puede sostener, en un análisis ligero que a Correa “se le fue la mano” y no falta quien vea en esa confrontación el trasfondo autoritario del presidente, su actitud marcó una radical diferencia con una historia de complicidades entre los medios y el poder político, es decir, entre dos poderes. Interpretan ligeramente que es sólo un recurso demagógico de un presidente que sabe que la credibilidad y legitimidad de los medios está por debajo del 10% en las encuestas, es una lectura posible.

Preferimos la otra que hace referencia a los viejos análisis de la comunicación alternativa con respecto a la libertad de expresión. Nos parece que los medios han rebasado los límites entre la información y la opinión, han relajado su espíritu crítico hasta convertirlo en una secuencia de zancadillas hacia el otro con el que están en desacuerdo. Las críticas más agudas al papel de los grandes medios de comunicación han partido de la consideración de que la construcción de sentido en el campo social o cultural radica en los movimientos sociales y no en las pretensiones hegemónicas de los grandes medios de construir la opinión pública.

Martín Barbero señala con certeza que los medios aportan a la gente grupos de pertenencia, quién es el enemigo, sobre quién proyectar sus miedos y frustraciones y con quién soñar. Y todo ello, por pedazos, por fragmentos dispersos.

¿Es posible, es legítimo, nos preguntamos, que la sociedad aspire a otros medios de comunicación? Con plantearse esta pregunta, se habrá avanzado bastante a partir de la confrontación de Correa.

Sin embargo, no se pueden menospreciar ciertos riesgos que el Gobierno corre en su confrontación y que no contribuyen al cuestionamiento fundamental. Por ejemplo, expresiones despreciativas hacia algunos periodistas o la última reforma al reglamento que prohíbe la difusión de un tipo de productos, las grabaciones clandestinas, que fueron iniciadas por el propio Gobierno. Al final, lejos de

modificar un comportamiento de los medios, que sería bueno que se replanteen el uso “porno” que están haciendo de dichas grabaciones, la decisión de Correa le pone al borde de una ruptura más profunda con los medios y le coloca en un callejón sin salida, si es que los canales de televisión en conjunto se rebelan contra la prohibición. ¿Qué hará en esos casos? ¿Los clausurará en conjunto? ¿Soslayará el hecho? ¿O acaso el Gobierno confía en que los medios no arriesguen tanto, dada la propia fragilidad que viven frente a la ciudadanía?

En este contexto, se acusa a los periodistas y medios de comunicación de haber difundido selectivamente información falsa, engañosa o descontextualizada sin que nunca hayan sido sancionados por esos abusos e infracciones legales, que además se cometen en nombre o bajo la supuesta protección de la libertad de expresión y otros derechos fundamentales tradicionalmente relacionados con la comunicación.

Esta fue, en buena medida, la razón para que en el Art. 312 de la Constitución de 2008 se prohíba la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

Por el lado de los medios de comunicación y de los periodistas involucrados en la disputa, aunque no niegan la existencia de tales vínculos entre los grupos financieros y los medios privados, y admiten que, en ciertos casos, la prensa no cumplió su papel con la debida independencia e imparcialidad, consideran que existe una “satanización” injusta, generalizada e interesada contra todos los medios y periodistas, para favorecer el propósito de control que tiene el Gobierno de la Revolución Ciudadana sobre los medios de comunicación, buscando impedir que se someta a escrutinio público sus actos y decisiones legítimos, pero sobre todo los actos de poder que violan los derechos de las personas y los que sirven para aprovecharse ilegalmente de los recursos públicos.

Según los medios de comunicación y los periodistas que defiende este discurso, la voluntad gubernamental de control, censura y silenciamiento de la prensa libre estaría complementada por:

a. Una estrategia permanente de propaganda política basada en los enlaces nacionales semanales (encadenamientos obligatorios y optativos de los medios de comunicación audiovisuales para transmitir información gubernamental).

b. La agresiva realización y difusión de spot publicitarios sobre la labor gubernamental en prensa, radio y televisión, que han convertido al Gobierno en el mayor anunciante comercial del país, con la capacidad de influencia sobre los medios que ello lleva implícito.

c. La creación de medios públicos y la utilización de medios de comunicación privados incautados a los banqueros por el incumplimiento de sus obligaciones, para difundir los mensajes y versiones oficiales acerca los hechos relevantes para la sociedad ecuatoriana.

Con esos elementos acusan al Gobierno Nacional de atentar deliberada y permanentemente contra el derecho a la libertad de expresión y otros derechos fundamentales relacionados con la comunicación, impedir o dificultar la vigilancia sobre la gestión de lo público, debilitar la democracia, amedrentar e incluso insultar públicamente a quienes disiente del discurso oficial o quienes son críticos con el desempeño de los funcionarios de Estado.

Por su parte el Gobierno ha señalado que no tiene la intención de afectar la libertad de expresión u otros derechos relacionados con ella; que los medios públicos buscan democratizar la producción y difusión de información; que los enlaces nacionales no son productos de propaganda política sino actos de rendición de cuentas; y, que la publicidad oficial está destinada a promover actitudes ciudadanas basadas en el conocimiento, interiorización y exigibilidad de los derechos fundamentales establecidos en la Constitución; pero no han logrado justificar el uso de insultos o la formulación de acusaciones no fundamentadas

que se han producido en el marco de no pocas intervenciones del Presidente de la República y otros altos funcionarios de Estado.

Como se analiza los conflictos entre el Gobierno y los medios de comunicación giran en base a los derechos de libertad de comunicación. Los medios de comunicación social, los periodistas y los colaboradores tienen el derecho de expresar sus creencias políticas en los espacios reservados a los contenidos de opinión, respetando las reglas de tolerancia y los valores humanos que defiende la sociedad. Asimismo, tanto los periodistas como los editores de los medios están obligados a cumplir con el derecho constitucional de los receptores a obtener una información imparcial, oportuna y plural.

2.2 El conflicto entre Teleamazonas y el Presidente de la República

Cronología de problemas de Teleamazonas con el Gobierno

A continuación se detalla en forma cronológica los sucesos más importantes que ha afrontado la estación televisiva Teleamazonas desde el 13 de mayo del 2009 hasta la actualidad.

- 13/05/2009: El Consejo Nacional de Radio y Televisión (Conartel) dispuso a la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) la apertura de un proceso administrativo en contra de Teleamazonas por la difusión de una información basada en supuestos, respecto a un supuesto centro de cómputo clandestino del Consejo Nacional Electoral (CNE). El Pleno del CNE archivó el caso y Omar Simon, presidente del organismo, aseguró que el hecho fue superado.

- 22/05/2009: Teleamazonas informa sobre las protestas que los habitantes de la Isla Puná realizaron en contra del Gobierno por la posible explotación de gas en la

zona.

- 29/05/2009: Una bomba panfletaria explotó en los exteriores de las instalaciones de Teleamazonas en Quito, esparciendo un mensaje contra el Gobierno.

- 30/05/2009: El presidente Rafael Correa anuncia que enjuiciará a Teleamazonas (también a Diario El Universo) por instigar a la población a tomarse por la fuerza un taladro petrolero venezolano, y prometió "acabar con la prensa corrupta" por vía legal.

- 08/06/2009: Teleamazonas solicita a la Superintendencia de Telecomunicaciones que se abstenga de sancionarlo por transmitir la noticia sobre las protestas de los habitantes de la Isla Puná por la posible explotación de gas en la zona.

- 09/06/2009: Un grupo de periodistas de Teleamazonas, sometido a procesos administrativos, anuncia la creación de un Comité de Defensa de la Libertad de Expresión de la Clase Periodística y de la Sociedad.

- 12/06/2009: Reporteros Sin Fronteras pide al Gobierno que "suspenda los últimos procedimientos administrativos abiertos a Teleamazonas, que podrían suponer su desaparición de las ondas".

- 15/06/2009: El proceso legal que podría conducir al cierre de Teleamazonas no se detendrá pese a las presiones de la prensa, advierte el Conartel.

- 25/06/2009: Teleamazonas admite "posibles imprecisiones" en la transmisión de la información de Puná, motivo del expediente abierto en el Conartel.

- 26/06/2009: Reporteros sin Fronteras advierte el "riesgo" de un cierre administrativo de 90 días de Teleamazonas, luego de que la estación de televisión recibiera una multa de 40 dólares por "difusión de información no contrastada".

- 29/08/2009: El Presidente de la República, Rafael Correa, anuncia que pedirá, de acuerdo a la Ley, la clausura de Teleamazonas por difundir una grabación en la que supuestamente se hablaba de una adulteración al texto de la actual Constitución Política de la República, violando el Reglamento y la Ley de Radiodifusión.

- 30/08/2009: Teleamazonas, amenazado de clausura por el Gobierno, niega haber violado la Ley de Radiodifusión con la difusión de la grabación clandestina de una reunión en el despacho del Presidente Correa.

- 31/08/2009: El Ministerio de Telecomunicaciones anuncia que iniciará un proceso en contra de Teleamazonas luego que el Presidente Correa solicitara el inicio de acciones legales para el cierre definitivo de la televisora.

- 01/09/2009: Carlos Jijón, Director Nacional de Noticias de Teleamazonas, afirma que el canal no ha violado la ley, ni siquiera el Reglamento de la Ley de Radiodifusión y Telecomunicaciones, que busca proteger la intimidad. "No hemos afectado la intimidad de ninguna de las personas que estaban presentes en esa reunión", justificó.

- 17/09/2009: La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel) publica su informe sobre la grabación clandestina en el Despacho Presidencial transmitida por Teleamazonas el 25 de agosto, el mismo que determina que Teleamazonas cometió infracciones que violan la Ley y recomienda su suspensión por 90 días.

- 18/09/2009: Una vez conocido el informe de la Senatel, el Conatel dispone a la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) que inicie el proceso administrativo contra el medio.

- 20/09/2009: Comienzan los ocho días laborables para que Teleamazonas presente las pruebas de descargo ante la Supertel, luego que esa entidad lo notificara de la falta incurrida.

- 29/09/2009: Los accionistas de canal Teleamazonas convocan a un concurso de ofertas como parte del proceso de venta de la Televisora. El medio explica que lo hace para cumplir con la nueva Constitución que establece que los accionistas de instituciones financieras no pueden tener participación en medios de comunicación.

- 03/12/2009: Un nuevo aparato explosivo estalla en el aparcamiento de Teleamazonas en Quito, sin que se conozcan hasta el momento los autores o las razones del ataque. El presidente Rafael Correa condena el ataque.

- 22/12/2009: La Supertel emite la resolución mediante la cual dispone el cierre temporal de Teleamazonas por 72 horas. La señal -que salió del aire a las 17h09- se restablecerá a la misma hora del viernes 25 de Diciembre.

2.2.1 Diálogo cruzado

La información se intercambió fortuitamente entre las dos partes. Existiendo malentendidos comunes, y la comunicación incrementó su tono discrepante. El tiempo y los métodos utilizados por los representantes de las partes y de funcionarios públicos y relacionados al conflicto, ha sido muy inadecuada. La mayoría de las críticas o comunicaciones públicas fueron demasiado hostiles de parte de los dos bandos. Los implicados hablan unos de otros e intercambian opiniones. Pero en alguna parte en el camino, la discusión se volvió debate público o controversia. Dando como consecuencia que los implicados se sienten frustrados por la situación y enojados unos con otros, volviéndose intolerantes hacia otros puntos de vista y perdieron interés en hablar sobre otras perspectivas que no sean las suyas. Toda la información es usada como un arma para promover o anotarse un tanto. La información que llevaría a una solución no fluye más entre las partes.

2.3 Análisis del conflicto

Partiendo de la incomprensión del Gobierno al papel que cumplen los medios de comunicación, tanto en su tarea informativa como de análisis y crítica de la realidad nacional, le ha llevado a una abierta confrontación con Teleamazonas, en donde las duras críticas de Jorge Ortiz y los noticieros del canal, actualmente han dado pie a una impresionante contienda, en donde aparte de las sanciones al medio de comunicación, los perjudicados también se constituyen los habitantes quienes tienen que sufrir una serie de dimes y diretes de parte de los protagonistas, manteniendo un clima de zozobra y desconfianza en la comunidad y sobretodo en sus líderes.

En este caso es necesario analizar y manejar los conflictos, entendiendo este proceso como la transformación positiva o constructiva de los acontecimientos pasados en realidades que promuevan el crecimiento de los implicados como personas y de la ciudadanía como comunidad

En sí este tipo de conflictos son una expresión de falta de reglas de juego consensuadas o falta de equidad en acceso a comunicación efectiva y no conflictiva. Lo cierto es, que un conflicto de este tipo implica generalmente un ataque que viene aparejado a una contraofensiva, por ello es importante que los protagonistas muestren madurez entendiéndose a sí mismos siendo esto una ganancia primaria, posteriormente para este tipo de conflictos se debe valorar cómo reaccionar ante los actos o actitudes de otra persona, no haciendo una discrepancia personal o un problema personal, eso el primer paso emocionalmente inteligente para aprender a resolver o evitar los problemas y obviamente tratar los asuntos y las críticas a nivel profesional, no como una disputa entre niños, sin descalificaciones mutuas y manteniendo el respeto primordial.

Por ende se debe buscar mayor equidad y crear en el proceso de resolver un altercado, proponiendo reglas de juego equitativas y efectivas así como relaciones

sociales más cooperativas y fructíferas, es decir poder llegar del conflicto a la cooperación, dando paso a una comunicación orientadora, efectiva, con el fin de informar y manteniendo un clima técnico, profesional y no llevar los temas de forma polémica, teniendo las limitaciones correspondientes.

2.3.1 Criterios de prensa y periodistas

La prensa privada de Ecuador rechazó este miércoles la suspensión del canal Teleamazonas, dispuesta ayer por la Superintendencia de Telecomunicaciones.

En sus editoriales, los diarios nacionales consideraron que la interrupción por 72 horas de la señal del medio va en contra de la libertad de expresión.

"Golpe a la libertad de expresión", se tituló el editorial de diario El Comercio que consideró que la decisión es una expresión de "prepotencia" de quienes manejan el estado. "Este gesto del poder político pone en riesgo la libertad de expresión en el Ecuador", alertó el rotativo capitalino.

En términos más duros, diario El Universo de Guayaquil señaló que el cierre temporal del canal fue el acto de un "Gobierno Dictatorial" encabezado por Rafael Correa.

"El presidente necesita extirpar la libertad de expresión para que el pueblo no conozca los errores e irregularidades de su Gobierno, que son muchos", aseveró el diario porteño.

El Telégrafo, el diario público de Ecuador, no editorializó sobre el hecho, pero reseñó lo acontecido ayer recogiendo las diversas posturas tanto de los miembros del canal como de la Superintendencia y de analistas.

2.4 Otros problemas de confrontación

Los problemas denunciados por la Comisión Auditora de Frecuencias de Radio y televisión

Más allá de las disputas y tensiones existentes entre el Gobierno y los grandes medios de comunicación que giran principalmente en torno a los alcances de los derechos de libertad relacionados con la comunicación, existen otros importantes problemas relacionados con la forma de adquirir, usar y transferir las frecuencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, así como sobre la concentración de estas frecuencias en pocas manos y la falta de acceso de las personas a los medios de comunicación.

Dicho en otras palabras, existen graves problemas acerca de las condiciones materiales que permitirían a los ciudadanos tener acceso y hacer uso de los medios de comunicación precisamente para ejercer los derechos de libertad que tanto dicen defender tanto los grandes medios de comunicación, los periodistas famosos que trabajan para esos medios cuanto las autoridades gubernamentales.

A efectos de determinar en qué consisten esos problemas, se ordenó en la disposición transitoria vigesimocuarta de la Constitución, la creación de la Comisión para la Auditoría de las Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión. Dicha Comisión fue creada mediante Decreto Ejecutivo No. 1445 por el Presidente de la República, y empezó su trabajo el 15 de diciembre de 2008 con el mandato de contribuir a determinar:

- a. La constitucionalidad, legitimidad y transparencia de las concesiones, considerando los enfoques legal, financiero, social y comunicacional.

- b. La existencia de monopolios u oligopolios directos o indirectos en el uso de las frecuencias.

c. Las entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas que mantienen participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social.

El Informe de la Comisión Auditora fue presentado el 18 de mayo de 2009, y en este documento se describen detalladamente los graves problemas e irregularidades que, a menudo con maquillaje legal, constituían la práctica normalizada en la gestión de frecuencias de radio y televisión. Entre estos problemas se encuentran

Devolución-Concesión.- Consiste en un mecanismo de apariencia legal con el cual se burla la prohibición legal de vender o transferir a terceros las concesiones de radio y televisión recibidas por parte del Estado.

Con este mecanismo algunas estaciones de radio llegaron a venderse en sumas superiores a un millón de dólares, aunque los equipos que formaban parte de la transacción no llegaban a costar ni cien mil dólares. Luego, lo que se estaba pagando realmente era la concesión de la frecuencia, que se negociaba entre particulares como si tal concesión formase parte del patrimonio de uno de ellos.

II) Inaplicación del criterio de prelación.- Consiste en que el CONARTEL no respetó el orden en que las solicitudes de frecuencias fueron presentadas, y asignó tales frecuencias de forma discrecional e inaplicando el criterio de prelación propio de cualquier trámite o solicitud formulada a una autoridad pública.

III) Prórroga de plazos.- En algunos casos, por mandato de ley, el vencimiento de plazos para el cumplimiento de obligaciones o la solicitud de renovación de concesiones implicaban la terminación del contrato de concesión y la reversión de la frecuencia. Sin embargo, muchos concesionarios incumplieron estos plazos sin que el CONARTEL haya establecido ninguna consecuencia o sanción jurídica para los infractores, ni se afectarán sus “derechos” sobre la concesión.

IV) Incumplimiento de requisitos.- Consiste en la asignación de frecuencias por parte del CONARTEL aún cuando los solicitantes no habían presentado los

requisitos exigidos por la ley, e incluso sin contar con informes técnicos de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), a pesar de que los informes técnicos recomendaban no otorgar la frecuencia.

V) Concesiones a estaciones clandestinas.- La ley prohíbe el funcionamiento clandestino de estaciones de radio y televisión, pero el CONARTEL en lugar de sancionar esta conducta como manda la ley, convalidaba esta práctica ilegal otorgándoles frecuencias a algunos de quienes la realizaban.

VI) Más de una frecuencia del mismo tipo por provincia.- La ley en vigencia permite al CONARTEL la asignación de una frecuencia de radio en AM, una en FM, una en onda corta y una de televisión para una misma persona (natural o jurídica) en cada provincia del país. Esto significa que una misma persona puede obtener hasta 96 concesiones de radio y televisión, y esto sin violar la ley.

VII) Autoasignación de frecuencias.- Los miembros del directorio del CONARTEL se solicitaban y obtenían de sí mismos, nuevas concesiones de frecuencias de radio y televisión, la gran mayoría de las cuales se entregaban a título personal o de empresas que ellos habían constituido previamente.

VIII) Cambio de matriz a repetidora y viceversa.- La ley vigente establece que la concesión de frecuencias realizadas para el funcionamiento de una estación repetidora de radio o televisión no podrá ser utilizada para funcionar como matriz, ni viceversa. Y quien realice esta práctica no autorizada podrá perder la concesión otorgada por el Estado.

IX) Discriminación a medios comunitarios.- La ley vigente, que ha sufrido varios procesos de reforma, originalmente contempló la posibilidad de que se concesione frecuencias para el funcionamiento de radios comunitarias. Sin embargo, dichas radios tenía una serie de limitaciones.

Finalmente hay que señalar que uno de los más interesantes aportes de este Informe es visibilizar que aproximadamente el 40% de las concesiones de

frecuencias de radio y televisión habían sido obtenidas de forma ilegal o mediante prácticas ilegítimas, al tiempo de demostrar el altísimo grado de concentración de estas frecuencias en manos privadas y/o de grupos empresariales de medios conectados con los sectores financieros y comerciales del país y del exterior.

Pero cabe preguntarse si todos estos problemas son imputables exclusivamente a la legislación vigente y a sus contradicciones o vacíos. Por supuesto que no, muchos de estos problemas vienen dados, además de las deficiencias regulatorias, por una gestión institucional discrecional, dependiente del ejecutivo, sin controles y propensa a la corrupción, que además actuaba y actúa con absoluta impunidad; otra causa de los problemas son las transacciones políticas ilegítimas que volvieron a las frecuencias de radio y televisión moneda de pago e intercambio de favores y componendas; también está el apetito insaciable de algunos concesionarios de frecuencias que obtuvieron y vendieron las mismas en cantidades exorbitantes; y no se puede dejar de mencionar la estrecha visión de los empresarios privados que no comprendieron o no respetaron el papel que la radio y la televisión juegan para la democracia política y para democratización de la comunicación misma.

2.5 La opinión pública

Hasta ahora, la mayoría de los miembros de la población y en especial de los medios de comunicación, están preocupados con la creciente controversia. Los líderes que más sobresalen son vistos como creadores de problemas. Las cuestiones de justicia, la matización entre lo correcto y lo erróneo ya no parece importante, ya no es un problema.

La gente ya tiene miedo, se habla mucho de la libertad de expresión, por ello se piensa bien en lo que se puede o no se puede decir en el aire, pues muchos medios demuestran su temor a ser callados para siempre.

Las partes están ahora dispuestas a soportar altos costos, costos que hubieran parecido poco razonables anteriormente. Su objetivo se convierte progresivamente en ganar a toda costa. Ellas usan la intimidación y el uso del poder destructivo, lo que agrava el conflicto. Las partes se comprometen a acciones que en otros tiempos (tiempos de paz) hubieran sido rechazadas por no valer ni siquiera la pena considerarlas.

A continuación se presentan los resultados de una encuesta de opinión en la cual se trata la problemática planteada y los diferentes puntos de vista de la población, misma que ha sido tomada al azar en la ciudad de Quito y que opina sobre el tema.

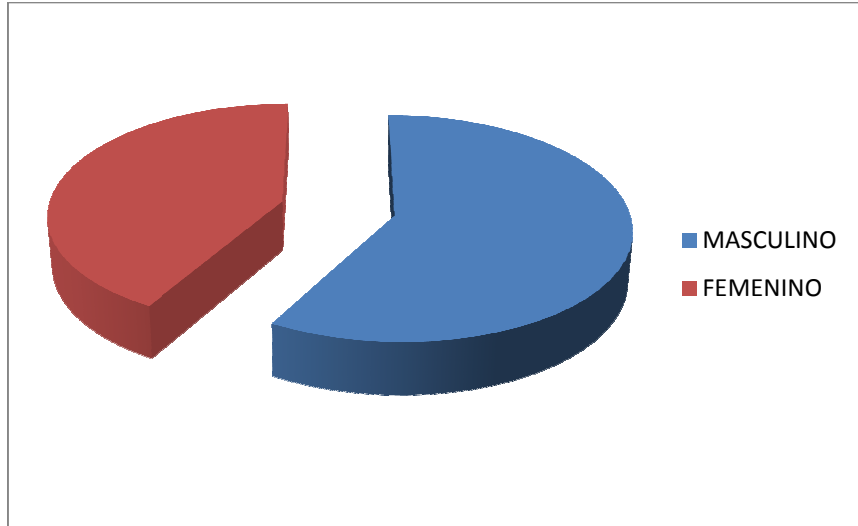
2.5.1 Resultados de la encuesta opinión

El formato de la encuesta se presenta en el anexo No. 2

DATOS PERSONALES

GÉNERO

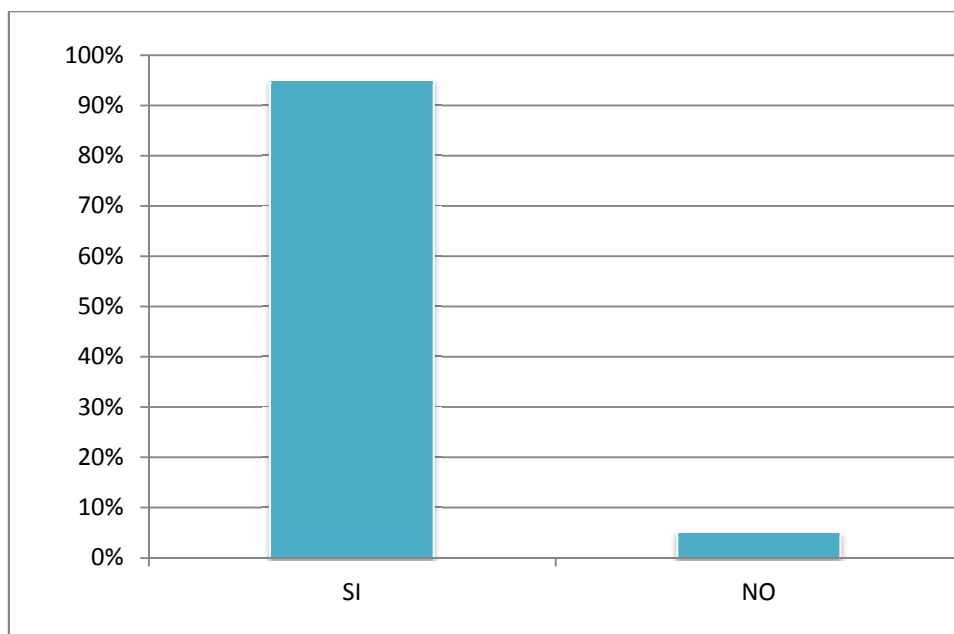
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
MASCULINO	46	58%	58%
FEMENINO	33	42%	100%
TOTAL	79	100%	



Análisis: Como se puede apreciar en el gráfico la encuesta se ha realizado a hombres y mujeres de forma aleatoria, obteniendo respuestas del 58% equivalentes al sexo masculino y el 42% por ciento equivalente al sexo femenino.

1. ¿Conoce o ha escuchado usted del conflicto existente entre Teleamazonas y el Presidente de la República?

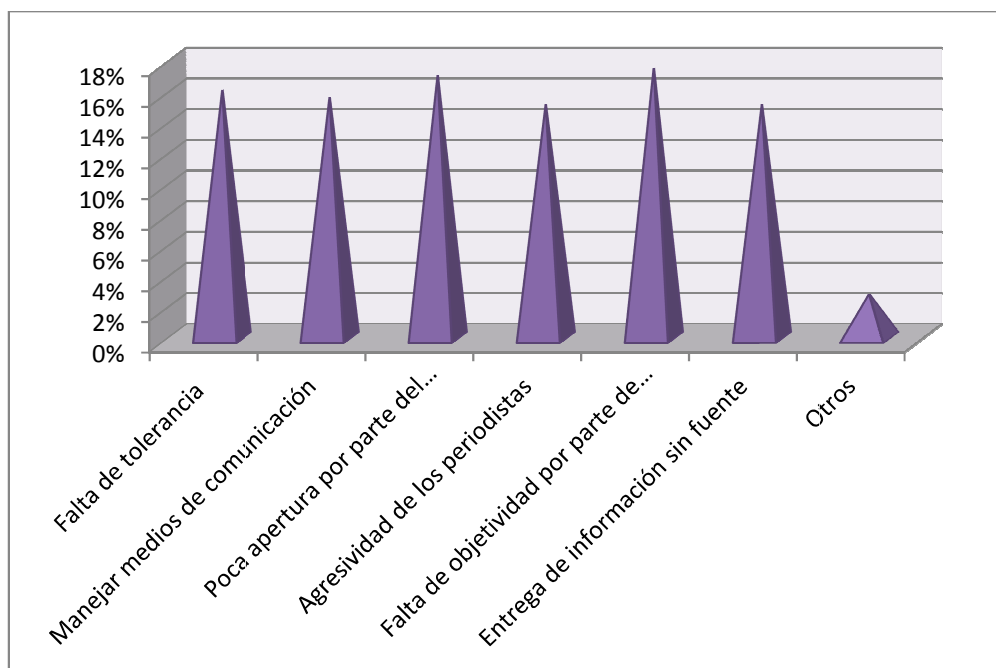
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	75	95%	95%
NO	4	5%	100%
TOTAL	79	100%	



Análisis: Del total de personas encuestas, el 95% mencionan conocer o haber escuchado sobre el conflicto existente entre el Canal de Teleamazonas y el Presidente de la República, constituyéndose en un indicador positivo que permitirá continuar con el análisis de las preguntas siguientes de la encuesta.

2. **¿Cuales considera usted como causas principales del problema entre Teleamazonas y el Presidente de la República? (puede marcar más de uno).**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Falta de tolerancia	34	16%	16%
Manejar medios de comunicación	33	16%	32%
Poca apertura por parte del Gobierno	36	17%	49%
Agresividad de los periodistas	32	15%	64%
Falta de objetividad por parte de los medios	37	18%	82%
Entrega de información sin fuente	32	15%	97%
Otros	6	3%	100%
TOTAL	210	100%	

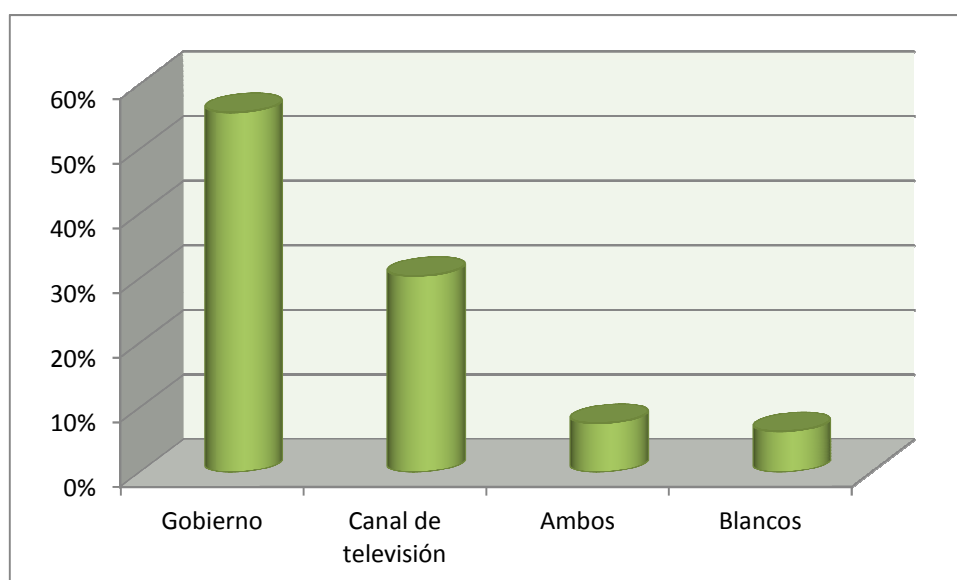


Análisis: En cuanto a esta pregunta las respuestas son variadas, pero se puede mencionar como principales causas considerados por el encuestado a la falta de objetividad por parte de los medios con el 18%, seguido por la poca apertura por parte del Gobierno para recibir críticas de los medios de comunicación con el 17%, el 16% de encuestados consideran que la falta de tolerancia por parte del Gobierno a los medios de comunicación y el intento por manejar estos medios serían las causas de las confrontaciones, mientras que el 15% de encuestados aluden que tales conflictos se originan por la agresividad por parte de algunos periodistas en las opiniones vertidas por ellos y la entrega de información sin las respectivas fuentes que permitan que la información sea verificada.

Finalmente un 3% consideran otras causas entre las que se puede mencionar: conflictos personales entre periodistas y presidente, manipulación del poder, periodistas sin formación en comunicación y medios de comunicación dedicados a ser política.

3. Considera que el problema es causado mayormente por:

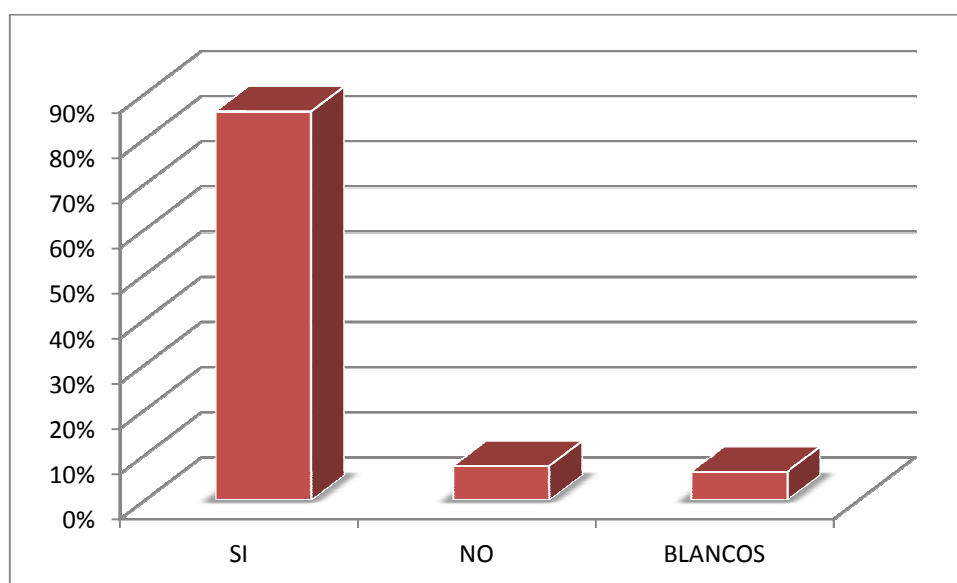
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Gobierno	44	56%	56%
Canal de televisión	24	30%	86%
Ambos	6	8%	94%
Blancos	5	6%	100%
TOTAL	79	100%	



Análisis: Los resultados obtenidos de la tabulación de la encuesta, indican que el Gobierno es el causante de las confrontaciones (56%), mientras que el 30% opina lo contrario pues consideran que el canal de televisión es el actor para que sucedan los problemas. Pero existe un 6% de encuestados que creen que los problemas surgen por acciones que se dan entre las dos partes.

5. ¿Cree usted que tanto Teleamazonas como el Presidente tienen parte de culpa en este conflicto?

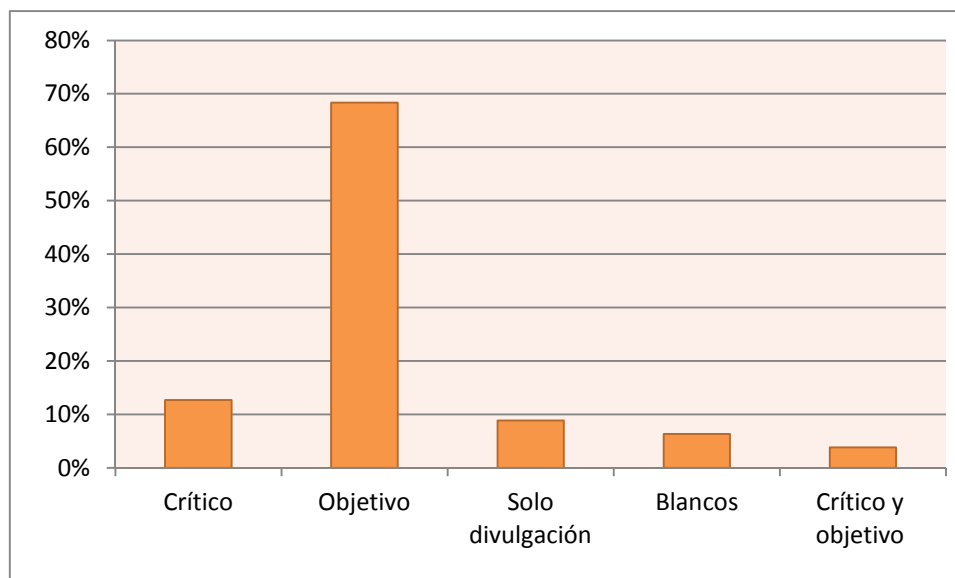
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	68	86%	86%
NO	6	8%	94%
BLANCOS	5	6%	100%
TOTAL	79		



Análisis: El 86% de personas encuestadas consideran que tanto Teleamazonas como el Presidente son culpables de los conflictos que se suscitan en el medio, pues las confrontaciones se dan entre dos, ya que si el uno no existe el otro dejará de existir por tanto no habrá agresión.

5. ¿Qué discurso considera usted que debería aplicar el Informativo de Teleamazonas?

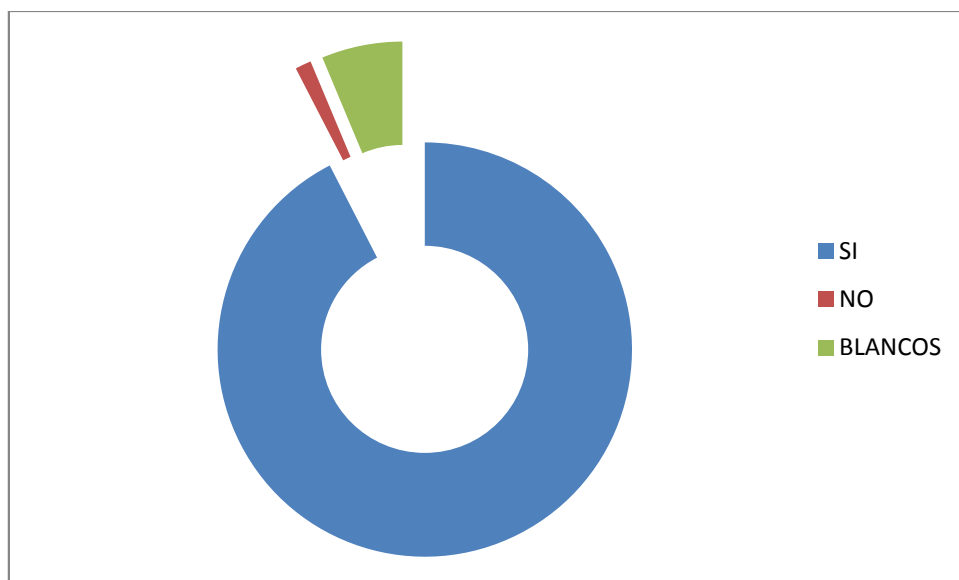
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Crítico	10	13%	13%
Objetivo	54	68%	81%
Solo divulgación	7	9%	90%
Blancos	5	6%	96%
Crítico y objetivo	3	4%	100%
TOTAL	79	100%	



Análisis: Como se puede observar en el gráfico, las personas sugieren que los discursos que debe aplicar el Informativo de Teleamazonas deben ser de carácter Objetivo más no crítico y tampoco solo de divulgación ya que no se estaría contribuyendo a informar al televidente. (69%)

6. ¿Cree usted que el conflicto debería solucionarse de manera pacífica para ambas partes?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	73	92%	92%
NO	1	1%	94%
BLANCOS	5	6%	100%
TOTAL	79	100%	



Análisis: Las personas consideran que para dar solución a los conflictos estas deben darse de manera pacífica entre ambas partes, mediante el diálogo y el consenso de las acciones entre las partes involucradas.

7.- ¿Cuál es su postura como televidente dentro del conflicto mencionado?

Referente a la pregunta, las opiniones son variadas, en sí se puede decir que existen opiniones divididas uno a favor de los medios de comunicación y otros a favor del Gobierno, pero en lo que si coincide la población es en el respeto a la libertad de expresión y el derecho a la información tanto por el Gobierno como

por los medios, siendo más tolerantes, objetivizando la información presentada con bases de información

8.- ¿Qué cree usted que puedan hacer los televidentes en este caso?

Al igual que en la pregunta anterior existen respuestas diversas, muchas personas mencionan que el televidente tiene la decisión de ver el canal que quiere y el programa que deseen siempre siendo críticos cuando se escucha alguna noticia o información, generando de esta manera una opinión que puede servir para la solución de conflictos; otros expresan que se debe mantener una postura parcial de respeto y de libertad de expresión reclamando si esta no es cumplida

2.5.2 Resultados de la entrevista

De igual manera se ha desarrollado una entrevista (guía de entrevista presentada en el Anexo No. 3 en la cual se presentan las opiniones de ambas partes involucradas en el conflicto y algunos expertos en el tema de la comunicación, resultados que se analizan a continuación:

1. Entrevista al Dr. Mauro Servino. Coordinador y Profesor, Investigador de la FLACSO.

Problema del conflicto.

Se da a partir que asume la presidencia Rafael Correa, y se da porque el presidente cree que los medios son un poder muy grande, con gran influencia y que puede restarle importancia, que pueden condicionar la acción del Gobierno.

La intención del Gobierno es ir restando el poder que tienen los medios de comunicación privado, mediante: en primer lugar creando medios públicos y en segundo lugar aprovechando la incautación de medios privados.

El Gobierno se da cuenta que los medios son una parte fundamental del juego político y que de alguna manera puede influenciar en la política y que por lo tanto influencia en las actividades que desarrolla el Gobierno

Que aspectos considera que el Gobierno tiene en contra de los medios.

Teleamazonas se ha caracterizado por ser un canal de oposición que tiene periodistas como Jorge Ortiz y otros que hacen sus programas de oposición abierta y eso motiva a que el Gobierno reaccione de alguna manera hacia él , como intentando restar importancia o enfrentándose abiertamente con él.

También se da por que el Gobierno por su lado inaugura la configuración de la construcción de contenidos mediáticos para entrar directamente a disputa con los medios privados. Mientras que por el lado de los medios, este asume el papel de ser opositor.

Potenciales soluciones.

Es una crisis que viene dándose desde antes, relación entre medios y políticas o entre medios y ejecutivo.

Una modificación sustantiva del modo de actuación de los medios; por el lado del Gobierno, entender que el enfrentamiento con los medios no debería ser protagonizado por el Gobierno sino más bien el Gobierno debería crear condiciones adecuadas para que sea la ciudadanía quien intervenga directamente en el conflicto.

El Gobierno debe proveer las herramientas necesarias para que el medio eleve su calidad de programación.

Que considera usted que debe enmendar tanto el Gobierno como los medios.

El Gobierno debería crear mejores condiciones, para poder incidir en el cambio de los medios y los medios también deberían deberse a la ciudadanía.

Considera que el Gobierno está dispuesto a ceder su posición crítica hacia los medios y los medios hacia el Gobierno.

No, porque la polarización empobrece la discusión, ninguno de los dos sectores estarían dispuestos a ceder, la puesta en juego es alta y la lucha es abierta por lo tanto no se podrá modificar.

Cree que el medio informativo debe bajar de tono para que el Gobierno baje también su confrontación.

El tono alto, tanto del Gobierno como de los medios beneficia a ambos por qué se vuelve espectáculo a la política y ambos hacen negocio de esto.

Cree que se fomenta una mirada crítica a los medios de comunicación del país.

Muy poco porque en general la sociedad del país no ha estado a nivel de ejercer una crítica a la labor de la comunicación, los medios han gozado de una enorme libertad, donde han podido actuar sin ningún contrapeso.

La audiencia tiene conocimiento de este conflicto y como se manifiesta

Si, la audiencia piensa que hay una pelea casi directa entre lo que es el Gobierno y los medios de comunicación. No se da mucha cuenta de las implicaciones que puede tener la confrontación.

Que se debería buscar en el país para llegar a una mediación y no a una confrontación

Debería organizarse más las Universidades, las ONGs y todos los organismos que están al margen. Se debería tratar de elevar la discusión, tratar de romper el círculo vicioso de polarización de medios.

2. Dr. Gustavo Larrea. Ideólogo Fundador de Alianza País. Ex Ministro de Gobierno

Problema

El Gobierno actual no obedece a los intereses de los grupos que históricamente han manejado la economía del país, que son los grandes grupos económicos de poder.

Teleamazonas es parte de un poder económico importante, y muchas veces el canal ha expresado ese interés de grupos económicos de poder como son el de los banqueros.

A más de elementos adicionales como es el que el Presidente demandó al banco del Pichincha por el cobro de una tarjeta de crédito, que también ahondan el conflicto.

Considera que existen periodistas que tienen algo en contra del Gobierno

No, el problema no es problema del periodista sino del medio; muchas veces se confunde la posición del periodista con la posición de determinados propietarios de los medios. Hay conflicto entre propietarios y el Gobierno y no entre los periodistas y el Gobierno ya que se ha observado casos de gente que no es periodista y que hace esa actividad en los medios y tiene una posición política clara.

Cuál es la raíz del problema entre Teleamazonas y el Gobierno

La raíz del problema son discrepancias de fondo de cómo manejar el país. Teleamazonas responde a la visión del país de lo que debe hacerse y como debe hacerse la cosas, mientras que Correa responde a una visión de hacer las cosas de diferente manera. Es así que el Gobierno ha encarado el problema y lo ha enfrentado, ha respondido a los ataques y ha atacado a los medios.

Potenciales soluciones

En nuestro país no ha existido libertad de expresión, ni de comunicación; quienes han tenido libertad son aquellos que han tenido la posibilidad de acceder a los medios de comunicación que es una élite.

Los medios deben cumplir con su misión de informar, se conviertan en expresiones políticas; igualmente los Gobiernos tienen el deber de respetar la opinión pública de los medios de comunicación.

Los medios deben respetar al Gobierno y el Gobierno respetar a los medios, solo así se logrará evitar las confrontaciones. Sin embargo hay medios que abusan del poder que tienen, calumnian a las personas, creen que pueden hacer lo que los medios quieren. Hay que poner fin a esto, todos los ciudadanos vivimos en democracia, ya las élites oligárquicas deben ser cosa del pasado; la sociedad debe ser más equitativa y justa.

Finalmente, el periodista no tiene responsabilidad en el conflicto, más bien son los grupos de poder que bajo su mando manejan sus intereses, los periodistas saben lo que tienen que hacer, conocen su ética pero muchas veces se ven influenciados por sus propietarios.

3. *Ing. Patricio Quevedo Quiroz. Asambleísta por PSP Cotopaxi.*

Problema

En la Constitución se ha manejado una ley de comunicación y el Gobierno está con el objetivo de tener en todas las leyes el poder absoluto específicamente en los puntos que son de la toma de decisiones.

El Gobierno está enfocando en hacer una ley de medios y no una ley de comunicación, entonces quiere tomar el mando de los medios como ya los ha hecho con algunas incautaciones de medios; esto ha ocasionado que les tenga presionados a los medios privados con el objetivo de que estén a su disposición.

Potenciales soluciones

Cumplir con la elaboración de la Ley de Comunicación en la que abarque a todos los ciudadanos del país y que sea elaborada en el sentido de que no tenga ni control de los medios ni del Gobierno, debe ser conformado un órgano controlador que sea imparcial, intermedio que en ninguna de las dos partes intervenga.

Qué debería hacer el Gobierno para no llegar a la confrontación

El Gobierno debe dejar que se elabore la Ley bajo todos los puntos que conlleva a ser una Ley, socializando con todos los actores involucrados para que salga una Ley que sea de beneficio para todos los ciudadanos, sin coartar la libertad de expresión, sin violar los derechos internacionales, el derecho en relación a la comunicación, formando un buen organismo de control de los medios.

Apoya la Ley a todos los estamentos universitarios

Se debería escuchar todas las observaciones, todos los criterios, toda la contraparte para sacar los mejores criterios, las mejores observaciones para elaborar la Ley.

Por ejemplo la profesionalización, es decir ser profesional en el trabajo de la comunicación, seguir actualizándose periódicamente; eso conlleva a tener una buena relación entre medios, ciudadanía, medios y Gobierno en general.

El objetivo es socializar y no que el Gobierno quiera tomar el control en el punto medular que son la toma de decisiones y tampoco el de los medios.

4. Lcdo. Miguel Ángel Rengifo, Coordinador y Relacionador Público de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Problema

Siempre ha existido la confrontación entre el medio de comunicación y el poder, pues cada uno representa a ciertos estamentos fundamentales de la constitución de estado y de la democracia, Teleamazonas al formar parte de una entidad bancaria, ha hecho que se monopolice mucho el poder y se desmerezca el cuestionamiento de la opinión pública

Aspectos que el Gobierno tiene en contra de Teleamazonas

Se quiere regir a los medios como un establecimiento en el que estén bajo los intereses del Gobierno de turno, tantas veces se ha visto que los medios de comunicación han limitado sus cualidades de informar o de investigar que también son procesos informativos, con el mismo hecho de privarlos.

El problema de procesar información depende mucho de cómo nosotros los ecuatorianos nos hemos educado como sociedad para asimilar las circunstancias,

tal es el caso de que han existido modelos copiados con mucha prolijidad por el Gobierno central.

El Gobierno ha impulsado, fomentado y fortificado los mecanismos de comunicación del Estado tal es el caso de la televisión pública o radio pública del Estado.

Qué problema tiene el Gobierno ante los medios

Existe de parte y parte sustentos viables, tal es el caso de cómo se ha manejado la información; casi todos los medios han sido sistemáticamente funcionales, siempre los periodistas han estado exentos a limitarse a procesar la información. No se trata de que el Estado quiera que la gente no se informe de ciertas cosas sino se trata de que miren como una plataforma mediática constante. Ejemplo de ello es cuando el Presidente otorgaba epítetos a periodistas cuando ya ejerció el poder, eso con el fin de buscar puntos antagónicos es decir puntos de confrontación para ir minimizando dentro de lo colectivo.

Posibles soluciones.

Quien pierde en este proceso antagónico es el público televidente porque definitivamente como ciudadanía no se ve como voz informativa.

Buscar alternativas donde los ciudadanos puedan incluirse en un medio de comunicación, buscar una humanización de los medios de comunicación que permita rescatar las partes importantes del quehacer democrático, es decir hacer democracia en la participación, en los medios. La solución es más que limar asperezas, es no mezclar los dos ejes del poder en la parte económica ni en la parte comunicativa.

Que debería hacer el alumnado en su proceso de formación.

La comunicación se convierte en el medio que permite conciliar las posiciones en una armonía, garantizar un camino viable que al mismo tiempo involucre a toda la ciudadanía.

Conformación de escuelas de conocimiento ya que la comunicación lo genera el ser humano, humanizar la información, un comunicador es el portador de una esperanza.

Relación canal y ciudadanos.

Se da una relación casi impercibible, pues hace que la ciudadanía fácilmente olvide pues pasa el tiempo y quizá habrá otro hecho que sobresalga y lógicamente el otro pasa desapercibido.

5. Dr. Fernando Cáceres. Ex gobernador Cotopaxi. Miembro activo de Alianza País. Actual Asambleísta por Cotopaxi.

Problema.

La comunicación social o ciertos sectores de la comunicación distorsionan y tergiversan la información, como grandes medios de comunicación que responden a ciertos intereses oligopólicos, monopólicos, y de intereses de banqueros que muchos años trataron de dominar y gobernar el país, a través de gobiernos mediocres que nunca se preocuparon por la situación del país y más bien prefirieron llenarse los bolsillos de dinero para su satisfacción, manteniendo el país olvidado, sin educación, etc.

Es así que la prensa y ciertos medios de de comunicación están impidiendo el desarrollo normal de las actividades del Presidente.

Que considera usted que tienen algunos de los periodistas en contra del Gobierno Nacional.

En los canales existen periodistas, honestos y capacitados para el efecto y otros no; pero específicamente hay un periodista Jorge Ortiz, persona que no sabe de periodismo y se presenta como tal, un asalariado de un banquero de manera que él responde a los intereses de los banqueros, se quieren creerse líderes, dueños de la verdad, perjudicando a la gente honesta que quiere trabajar en beneficio y desarrollo del país.

Que aspecto considera que Teleamazonas debe enmendar.

Tiene que acatar la Ley hecha por los mismos periodistas. Aplicar y acatar la Ley por los ecuatorianos, porque las leyes son hechas para todos los ecuatorianos, el estado debe cumplir su rol como manda la Ley. Nuestra Constitución es hecha por ecuatorianos, recogido por los propios ecuatorianos, que consagra los derechos de los ciudadanos.

Atacar la Ley: vender las acciones que tienen en los canales de televisión, o en los medios de comunicación o vender los bancos o monopolios que tienen para dedicarse a una sola actividad que es ser empresarios o ser comunicadores sociales. Dejar de pertenecer a un banquero o a un solo periodista, y democratizar la información, equitativo, participativa y no distorsionada como se lo hace ahora.

En cuanto al Gobierno cual cree que sería la opción para no llegar a la confrontación.

No existe confrontación. El presidente lo que hace es poner las reglas claras, aplicando la Ley para todos no para perseguir a los medios o a los profesionales sino con la finalidad de que la comunicación social sea democrática.

Poner en vereda a los manipuladores de información y dar la oportunidad a verdaderos profesionales que están estudiando y preparándose haciendo un

esfuerzo para tener un título responsablemente y llevar la información a la ciudadanía transparentemente.

Usted cree que habrá potenciales soluciones para evitar las confrontaciones.

Aplicar y atacar las Leyes, porque las Leyes son hechas por y para los ecuatorianos, el Estado tiene que cumplir su rol en los distintos niveles del Estado como manda la Constitución.

Qué opinión merece la audiencia pública ante los medios y ante las confrontaciones que se han dado.

Cierto sector de la opinión pública está desinformado, pues los medios de comunicación (monopolios) informan de acuerdo a sus intereses, con ese direccionamiento se educa mal a la comunidad y el mensaje llega distorsionado.

Ya se ha puesto en evidencia la mala fe de algunos medios de comunicación: El universo, el Comercio, actúan de acuerdo a sus intereses y políticamente por que sus intereses han sido golpeados. Pero por encima de ellos está el interés de la mayoría del pueblo ecuatoriano y es el pueblo quien apoyará al Gobierno para poder legislar en función del pueblo.

6. Arq. Francisco Ulloa. Ex rector de la UTC, Asambleísta por Cotopaxi del Movimiento Político MPD

Problema

El problema radica en la Ley que está impulsando el Gobierno Nacional, en el caso de Teleamazonas el conflicto se da por sus propios intereses.

Posibles soluciones

Una verdadera Ley de comunicación y no una Ley Mordaza. Una verdadera Ley de comunicación que democratice iniciándose en los medios, que no se simplifique a ser propaganda sino que posibiliten espacios de educación y cultura.

Por otro lado para dar solución debe hacerse una Ley que impulse el proceso de democratización de acceso a la libertad de expresión, libertad de comunicación en la posibilidad de que los ecuatorianos y las ecuatorianas sean involucrados.

Cree que en el país se fomenta una mirada crítica a los medios de comunicación social

Los últimos años lo que ha existido es el abuso de la legitimación tanto del profesional formado como de los medios, ello obedece a dos razones la primera a los propios errores de los medios de comunicación y la otra a una presión de dependencia laboral de los comunicadores sociales hacia los patrones.

7. Dr. Carlos Espinoza. Relacionador Público y Profesor de Comunicación de la Universidad Católica.

Problema

En la Constitución del 2008 se propuso un elemento que prohibía que las personas que tengan que ver con medios de comunicación sean a su vez financistas o banqueros, pues ha existido casos como el del Banco del Progreso y CTV que provocaron una crisis financiera. Entonces al ser Teleamazonas parte de un banquero tal propuesta no fue de su agrado.

Además de las decisiones que el Gobierno tomó a que los canales tienen que ser entregados a otro dueño.

Aspectos que tiene el Gobierno en contra de Teleamazonas

Se ha perdido el horizonte sobre lo que pasa en la relación con los medios y el Gobierno, por que usualmente el Gobierno ha visto en los medios su contendor político y de hecho los medios han defendido y defienden intereses; entonces hay una confrontación de intereses, el Gobierno busca hacer uso de su poder político y busca la contraposición.

Potenciales soluciones

Primero un poco más de apertura por parte del medio y también otro tipo de interpretación de los medios por parte del Gobierno.

Los medios deben cumplir su labor mucho más directa hacia la colectividad para construir una posición y no creer que son portavoces de la opinión pública cuando en realidad manejan ciertos intereses.

Que tendría que hacer el canal para mediar y no confrontar

Teleamazonas no tiene el interés de solucionar el conflicto, sino simplemente busca desgastar al Gobierno, lo que Teleamazonas quiere es dejar en el televidente una percepción negativa del Gobierno.

Cree que en el país se fomenta una mirada crítica a los medios de comunicación social

Se ha cuestionado el papel que tienen los medios como actores políticos, es decir existe una zaga porque son personas que primero han sido presentadores de televisión y luego han sido candidatos para alguna dignidad. Aparecen con papeles públicos y juegan con captar votos para ser más fuertes.

CONCLUSIÓN DE LA ENTREVISTA

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se puede determinar que existen opiniones muy variadas en torno al tema, coincidiendo todos los entrevistados, en el porqué se suscita el conflicto; es por defensa de intereses, tanto por parte del gobierno, como de los medios de comunicación. Intereses que han ocasionado que el público televidente tenga una posición a favor del uno y en contra del otro.

Entre las posibles soluciones se puede mencionar que: El gobierno tiene que hacer una Ley de Comunicación y no una Ley de Medios, Ley de Comunicación basada en la libertad de expresión y democratización, en donde se encuentren involucrados todos los actores, el Gobierno, periodistas, medios de televisión y ciudadanía.

Tanto el Gobierno como los medios de comunicación, deben guardar el respeto que cada estamento se merece, sin desprestigiar el uno al otro, dando su parte de la realidad del acontecer nacional con veracidad, siendo objetivos de parte y parte y dar una información de calidad, de tal forma que el público pueda hacer su reflexión teniendo claridad de los hechos de cada una de las partes.

2.6 Los avances y dificultades en la elaboración de la Ley de Comunicación.

La problemática en síntesis.

Con los elementos puestos a consideración en los acápites anteriores, es plausible sostener que, los principales problemas de la legislación vigente, en materia de comunicación, que se espera sean corregidos por la nueva Ley de Comunicación son:

a) Superar el enfoque tecno- comercial que tienen la Leyes vigentes, y elaborar la Ley de Comunicación desde un enfoque de Derechos, tal como lo dispone la Constitución del 2008.

b) Evitar una sectorización y separación de las Leyes relativas a las telecomunicaciones y de las actividades de la comunicación mediática, pues ello ha servido para tratar a la información y sus tecnologías como meras mercancías, excluyendo de sus beneficios a una gran cantidad de ecuatorianos.

Desde esa perspectiva la nueva Ley de Comunicación debe incluir el marco jurídico de las telecomunicaciones y de la gestión de los medios de comunicación desde una perspectiva de desarrollo.

c) Romper la concentración y monopolización de las frecuencias de radio y televisión en manos del sector privado que posibilitó la legislación vigente y establecer en la nueva Ley de Comunicación los mecanismos de redistribución equitativa de las frecuencias de radio y televisión y de universalización del acceso, uso y aprovechamiento social de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

d) Cambiar el enfoque de control y sanción sobre los ciudadanos que se establecía en las leyes vigentes, de modo que en la Ley de Comunicación opere una racionalidad de derechos que garantice las libertades de todas las personas pero que al mismo tiempo establezcan con claridad la responsabilidad de los ciudadanos y los medios de comunicación sobre la gestión y difusión de la información, así como los límites de los poderes públicos y privados frente a estas libertades.

e) Que se sustituya el modelo de instituciones dispersas, auto referidas, centralistas y dependientes del Ejecutivo para gestionar los asuntos públicos referidos a la telecomunicaciones y los medios de comunicación por un Sistema Nacional de Comunicación que permita la generación de una institucionalidad descentralizada, independiente del poder ejecutivo, que se someta al control de los

Poderes Judicial y Legislativo, que actúe articulada y coordinadamente para la formulación y ejecución de políticas públicas de comunicación y telecomunicaciones.

2.7 Conclusiones del conflicto y sus implicaciones

El conflicto se experimenta en todos los niveles de la actividad humana, desde el nivel interpersonal hasta el internacional. Los conflictos pueden ser entendidos en dos formas:

El conflicto puede ser tratado de forma negativa ignorándolo en un extremo, y amenazando o usando la fuerza sobre el otro.

El conflicto puede ser alternativamente abordado en forma positiva, a través de la negociación, la solución del problema en forma conjunta y la construcción de consenso. Estas opciones pueden ayudar a construir y sostener relaciones bilaterales y multilaterales constructivas.

En este caso en el último año ha surgido un conflicto que, quizás sea uno de los más importantes y que ha afectado al Poder, dándole un aumento significativo a la oposición, y se trata de las discrepancias que tiene el Jefe de Estado, con los medios de comunicación y en especial con Teleamazonas.

Todo parte de una serie de prejuicios y concepciones erróneas del trabajo de la televisión y en sí de los medios de comunicación por parte del gobierno.

Las objeciones de Teleamazonas son: que la televisión solo intenta reflejar la realidad; y si las condiciones de protagonismo provienen mayoritariamente de un sector, sea cual fuere, por sus propuestas, pero fundamentalmente por la toma de decisiones, es eso lo que va a contar la televisión; y todos los medios de comunicación, a demás que la información debe llegar al televidente de la manera

más objetiva y veraz y, por ello el público también está en su derecho de escuchar las críticas, que hacen los medios acerca de las realidades presentadas, con la finalidad de darle mayores opciones de reflexión.

Actualmente todo este conflicto, tiene sus implicaciones que afectan directamente a la comunidad, ya que a pesar de que esta está acostumbrada a problemas y enfrentamientos entre funcionarios públicos o políticos, este es un caso distinto, ya que se trata directamente de un Mandatario de la Nación y un medio de comunicación, por ello la gente indignada, espera que se superen estos desacuerdos, ya que es la imagen del país, lo que también está en juego a nivel nacional e internacional.

Por ahora, parece, que hay poca esperanza de resolver la disputa original. La confianza establecida desde hace tiempo en la habilidad de la comunidad para manejar sus problemas oscila, se tambalea y da pie a la sensación de crisis. Los medios de comunicación subrayan las discusiones y suman esfuerzos positivos hacia una solución, sin embargo emiten titulares de los escándalos y los hechos y declaraciones negativas del conflicto.

Adicionalmente, esto afecta al país internacionalmente dando una mala impresión, al público del mundo, ya que se ve únicamente a un Presidente que toma decisiones emocionalmente y a un medio de comunicación irrespetuoso.

La diferencia de ideología entre el Gobierno y algunos medios hace resaltar un tema que reluce con agresividad en los últimos años: La libertad de expresión.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

MANUAL PARA EVITAR EL CONFLICTO

La presente propuesta, quiere contribuir con la creación de un manual procedimental de discurso, el mismo que servirá para evitar futuras confrontaciones.

En este manual se incorporará, un diseño de discurso para ayudar a los comunicadores sociales, a basarse en procedimientos de discurso enmarcados dentro de la Ley de Comunicación vigente y en Tratados Internacionales.

La solución es una de las alternativas que tienen las partes frente a un conflicto. Esta solución puede provenir de las mismas partes o implicar a un tercero que decida por ellas.

Se denomina "Métodos Alternativos de Resolución de Disputas o de Conflictos", a una gama de mecanismos utilizados para solucionar conflictos sin necesidad de acudir al sistema de los tribunales de justicia, tales como, la negociación, la mediación, la conciliación, el arbitraje y los mini juicios.

3.1 Soluciones para evitar confrontar con los medios de comunicación.

Hay que replantear el papel de los medios, en términos de la constitución de espacios de palabra, de un complejo escenario de concreción, de los distintos juegos lingüísticos y simbólicos y, desde los múltiples campos de la vida.

Experiencias pasadas alrededor del mundo, han demostrado que la censura no es la mejor opción para democratizar los medios de comunicación. Por tanto, cada gobierno debe ser capaz de establecer y promover medios de comunicación de propiedad estatal, pero sin cerrar la competencia privada existente o la intromisión en sus líneas editoriales. Países como Inglaterra o Alemania han ejemplificado la gestión independiente de medios de comunicación de propiedad estatal que no entran en conflicto con los medios de comunicación de propiedad privada.

La regulación de los programas deben ser ejecutados por una entidad de control independiente. El gobierno debería tener representación en la misma, pero no controlarla. De lo contrario, se convierte en un brazo ejecutor de las políticas gubernamentales.

Los gobiernos deberían fomentar la creación de más medios de comunicación privados e independientes, ofreciendo asistencia económica y técnica. Esta es la mejor forma de contrastar la información, aumentar el nivel de la oferta de programación y ofrecer a las personas un espectro más amplio de opciones de radiodifusión, que luego se puede recompensar con la calificación más alta.

Finalmente, ante cualquier exceso de los medios de comunicación, un sistema independiente de Justicia, encabezado por el Poder Judicial, determinará si hubo abuso en el ejercicio de la libertad de expresión.

De este modo se lograrán tres objetivos vitales: fortalecer el estado de derecho, afianzar la independencia de los poderes del estado y fiscalizar posibles excesos

de la prensa. Solo así se alcanzará un principio fundamental del derecho público: el Imperio de la Ley.

3.2 Negociación y Mediación.

El hecho de que el conflicto sea frecuente o que sea parte de la vida, no quiere decir que sea fácil su manejo. Un conflicto manejado inadecuadamente, puede conducir a situaciones bien desfavorables para el desarrollo de un proyecto, tales como: bloqueo en la comunicación, donde se pueden restringir informaciones importantes, distorsión deliberada de hechos para defender una posición en el grupo, se rompe la coalición de grupo y se forman emparejamientos o subgrupos (en algunas ocasiones, con no muy sanos propósitos), se puede propiciar una lucha de ganadores- perdedores difícil de resolver... y por supuesto a nadie le gusta perder.

Partiendo de estas consideraciones, no es difícil comprender que hay algunos aspectos que se puede definir como básicos para enfrentar un conflicto, y que son requisitos necesarios para la solución eficaz de un conflicto; ellos son:

1. Reconocer y aceptar la existencia del conflicto (percepción del conflicto).
2. Voluntad de solucionar el conflicto.
3. Necesidad de búsqueda de una solución efectiva (constructiva). Los llamados "conflictos buenos" o "productivos", son solo aquellos donde las partes implicadas quieren solucionar la situación existente.
4. Tener la creencia, convicción y flexibilidad para creer y estar convencidos de que las personas (incluido uno mismo) podemos cambiar y asumir una conducta colaborativa de conciliación.

5. Tratar de dar una solución a tiempo porque la dilación puede llevar a efectos acumulativos que pudieran convertirse en problemas irreversibles.

Hablar de negociación suele ser sinónimo de resolución de problemas en forma de diálogo. Cualquier necesidad a remediar es, una ocasión para iniciar el proceso negociador. Cada vez que las personas intercambian ideas con la intención de modificar sus relaciones, cada vez que llegan a un acuerdo, están negociando, por ello es que la negociación es considerada como un elemento de la conducta humana.

Etimológicamente la negociación se refiere a la negación de ocio, así como a una relación dual que tiene como objetivo el ganar-ganar. Las consecuencias de las negociaciones duran toda la vida; el éxito en la vida depende del éxito como negociador. Todo en la vida es negociable, en todas las circunstancias y en todos los momentos y la finalidad de la negociación es la de mejorar las condiciones de tiempo, recursos y alcances de los proyectos que estemos realizando; cualquier persona en el ámbito de los negocios debe conocer y tener las herramientas necesarias para salir triunfante con el emblema de No solo Vender por Vender sino Negociar para Ganar.

Negociar es tratar asuntos para llegar a un acuerdo, y se trata de llegar a un acuerdo con alguien, porque hay algo que motiva un interés común. Es un acto que se hace cotidianamente con la familia, compañeros de trabajo, vecinos o con cualquier persona con la que existe relación. Sin embargo, a pesar de que se hace constantemente, no siempre los resultados son óptimos; puede dejar (a nosotros o a la otra persona) con cierto "sabor" de insatisfacción, agotamiento e incluso enemistades. El éxito del método que se utilice, tiene mucho que ver con la flexibilidad, la sinceridad, la espontaneidad y la creatividad del negociador o mediador del conflicto

No todos los conflictos son negociables y no todos son negativos. No son negociables ni los derechos humanos ni las necesidades básicas; por poner un ejemplo, un padre no puede negociar con su hijo si le alimenta, le viste, le educa,

alimenta, etc., ni un trabajador puede negociar su asistencia regular al trabajo, o el cumplimiento de normas establecidas de seguridad e higiene, ni puede un empresario negociar si da o no da un salario.

La negociación no es válida para llegar a acuerdos sobre creencias, ideologías o valores. El tener una serie de tácticas y una serie de aspectos de personalidad para negociar asegura un 50% de la probabilidad de éxito el otro 50% lo asegura la metodología. La diversidad de las negociaciones y el carácter de los negociadores no tienen límites.

Las maneras de negociar se sustentan en una hipótesis de la inteligencia instintiva, intuitiva y racional. Esto se puede visualizar bajo los siguientes aspectos:

- a. Aceptar que la situación cambia (talento instintivo)
- b. Conocer la situación a través de los sentidos (talento intuitivo)
- c. Generar opciones en la negociación (talento racional)

Un conflicto implica generalmente un ataque que viene aparejado a una contraofensiva, así es que entendernos a nosotros mismos sería una ganancia primaria, y sobre todas las cosas, valorar cómo reaccionamos ante los actos o actitudes de una persona, sería el primer paso emocionalmente inteligente para aprender a resolver o evitar los problemas que nos causan.

Evidentemente, esto lleva a la revisión, de la teoría acerca de la inteligencia emocional, constanding ésta de cinco habilidades básicas: autoconocimiento: ser capaz de conocer nuestras emociones, autocontrol: tener la capacidad de controlar nuestras emociones, auto motivación: contar con la capacidad de motivarse, la empatía: tener la capacidad de reconocer las emociones ajenas y finalmente, las relaciones interpersonales: poseer la habilidad para relacionarse adecuadamente con las emociones de los demás. (Goleman, 1995).

Algunos de los principales exponentes de este tema coinciden en las

recomendaciones básicas en el ámbito de la negociación y el manejo de conflictos:

1. El conflicto y el acuerdo dependen de un equilibrio de fuerzas.
2. Un conflicto bien manejado NO genera ganadores ni vencidos.
3. Cualquier negocio debe ser considerado como una relación a largo plazo.
4. Un negocio se construye sobre la base de la confianza.
5. La confianza se alimenta del compromiso, por lo que una negociación establece un compromiso que debe cumplirse.
6. La comunicación es el corazón de la negociación, su esencia.
7. Para obtener lo que queremos hay que pedir más.
8. Hay que prever un margen de negociación, holgura, a fin de garantizar los resultados esperados.
9. En la mesa de negociación se habla de proyectos y propuestas, no de personas.
10. Cuanto mejor se conoce al interlocutor y su organización, se logra una negociación exitosa.

3.3 Diseño de la Propuesta

La sustentación de una propuesta para un factible análisis del discurso no divorcia los demás campos cognitivos y áreas del desarrollo de la humanidad, como nos dice Armand Mattelart (2002); La construcción del discurso de los fines se cubre en el debate sobre el porvenir de la sociedad de masas. Ya obsesiona a Alexis de Tocqueville quien se hace preguntas sobre el riesgo de uniformización en la era democrática. Está en el origen de las ciencias sociales a través del debate sobre la disolución de las comunidades.

En el período de entreguerras, alimenta las controversias sobre la crisis de la alta cultura europea. Durante los años cuarenta y cincuenta, la sociedad de masas

es el blanco de la crítica que los representantes de la Escuela de Frankfurt dirigen a la estandarización de la industria cultural así como de los análisis de David Riesman y de su equipo sobre la muchedumbre solitaria (*lonely crowd*). Apuntalada por el redescubrimiento del tema de la alienación, en sus formas tanto marxiana como weberiana, el tema de la masificación marca la línea de separación entre los intelectuales críticos y los intelectuales integrados. Entre los que le niegan a la sociedad de masas y a la cultura de masas un potencial emancipador y los que, eliminando cualquier interrogante sobre la inscripción de dicha cultura de masas entre los dispositivos de la regulación social, creen en sus virtudes democratizan téis, en su capacidad para fomentar una mayor participación de las grandes mayorías y para reducir la distancia entre el centro y la periferia de la sociedad moderna.

Estos antecedentes son los que explican por qué Daniel Bell, en 1958, se permitía esta observación: La teoría de la sociedad de masas es probablemente la teoría social más influyente en el mundo occidental; así los procesos comunicativos son un proceso nutrido enteramente por la humanidad y la vida en sociedad el cual influenciará la construcción de un discurso, la concepción de la pretensión de verdad.

Para Toffier (1976); un antiguo marxista, indica con claridad la función operacional de los escenarios de anticipación. Para evitar el traumatismo del choque del futuro, confrontación, hay que crear entre los ciudadanos el deseo del futuro en el marco de una nueva teoría de la adaptación. Es misión de la estrategia de la democracia prospectiva “anticipatory democracy” la de permitir que todos los ciudadanos corrientes, y no sólo un puñado de élites, tomen el futuro en sus manos.

El análisis de confrontaciones entre discursos se adoptará desde las bases semánticas, desde las mismas unidades discursivas como nos presenta la base teórica con fines de que la confrontación se evacue en un debate y soluciones demócratas sin distraer al pueblo con la figura “show” y apegando los discursos a la realidad social, antropológica y cultural.

Los datos informativos e información a ser investigada se integra de registros en videos de las principales entrevistas y cadenas sabatinas expuestas por los polos en confrontación, para llegar al análisis de su pretensión de verdad como sentido del discurso; en búsqueda de proponer una matriz para transfigurar la confrontación hacia el debate.

La verificación de las hipótesis sistemáticamente, se propone ser resueltas de la siguiente forma:

Identificación de las características comunicativas que integra el discurso informativo y aplicable en la televisión.

Localización de las principales causas del resquebrajamiento de un debate y degeneración en confrontación.

Generación de una matriz de análisis del discurso mediante sus unidades semánticas hasta la conceptualización y ejecución del discurso como tal.

3.3.1 Resolución de conflictos:

En el campo de la mediación del conflicto, se utiliza mucho la fórmula ganar-ganar (win- win), uno de los hábitos de las personas eficaces, descritos por Stephen Covey en su libro "Los siete hábitos de las personas altamente eficaces" (Covey, 1994).

La negociación puede ejecutarse en tres etapas fundamentales:

1. Análisis. Es una etapa donde se trata de acopiar toda la información posible, confrontarla. Donde se deben analizar las necesidades y valores personales y sociales a defender. Debe ser una etapa de organización y meditación de la información, así como del análisis de percepciones y

emociones hostiles, la posible falta de claridad, barreras en la comunicación, etc.

2. **Proyección.** Aquí se analiza la tríada conflicto- hombre- contexto en una constante interdependencia. Es una etapa donde se decide lo que se hará, cuándo, cómo y para qué, estando convencidos, que hasta los directivos más hábiles no pueden llegar a anticipar todas las consecuencias de las acciones que emprenden. las contingencias existen, no se crean intencionalmente. Lo cierto es que la flexibilidad, la creatividad y la honestidad van de la mano en el éxito de esta fase de planear una proyección en la negociación de un conflicto.
3. **Discusión.** Ya las partes se comunican en busca de llegar a un acuerdo, donde las habilidades sociales son fundamentales para un tratamiento y entendimiento adecuado entre las partes. Como ya habíamos referido anteriormente, las acciones coherentes y honestas, serán siempre favorecedoras para la toma de decisiones en el manejo adecuado de un conflicto.

3.3.1.1 Actitudes de negociación: ganar-ganar

Las actitudes para garantizar una negociación se definen como procesos para solucionar problemas basados en principios para lograr resultados efectivos y mejorar las relaciones humanas entre los negociadores. En el lenguaje organizacional comúnmente escuchamos que la mejor manera de integrar un conflicto es lograr una negociación ganar-ganar, aunque también existen otras dualidades en la negociación, tales como: ganar-perder, perder-ganar, perder-perder.

Stephen R. Covey, en su obra *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva*, señala que el cuarto hábito es precisamente pensar en ganar- ganar, como el hábito de liderazgo interpersonal efectivo. Asimismo, explica que existen paradigmas o posiciones de interacción humana, dentro de los

cuales se tienen:

- **Ganar/ganar.** Significa que los acuerdos o soluciones son mutuamente benéficos, mutuamente satisfactorios. Es ver la vida como un escenario cooperativo, no competitivo. Se basa en el paradigma de que hay mucho para todos, de que el éxito de una persona no se logra a expensas o excluyendo el éxito de los otros.
- **Gano/pierdes.** Las que se identifican con este paradigma son proclives a utilizar la posición, el poder, los títulos o la personalidad para lograr lo que persiguen; como estilo de liderazgo, es el enfoque autoritario. La mayor parte de la vida es una realidad interdependiente, no independiente; la mentalidad de gano/pierdes no conduce a esa cooperación.
- **Pierdo/gano.** Esta posición es peor que la anterior, quienes la asumen no tienen ninguna norma: ningún requerimiento, ninguna expectativa, ninguna visión. Las personas que piensan en pierdo/ganas por lo general están deseosas de agrandar o apaciguar. Buscan fuerza en la aceptación o la popularidad; tienen poco coraje para expresar sus sentimientos y convicciones, y la fuerza del yo de los demás las intimida fácilmente.

Tanto la de gano/pierdes como la de pierdo/ganas son posiciones débiles, basadas en las inseguridades personales. A corto plazo, gano/pierdes produce más resultados porque se basa en la fuerza y el talento de las personas que están en la cima. Pierdo/gano es débil y caótico desde el principio.

- **Pierdo/pierdes.** Se presenta cuando se reúnen dos personas del tipo gano/pierdes, es decir, cuando interactúan dos individuos resueltos, obstinados y egoístas. Los dos se vuelven vengativos y desearán recobrar lo que se les quitó o hacérselas pagar al otro. Es la filosofía del

conflicto, de la guerra; es también la filosofía de las personas altamente dependientes sin dirección interior, que son desdichadas y piensan que todos los demás también deben serlo.

- Gano/gano. Las personas con esta mentalidad no necesariamente tienen que querer que algún otro pierda; lo que les importa es conseguir lo que quieren. Cuando no hay un sentido de confrontación o -competencia, es probablemente el enfoque más común en una negociación. Una persona con mentalidad de gano piensa en términos de asegurarse sus propios fines, permitiendo que las otras personas logren los de ellas.
- Ganar/ganar o no hay trato. Si no se llega a una solución sinérgica -con la que todos estén de acuerdo-, se puede recurrir a una expresión superior del paradigma ganar/ganar: ganar/ganar o no hay trato.

¿Cuál es la mejor opción?

Depende de la realidad; el desafío es interpretar esa realidad con exactitud y no aplicar automáticamente a todas las situaciones un paradigma de gano/pierdes u otra programación interior. Además, si se considera que la mayoría de las situaciones forman parte de una realidad interdependiente, entonces ganar/ganar es la única alternativa viable de las cinco.

No hay trato significa que, si no podemos encontrar una solución que beneficie a ambas partes, coincidiremos en disentir de común acuerdo: no hay trato. Es mucho mejor comprender desde el principio que nuestros valores o metas van en direcciones opuestas y que por ello no se puede crear alguna expectativa o establecer algún contrato.

En una realidad interdependiente, cualquier cosa inferior a ganar/ganar es un pobre intento que afectará la relación a largo plazo.

Cinco dimensiones de ganar/ganar:

El principio de ganar/ganar es fundamental para el éxito en todas nuestras interacciones, y abarca cinco dimensiones interdependientes.

Empieza con el carácter, y a través de las relaciones fluye en acuerdos. Se cultiva en un ambiente en el que la estructura y los sistemas se basan en ganar/ganar. Supone un proceso; no podemos alcanzar fines ganar/ganar con medios gano/pierdes o pierdo/ganas.

Sin embargo, no siempre se logra llegar a un acuerdo por medio de la negociación y se hace necesario pedir asesoramiento, ayuda o intervención a mediadores. En este caso ya hablamos de mediación. No es más que la asistencia de un tercero, independiente, que enfrenta la desconstrucción de la situación problema y facilita la toma de decisión de las partes y que también ha sido llamado árbitro.

Esta persona, generalmente tiene gran experiencia en la propuesta de alternativas que no han sido consideradas anteriormente, ayudan a mantener un clima social adecuado, son persuasivos al intentar la reflexión entre ambas partes, etc.

3.3.1.2 Tipos de negociadores

Cada persona tiene características propias que se reflejan en las diferentes actuaciones de su vida, los cuales corresponden a una determinada manera de percibir, sentir y reaccionar ante los acontecimientos. Las creencias, ideologías, prejuicios, motivación, escala de valores, etc., constituyen diferencias que se manifiestan en la manera de reaccionar ante los acontecimientos.

Con base a lo anterior, se podrían definir dos estilos de negociador:

- Negociador enfocado en los resultados. Lo único que realmente le importa es alcanzar su objetivo a toda costa, intimida, presiona, no le

importa generar un clima de tensión. Tiene una elevada (excesiva) autoconfianza, se cree en posesión de la verdad. Considera a la otra parte como un contrincante al que hay que vencer con objeto de conseguir el máximo beneficio posible. Las relaciones personales no es un tema que le preocupen, ni tampoco los intereses del oponente. (Eco. RCD-Presidente-Teleamazonas)

- **Negociador enfocado en las personas:** Le preocupa especialmente mantener una buena relación personal. Evita a toda costa el enfrentamiento; prefiere ceder antes que molestar a la otra parte. Es un negociador que busca la colaboración, facilitando toda la información que le soliciten, planteando claramente sus condiciones.

Este negociador puede resultar excesivamente blando, de una ingenuidad de la que se puede aprovechar la otra parte, especialmente si el oponente responde al modelo anterior.

Ninguno de estos dos extremos resulta adecuado: el primero porque puede generar un clima de tensión que dañe la negociación y el segundo por una excesiva bondad de la que se puede aprovechar el oponente.

3.3.1.3 Estilos de negociación

Cada negociación es diferente y exige una aproximación específica; no se puede utilizar siempre el mismo esquema de negociación; no hay dos clientes iguales y cada uno de ellos exige un trato determinado. No obstante, se podría hablar de dos estilos básicos de negociación: la negociación inmediata y la negociación progresiva.

La negociación inmediata busca llegar con rapidez a un acuerdo, sin preocuparse en tratar de establecer una relación personal con la otra parte.

La negociación progresiva busca en cambio una aproximación gradual y en ella juega un papel muy importante la relación personal con el interlocutor; se intenta crear una atmósfera de confianza antes de entrar propiamente en la negociación.

Una variable que resulta determinante para ver qué estilo de negociación conviene utilizar es si se trata de una negociación puntual, aislada, o si por el contrario se pretende mantener una relación duradera con la otra parte.

En una negociación puntual no hay necesidad de tratar de estrechar lazos; en este tipo de negociación cada parte puede tratar de maximizar su beneficio a costa del otro. El deterioro de las relaciones que esto puede producir no tiene mayor trascendencia ya que probablemente no haya que volver a negociar con esta persona.

Por el contrario, cuando se negocia con un cliente o con un proveedor con el que interesa mantener una relación duradera resulta primordial cuidar la relación personal.

3.3.1.4 Características de los negociadores

Son muchas las características que definen al buen negociador y que lo diferencian del negociador agresivo o del mero vendedor-charlatán. Entre ellas se pueden señalar:

- Le gusta negociar: la negociación no le asusta, todo lo contrario, la contempla como un desafío, se siente cómodo. Tampoco le asustan las negociaciones complicadas, pueden incluso hasta motivarle más.
- Entusiasta: aborda la negociación con ganas, con ilusión. Aplica todo su entusiasmo y energía en tratar de alcanzar un buen acuerdo.
- Gran comunicador: sabe presentar con claridad su oferta, consigue captar el interés de la otra parte. Se expresa con convicción.

- Persuasivo: sabe convencer, utiliza con cada interlocutor aquellos argumentos que sean más apropiados, los que más le puedan interesar.
- Observador: capta el estado de ánimo de la otra parte, cuáles son realmente sus necesidades, qué es lo que espera alcanzar; detecta su estilo de negociación, sabe leer el lenguaje no verbal.
- Psicólogo: capta los rasgos principales de la personalidad del interlocutor así como sus intenciones (si es honesto, riguroso, cumplidor, si es de fiar, si tiene intención real de cerrar un acuerdo, etc.).
- Sociable: una cualidad fundamental de un buen negociador es su facilidad para entablar relaciones personales, su habilidad para romper el hielo, para crear una atmósfera de confianza; tiene una conversación interesante, animada, variada, oportuna.
- Respetuoso: muestra deferencia hacia su interlocutor, comprende su posición y considera lógico que luche por sus intereses. Su meta es llegar a un acuerdo justo, beneficioso para todos.
- Honesto: negocia de buena fe, no busca engañar a la otra parte, cumple lo acordado.
- Profesional: es una persona capacitada, con gran formación; prepara con esmero cualquier nueva negociación, no deja nada al azar.
- Detesta la improvisación, la falta de rigor y seriedad; conoce con precisión las características de su oferta, cómo compara con la de los competidores, cómo puede satisfacer las necesidades de la otra parte.

- Es meticuloso, recaba toda la información disponible, ensaya con minuciosidad sus presentaciones, define con precisión su estrategia, sus objetivos. Le da mucha importancia a los pequeños detalles.
- Firme, sólido: tiene las ideas muy claras (sabe lo que busca, hasta donde puede ceder, cuáles son los aspectos irrenunciables, etc.). El buen negociador es suave en las formas pero firme en sus ideas (aunque sin llegar a ser inflexible).
- Auto confianza: el buen negociador se siente seguro de su posición, no se deja impresionar por la otra parte, no se siente intimidado por el estilo agresivo del oponente. Sabe mantener la calma en situaciones de tensión.
- Ágil: capta inmediatamente los puntos de acuerdo y de desacuerdo. Reacciona con rapidez, encuentra soluciones, toma decisiones sobre la marcha, sabe ajustar su posición en función de la nueva información que recibe y de la marcha de la negociación. No deja escapar una oportunidad.
- Autoestima elevada: para ser un buen negociador es necesario tener un buen nivel de autoestima, porque la baja autoestima hace que se tenga miedo a pedir, y probablemente este miedo crea confusión y dificultad para definir lo que se quiere.
- Asertividad: define la capacidad de decir NO de manera natural, espontánea, sin generar tensión y sin deteriorar la relación con la otra parte; para un buen negociador la capacidad de decir NO, cuando es necesario, resulta fundamental.
- Resolutivo: busca resultados en el corto plazo, aunque sin precipitarse (sabe que cada negociación lleva su propio tiempo y que

hay que respetarlo). Sabe cuáles son sus objetivos y se dirige hacia ellos. Los obstáculos están para superarlos, no desiste sin plantear batalla.

- Acepta el riesgo: sabe tomar decisiones con el posible riesgo que conllevan, pero sin ser imprudente (distingue aquellas decisiones más trascendentales que exigen un tiempo de reflexión y que conviene consultar con los niveles superiores de la compañía).
- Paciente: sabe esperar, las operaciones llevan un ritmo que conviene respetar. Uno no debe precipitarse intentando cerrar un acuerdo por miedo a perderlo.
- Creativo: encuentra la manera de superar los obstáculos, inventa soluciones novedosas, detecta nuevas áreas de colaboración.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Basta con realizar un breve repaso a la historia universal para encontrar que su transcurso gira en torno a la historia de sus conflictos. Estos han sido a lo largo de los siglos y siguen siendo hoy en día, consustanciales al ser humano: por ejemplo, las sociedades actuales de la mayor parte de los países desarrollados intentan rescatar las diferencias entre las personas para discutir sobre ellas e integrarlas, como procesos naturales, en su seno.

Son tan frecuentes los conflictos que podría incluso considerarse que han sido heredados por el homo sapiens como mecanismos adaptativos, pues pocas son las especies animales que no los sufren entre sus miembros, sin que ello signifique ni mucho menos su desaparición o una desventaja con otras especies competidoras. Los conflictos son procesos en realidad generalizados a todos los seres vivos, pues hasta los expertos en botánica emplean el término para explicar pugnas entre especies vegetales por la consecución de recursos escasos, como la luz del sol o los nutrientes. Pero volviendo al nivel humano, estos procesos no solo se presentan a nivel global, entre naciones o sociedades, sino que son propios de los niveles más íntimos de la vida, como puede ser el afectivo o el familiar.

La comprensión de los fenómenos sociales ha permitido generar alternativas deseables para afrontar los conflictos de relación a través de una comunicación dialógica, con la mediación de una figura confiable y objetiva y/o con acuerdos satisfactorios.

Los conflictos son fenómenos o eventos que aparecen asociados al desarrollo humano y progreso de la sociedad, sin embargo cuando no se atienden oportunamente pueden derivar en problemas de mayor complejidad, de ahí la importancia de resolverlos adecuadamente, como parte de una cultura de la paz y de la no violencia que es lo que se quiere conseguir en el Ecuador.

Como conclusión principal se considera que resolver un conflicto implica disposición, ésta se logra de una manera natural cuando existen condiciones para el diálogo, sin embargo, cuando falta confianza, respeto o equidad en la comunicación se puede recurrir a la figura del mediador quién deberá facilitar su resolución de manera colaborativa y estratégica. Por otra parte, la negociación como estrategia de resolución de conflictos favorece que las partes inicialmente en desacuerdo o disconformes lleguen a un acuerdo mutuamente satisfactorio con economía de esfuerzos.

Cuando se presta atención a aquellos procesos que pueden provocar que los conflictos se conviertan en destructivos, los conflictos pueden llegar a minimizarse, resolverse y hasta a evitarse atención.

Este conflicto necesita de una negociación en donde las dos partes puedan ganar, y para que esta tenga depende en gran medida de conseguir una buena comunicación entre las mismas.

Cada uno de ellos tiene que ser capaz de comunicar de forma clara cuáles son sus planteamientos y cuáles son sus objetivos y sobretodo tener limitaciones, no se puede llegar a un punto en donde las dos partes ganen, si es que los dos bandos intentan llevarse la mejor parte o ser vencedores, por ello es importante de que ambas partes capten con exactitud el mensaje de búsqueda de una solución y de puntos de encuentros que satisfagan los intereses mutuos. Sin adoptar una actitud defensiva ante el primer comentario del que no se coincide.

No es infrecuente que las partes se enzarzen en una agria disputa sin que ninguna de ellas conozca realmente cual es la posición de la otra. Para esto es importante el saber escuchar, ya que muchas veces los implicados están más preocupados en lo que quieren decir que en oírlo, la buena comunicación exige una escucha activa y prestando la atención debida.

Para resolver este conflicto es importante hacerlo por medio de un buen negociador, que se pueda comunicar con ambas partes de manera sencilla y clara, que facilite la comprensión, y evitando así malentendidos, ya que tendrán las ideas muy claras.

El buen fin de la negociación depende en gran medida de saber comunicar claramente lo que uno piensa, asintiendo cuando se esté de acuerdo y diciendo "NO" en caso contrario. Es importante, señalar que es preferible no llegar a ningún acuerdo que cerrar uno que no convenga.

Para llegar a un acuerdo entre el gobierno y los medios de comunicación es necesario saber primeramente que todos los ciudadanos tenemos un total derecho a la libertad de opinión y pensamiento, que es por lo que tanto se ha luchado en la historia y debe estar claro también de que concomitantemente con la libertad (derecho) de expresarse libremente, está la responsabilidad (obligación) de responder por su contenido, Una cosa es libertad de expresión y otra ligereza e irresponsabilidad con esa libertad. Se debe de exigir que los medios que mantengan informados a la población con la verdad, cumpliendo la misión para la que fueron creados.

Últimamente ciertos medios, periodistas y pueblo han perdido la buena educación, costumbres, respeto y, lo que es más, su manera de expresión castellana, ya que sus expresiones son primarias, motivadas tal vez por el odio, el resentimiento y sus grandes frustraciones. Hoy es común que a título de libertad de prensa y democracia se usen expresiones que se han vuelto norma, como ser irrespetuosos, malos imitadores y supuestos fiscales.

Opinar, reclamar, comentar, expresarse sin temor a represalias son derechos innatos del ciudadano ecuatoriano. Pero tal vez se está pasando por alto otro derecho que está siendo ultrajado en este proceso: el derecho de la audiencia, los televidentes, lectores y radio escuchas, el derecho de un pueblo democrático.

Cada programa, artículo o imagen presentada en los medios de comunicación representa una opinión, un punto de vista válido y necesario en la sociedad. El público recibe estos mensajes, construye sus propias opiniones y define sus puntos de vista.

En este proceso es vital, la variedad de opciones, no solo para obtener mayor información y perspectivas, sino también para validar las propias.

Y es en esa variedad que se encuentra el derecho, a elegir. Si no se está de acuerdo con estos puntos de vista puedo cambiar de canal o estación, leer otro artículo o comprar un diario que esté más de acuerdo con mi punto de vista. Siendo la decisión propia basada en las alternativas que se tiene.

También se debe tomar en cuenta que en el caso del Gobierno, expresamente el presidente Correa, debe cuidar el trato a las personas que no están de acuerdo con su pensamiento, sin irrespetarlas, ni poner ningún tipo de improperios o descalificarlas públicamente, ni tampoco tomar represalias de forma emocional ante las opiniones y críticas de los medios. Es necesario ser críticos cuando el Presidente tiene pronunciamientos inadecuados, ya que se trata de un mandatario de la nación, no una persona común, por ello el presidente debe tener cuidado al emitir sus juicios o al expresarse públicamente ya que es el líder de un país y por ello tiene a sus espaldas el peso de la imagen del Ecuador, de tal forma que debe expresarse a la altura de su cargo.

La libertad de expresión es para todos, pero expresión de la verdad, con respeto, no mentiras ni distorsiones, no groserías, y peor aún no inducir a pensar o a que se diga lo que le interesa solo a alguien.

Dentro de una comunidad, sus integrantes tienen derechos y obligaciones, que manejándose en términos lo menos desequilibrados posibles aliviarían de muchos conflictos al país.

Es necesario ser respetuosos de las leyes y de la democracia, sin importar la diferencia ideológica que se tenga, lo importante es que en el país primen el respeto y la libertad, lo que permitirá un equilibrio en la vida de la comunidad y un crecimiento y mayor desarrollo del país, cuando el fin primordial son los intereses comunes y no los de un grupo

BIBLIOGRAFÍA

- ARIÑO, Antonio. *Sociología de la cultura - La constitución simbólica de la sociedad*. Barcelona, Ariel, 1997.
- ALVARADO, Fco. Javier. *Comunicación con calidad dinámica, tipología del discurso*. Monterrey. 2001
- BARBERO, Jesús Martín. *De los Medios a las Mediaciones – comunicación, cultura y hegemonía*. Bogota, Convenio Andrés Bello Ediciones, 2003.
- BARDAN, Lawrence. *Análisis de Contenido*. Madrid: Akal Universitaria. 1977.
- BARTHES, Roland. *La Aventura Semiológica*. Buenos Aires: Paidós.1990.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *La Construcción Social de la Realidad -Un tratado de Sociología del Conocimiento*. Madrid: Martínez de Murguía. 1968.
- BERTUCELLI Marcella, Papi; CALVO PÉREZ, Julio. *Qué es la pragmática*. Barcelona: Paidós.1994.
- CABRERA, M. *Mecanismos de manejo de conflictos*. México 2005
- COVEY , Stephen. *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*.
- ECHEVERRÍA, Bolívar. *La Dimensión Cultural de la Vida Social*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana. 2002.
- DIJK, T. Van. *Text and context (traducción al castellano)*. Londres: Longman, Madrid, Cátedra 3ª edición. 1988.
- FINKLER, P. *Comunicación y diálogo*. México: Dabar (1996).
- FROUCAL, Michael. *La naturaleza humana, justicia vs poder*. Katz. 2006
- GALINDO CÁCERES, Luís. *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura, y Comunicación*. México: Addison Wesley Longman Editores. 1998.
- MATTELART, Armand. *Diversidad Cultural y Mundialización*. Barcelona: Paidós. 2006.

- MATTELART, Armand. *Historia de la Sociedad de la Información*. Buenos Aires: Paidós. 2002.
- SANDOVAL, Eduardo. *Metodología de la Investigación Científica*. Cuenca: Editorial Don Bosco. 2005.
- SANTOS, Eduardo. *Acelerado deterioro de relación prensa-gobiernos en América Latina*. Diario el Tiempo. Colombia 2010
- SCHENKEL, Peter. *Políticas de comunicación*, CIESPAL, Quito 2001
- SHANON, Claude y WEAVER, Warren. *Teoría de la información*. Espasa-Calpe. Buenos Aires 1947
- SETIEN GARCÍA, Carlos. *Violencia de Medios*. México 2007
- WIMMER, R. Dominick, J. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Edición 6. International Thomson editores. Mexico. 2000
- ZECCHETTO, Vitorino. *La Danza de los Signos – Nociones de Semiótica General*. Quito: Ediciones Abya Yala. 2002.

NETGRAFÍAS

- www.razonypalabra.org, 2009

ANEXOS

ANEXO N°. 1

Gráfico 1. Categorías del discurso, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Edgar Landeta A.



Gráfico 2. Esquema del proceso de comunicación en base en su obra Retórica), adaptación de la teoría a la representación esquemática por Aristóteles.

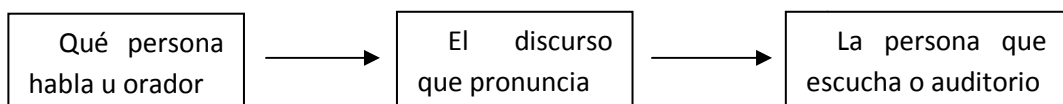


Gráfico 3. Sistema de comunicación, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Shannon y Weaver.

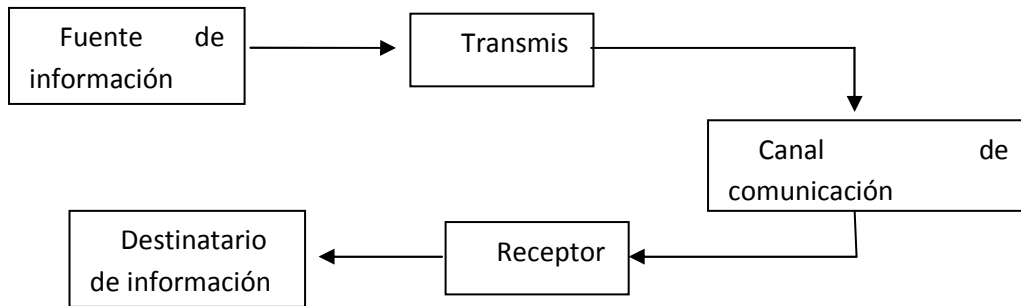


Gráfico 4. Sistema de comunicación, adaptación de la teoría a la representación esquemática por David K. Berlo.

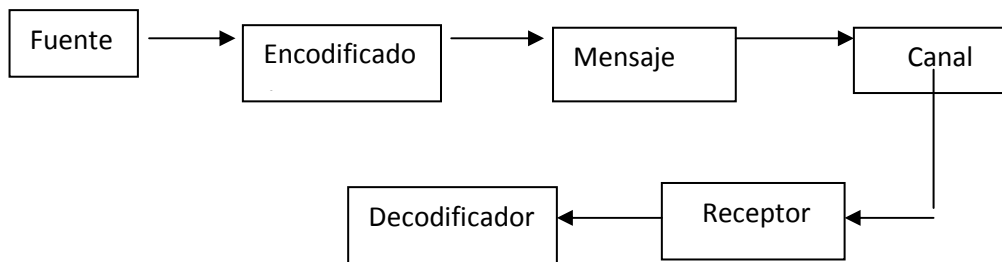


Gráfico 5. El Enfoque semiológico, la semiosis, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Edgar Landeta A.

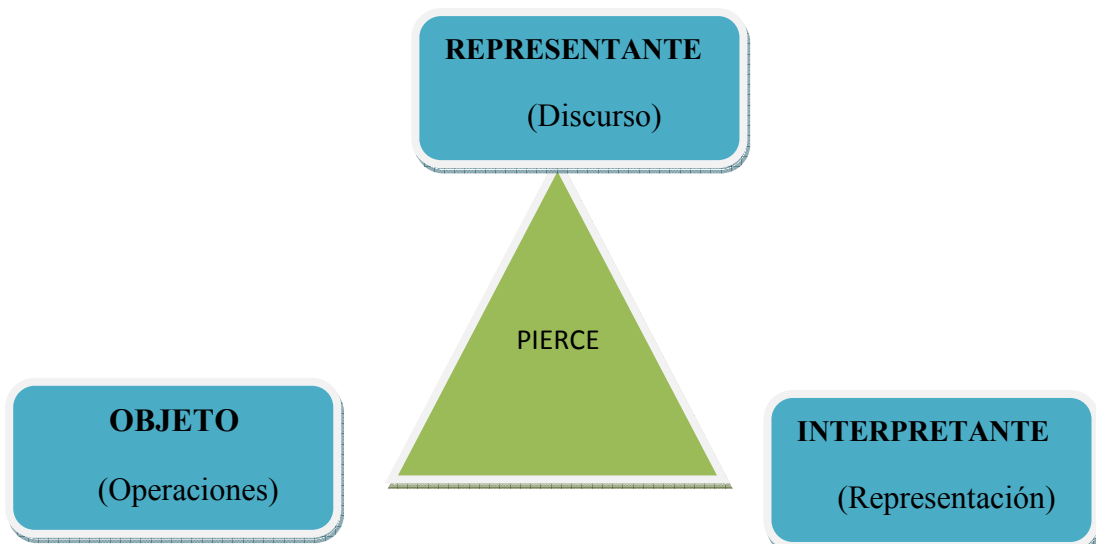


Gráfico 6. El Lenguaje en el Discurso, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Mendoza, Antonio Franco.

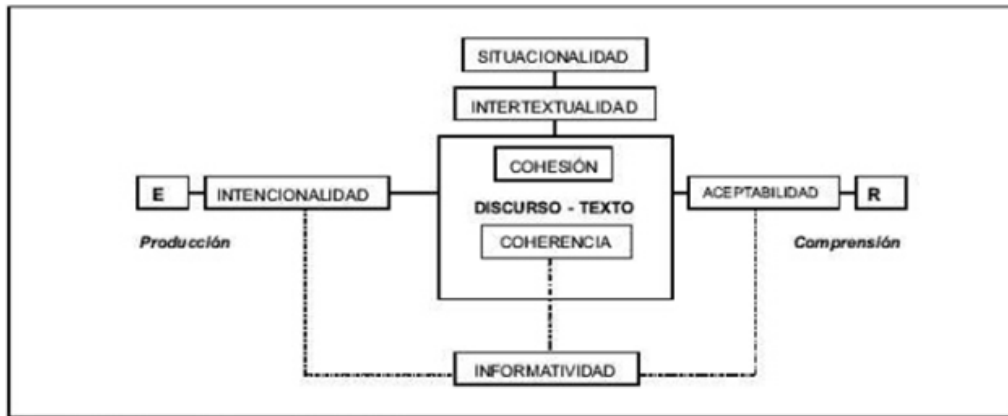


Gráfico 7. La Producción del Discurso, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Mendoza, Antonio Franco.

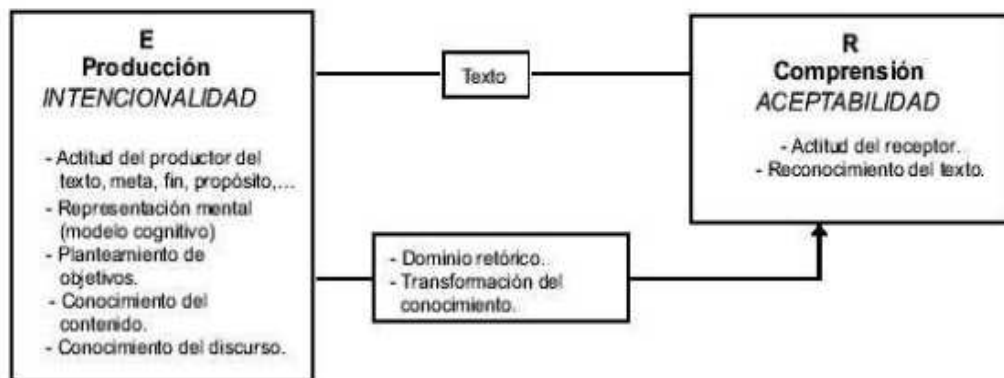


Gráfico 8. El Texto en el Discurso, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Mendoza, Antonio Franco.

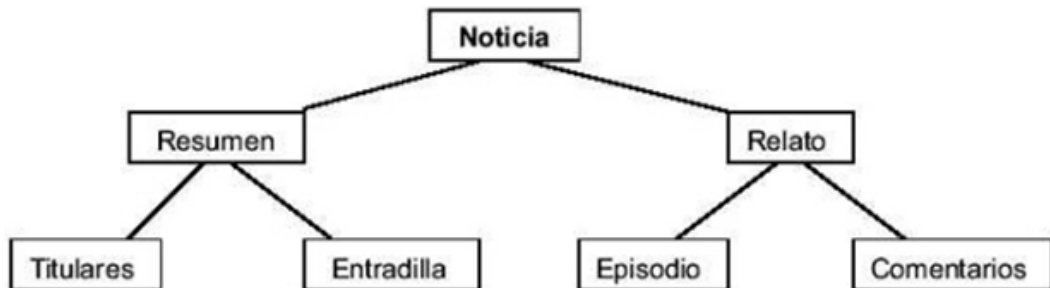


Gráfico 9. El Contexto del Discurso, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Mendoza, Antonio Franco.

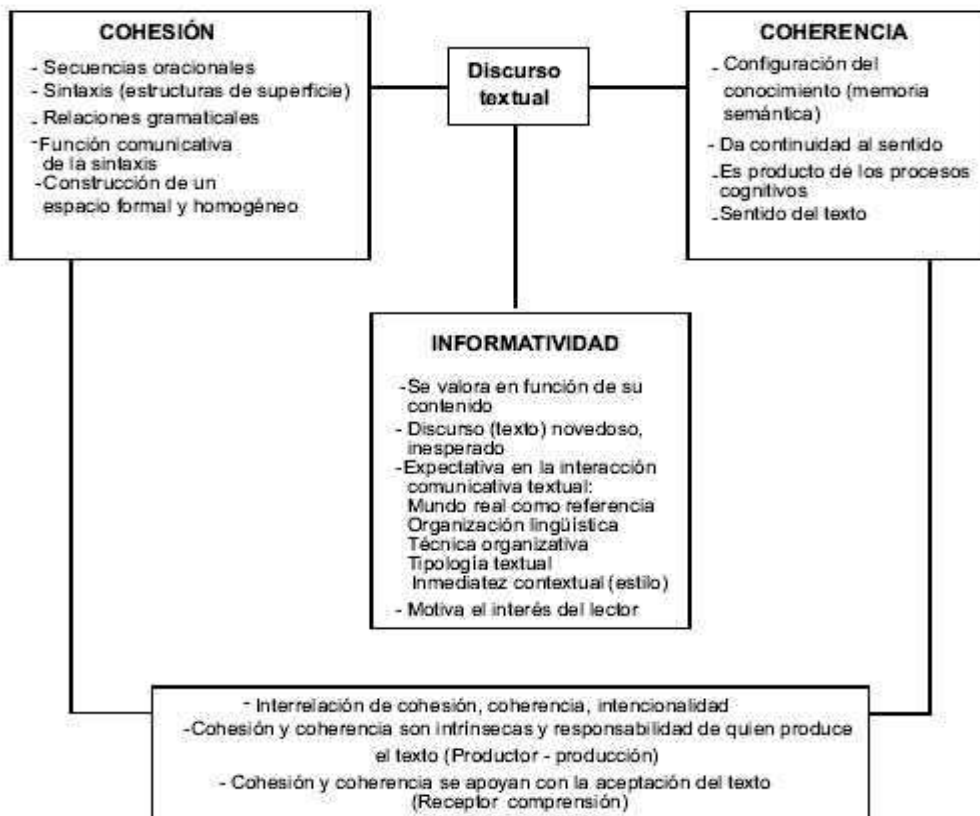


Gráfico 10. El Contexto del Discurso, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Mendoza, Antonio Franco.



Gráfico 11. La Televisión, adaptación de la teoría a la representación esquemática por Edgar Landeta A.

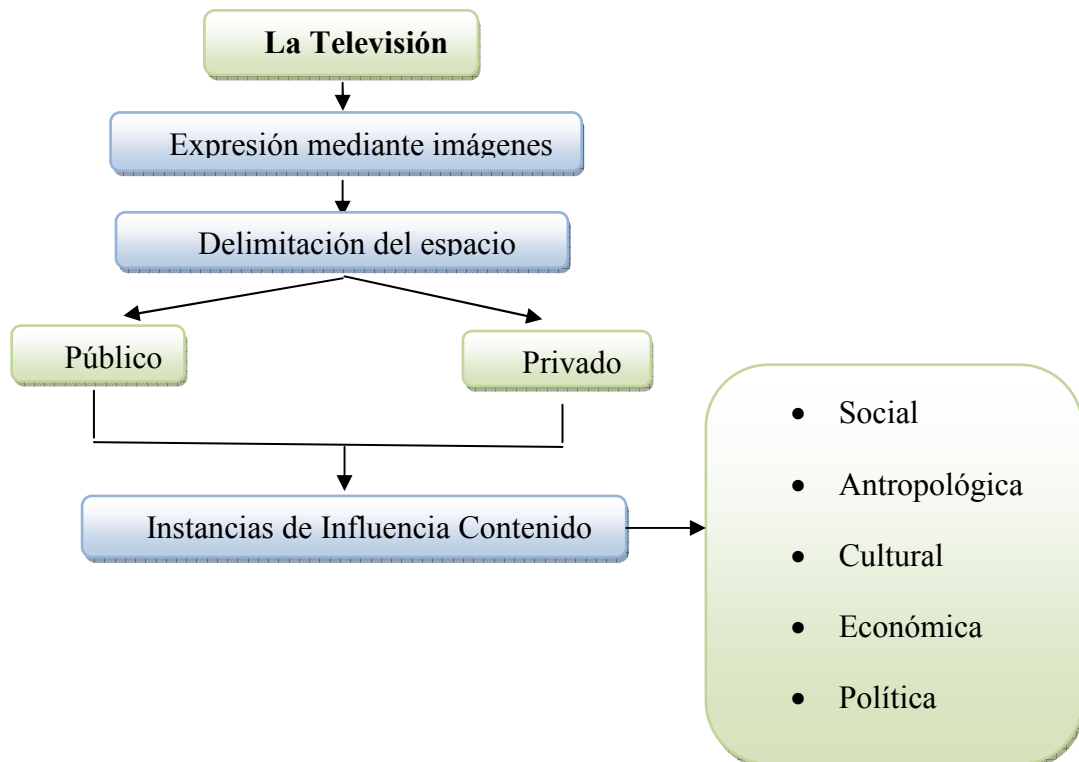


Gráfico 12. El conflicto surge de una “Diferencia de intereses u opiniones entre una o más partes sobre determinada situación o tema., representación esquemática por Edgar Landeta A.



ANEXO N° 2

ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA

La presente encuesta tiene como fin conocer la opinión pública acerca del conflicto existente entre el Gobierno y el medio de televisión Teleamazonas.

Por favor sírvase contestar las siguientes preguntas de acuerdo a lo que se le solicite, marcando con una X en el casillero que corresponda o si es pregunta abierta de acuerdo a lo que se le solicita.

MUCHAS GRACIAS

Datos personales:

Edad ____ Género M__ F__

Preguntas generales:

1.- ¿Conoce o ha escuchado usted del conflicto existente entre Teleamazonas y el Presidente de la república?

SI

NO

(En el caso de no haber escuchado del conflicto indicado, la encuesta finaliza, muchas gracias)

2.- ¿Cuales considera usted como causas principales del problema entre Teleamazonas y el Presidente de la república? (puede marcar más de uno)

* Falta de tolerancia de parte del gobierno a los medios de comunicación.....

* Un intento por parte del gobierno por manejar los medios de comunicación.....

* Poca apertura por parte del gobierno para recibir críticas de los medios de comunicación.

* Mucha agresividad por parte de algunos periodistas en las opiniones.....

* Una falta de objetividad por parte de los medios

* La entrega de información sin la respectiva fuente verificada de información.....

* Otros (indique):

3.- Considera que problema es causado mayormente por:

El gobierno

El canal de televisión

4.- ¿Cree usted que tanto Teleamazonas como el Presidente tienen parte de culpa en este conflicto?

SI

NO

5.- ¿Qué discurso considera usted que debería aplicar el Informativo de Teleamazonas?

Crítico.....

Objetivo.....

Solamente de divulgación de la información

6.- ¿Cree usted que el conflicto debería solucionarse de manera pacífica para ambas partes?

SI

NO

7.- ¿Cuál es su postura como televidente dentro del conflicto mencionado?

8.- ¿Qué cree usted que puedan hacer los televidentes en este caso?

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO

ANEXO N° 3

GUÍA DE ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como objeto conocer el punto de vista del canal Teleamazonas en relación al conflicto actual existente entre el Presidente de la República y el canal.

Opinión del medio televisivo

1. ¿Cual específicamente considera usted que es el problema por el que existe o se da el conflicto entre el Gobierno y Teleamazonas?
2. ¿Qué aspectos considera que tiene el Gobierno en contra del canal de Teleamazonas?
3. ¿Cual considera que es realmente el problema entre Teleamazonas y el Gobierno?
4. ¿Cuáles cree usted que serían las potenciales soluciones en esta confrontación?
5. ¿Qué aspecto considera que el gobierno debe enmendar o poner de parte para solucionar este conflicto?
6. ¿Qué considera usted que estaría dispuesto a poner de parte el canal para mediar este conflicto y no llegar nuevamente a confrontaciones y dificultades?
7. ¿Considera usted que puede existir una solución pacífica, viable y consensuada para ambas partes en el conflicto existente?
8. ¿Cómo está actualmente la relación del canal con sus televidentes?

9. ¿A través de qué medios se da la participación de sus televidentes en la información?

10. ¿Cuánto pesa o qué tan importante es para ustedes lo que piensan los televidentes del manejo de las informaciones?

11. ¿Cree que en el país se fomenta una mirada crítica a los medios de comunicación social?