



RADIOGRAFÍA DEL DISCURSO DEL REFERÉNDUM 2008 EN LA PRENSA ECUATORIANA

Noviembre, 2008



María del Carmen Cevallos
Coordinadora del Laboratorio de Medios

El estudio presenta los resultados obtenidos del análisis de contenido de los diarios El Comercio, Hoy, El Universo, Expreso y El Telégrafo. El objetivo principal fue determinar la cantidad de espacio y las características de la información sobre el Referéndum publicada entre el 8 y el 28 de septiembre de 2008.

Los resultados muestran el tratamiento periodístico dado a las 961 unidades informativas obtenidas en ese periodo. Se destacan las secciones en las cuales esta información fue ubicada, los temas tratados, la jerarquía otorgada a las notas, las fuentes más consultadas, los géneros periodísticos más utilizados y la tendencia y encuadre en los cuales se inscribe la información.

PRESENTACIÓN

El Laboratorio de Medios de la Universidad de las Américas, UDLA, perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, inició su trabajo en octubre de 2007. Fue creado con el propósito de realizar investigaciones, entre otras, sobre los medios masivos de comunicación del país, en la perspectiva de aportar a la comprensión de cómo se construyen y deconstruyen los discursos mediáticos, en especial en relación con acontecimientos de importancia como, en este caso, el Referéndum aprobatorio para el proyecto de Nueva Constitución elaborado en Montecristi.

El interés académico radica en identificar cómo los medios de comunicación impresos del país trataron el tema y cuál fue su tendencia informativa la cual, por lo general, no es percibida a simple vista por los lectores. Intencionalmente o no, el discurso busca influir de una u otra forma en la ciudadanía ya sea a través de las fuentes que proporcionan sus opiniones y criterios, la cantidad de espacio que dedican a los diversos temas y tendencias, los enfoques y otros procedimientos discursivos.

METODOLOGÍA

Para el análisis de contenido se definieron las siguientes categorías: superficie de la información; los temas más tratados, su jerarquía y despliegue; la coherencia entre titular y texto; las fuentes de información a las cuales más acudieron los diarios; la contrastación de fuentes; los géneros periodísticos más utilizados; el tipo de encuadre y la tendencia general de la información.

Para ello se elaboró una matriz en la que se registraron los datos, los mismos que fueron procesados y tabulados en Excel para su análisis respectivo, siempre cruzando la variable diarios con las otras categorías antes mencionadas.

LA MUESTRA

Para el análisis se consideraron los 5 diarios nacionales: El Comercio y Hoy de la ciudad de Quito; El Universo, Expreso y El Telégrafo de la ciudad de Guayaquil. Este último fue incluido dado que es el primer diario estatal del país, esto permite hacer un análisis comparativo y establecer cómo en un diario de estas características trata la información. El período estudiado fue del 8 al 28 de septiembre de 2008, es decir las tres últimas semanas antes de la aprobación de la Nueva Carta Constitucional del país.

En esta línea, el estudio contiene el análisis de 105 diarios. En la fase de recolección de datos de la investigación participaron las estudiantes Vannesa Gómez, Stephy Paz y Camilo Cueva Rivadeneira, quienes recibieron entrenamiento para la aplicación de la metodología, técnicas y procesamiento de la información.

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Las variables o categorías de análisis definidas para este estudio fueron:

Unidad de análisis

Superficie

Sección

Tema

Jerarquía

Coherencia titular/texto

Fuentes

Contrastación de fuentes

Género periodístico

Tendencia de la nota

Encuadres o frames.

LOS RESULTADOS

El espacio y las páginas dedicadas al Referéndum

La primera lectura que se desprende de los datos obtenidos, es la cantidad de información relacionada con el Referéndum en los 5 diarios, objeto de estudio, en el período comprendido entre el 8 y el 28 de septiembre. Se observa que de la superficie total en centímetros cuadrados que incluye la información general y la publicidad, la información relativa al Referéndum es del 5%. Esto significa que en el mismo período se publicaron 228 páginas con un promedio de 2 páginas por medio cada día y que corresponden a 9 notas diarias por cada uno de los rotativos.

El número de notas diarias promedio, es alto si se considera que los medios por lo general tienen que cubrir otros temas a nivel nacional e internacional. Sin embargo el tema que implica aprobar una nueva Constitución, se tornó importante para la agenda de los medios que, sin duda hicieron un seguimiento buscando ofrecer información con aportes e interpretaciones de los artículos más importantes, de académicos y expertos en los diferentes temas.

El total de unidades informativas sobre el Referéndum fueron 961. El diario que mayor número de notas publicó fue Expreso de la ciudad de Guayaquil con 246; en tanto que El Telégrafo emitió 122 que fue el menor número.

Cuadro No. 1
Cobertura del Referéndum¹

	El Comercio	Hoy	El Universo	Expreso	El Telégrafo	Total
Información Referéndum	62,373	43,578	78,282	69,119	37,735	291,087
Información general	1,293,725	646,380	1,145,457	1,262,528	1,040,335	5,388,425
Publicidad	128,177	80,184	129,604	44,433	42,480	424,878
Total espacio	1,484,275	770,142	1,353,343	1,376,080	1,120,550	6,104,390
# de páginas Referéndum	39	26	49	54	29	197
# de páginas Información general	813	399	729	756	819	3,516
# de páginas publicidad	39	49	81	26	33	228
Total de páginas	891	474	859	836	881	3,941
No. Unidades informativas	152	200	241	246	122	961

La publicidad de los diarios es similar al espacio dedicado a la información sobre el Referéndum con una mínima diferencia de 1%. Resalta que el diario El Comercio tiene 39 páginas dedicadas a la publicidad y el mismo número para la información sobre el Referéndum. Sólo en el caso de diario Expreso se ve que el número de páginas de la publicidad (26) es bastante menor en relación con las dedicadas al Referéndum (54). El Universo es el que mayor número de páginas destinadas a la publicidad tiene (81). En tanto que el Hoy tiene 26 páginas dedicadas al Referéndum en todo el período estudiado, que es el menor número. Hoy generalmente tiene un promedio por día de 19 páginas y en relación con los otros medios, es el diario con menor número de páginas que diariamente publica.

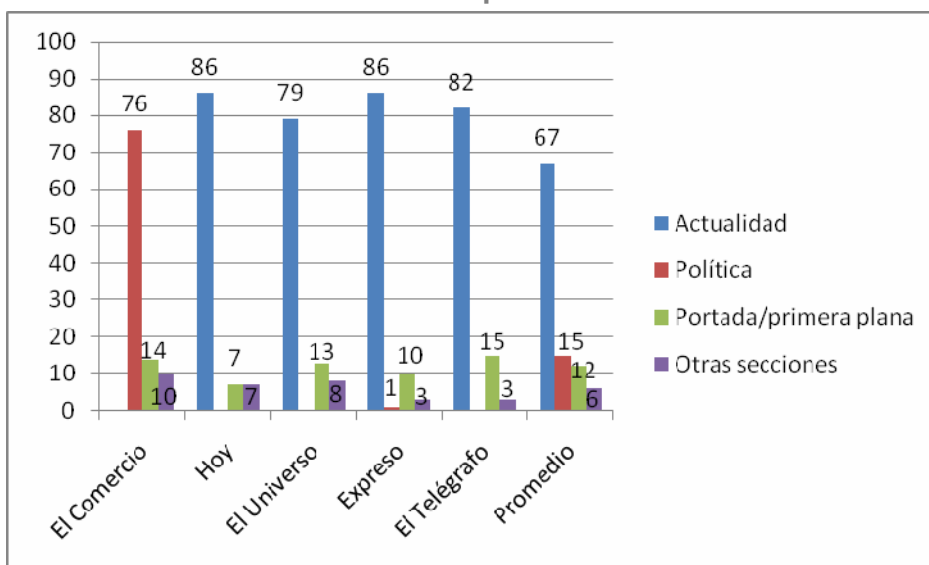
Resulta interesante destacar que el diario público El Telégrafo ocupa el segundo lugar en número de páginas entre información y publicidad, pese a que su tamaño es menor al resto de diarios que son “estándar”. Inclusive el espacio dedicado a la publicidad es alto; en esta sección se publica prácticamente un cuadernillo con avisos judiciales de empresas del Estado además de los avisos clasificados.

¹ El espacio estimado de la información sobre el Referéndum en número de páginas fue calculado en función de la superficie diaria de información y publicidad que publica cada medio. Las unidades informativas se refieren a las notas publicadas independientemente de su tamaño.

SECCIONES PREFERIDAS

A excepción de El Comercio donde la mayor parte de la información sobre el Referéndum la publicó en la sección Política; los cuatro diarios restantes lo hicieron en “Actualidad” siendo Hoy y Expreso los que en mayor cantidad publicaron en esta sección con un 86% cada uno.

Gráfico No. 1
Secciones de publicación²



Esto, sin embargo, no quiere decir que los medios no hayan utilizado otras páginas. Lo hicieron pero en una baja proporción equivalente al 6% en promedio. Estas secciones fueron: Judicial, Sucesos, Al instante, Última hora y Sociedad. Esto se debe a que acontecimientos o información que se produce a último momento o a punto de cerrar las ediciones de los diarios deben ser ubicadas en estas páginas, probablemente por el momento en que se producen y también porque los temas se relacionan con hechos como la posición adoptada por los integrantes de la Corte Suprema de Justicia y otros sobre salud que tradicionalmente se trata en la sección Sociedad de diario El Comercio.

En promedio, los cinco diarios tuvieron un 12% de la información sobre el Referéndum en Portada o primera plana. El Telégrafo lo hizo con un 15% y El Comercio con un 14%; en tanto que Hoy es el que menos publicó en esta sección con un 7%. El caso de diario El Comercio es único ya que todos los días publicó avances informativos sobre el Referéndum ubicado en la parte superior derecha denominada “La lupa en la nueva Constitución”, resaltado con un fondo gris para llamar la atención de los lectores.

En este caso, el aporte de El Comercio se dirigió a ofrecer a los lectores información de profundidad con una página completa desarrollada en el interior del primer cuaderno.

² Todos los datos presentados en los gráficos de este estudio se encuentran en porcentajes.

TEMAS DE MAYOR INTERÉS PARA LA PRENSA

Los temas tratados por los medios fueron múltiples y variados. La categoría “Contenido de la nueva Constitución”, que se refiere a los artículos que forman parte del proyecto a aprobarse; y la Campaña por el No son tratados en forma similar, en un 27% cada uno, en promedio en los cinco diarios. Estos datos demuestran que la misma importancia se da al articulado de la nueva Constitución que a la campaña en contra de la misma.

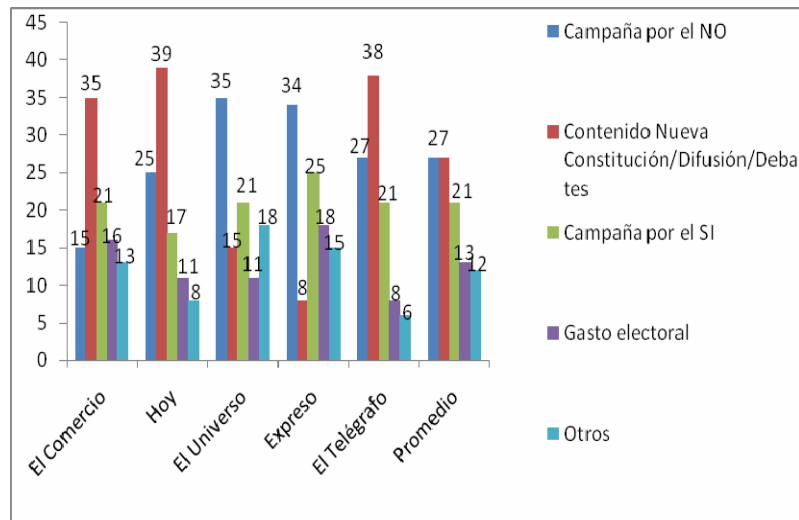
Los diarios Hoy y El Telégrafo trataron sobre la nueva Constitución en un 39% y 38%, respectivamente, en tanto que Expreso es el que menos cobertura dio al tema con un 8%. Por su parte, Universo y Expreso son los que más se ocuparon de reflejar temas relativos a la campaña por el No con 35% y 34% en su orden. Estos datos reflejan, de alguna manera, que los diarios guayaquileños publicaron mucha más información sobre quienes impulsaron la campaña por el No sus actividades y opiniones que sobre la misma propuesta de nueva Constitución.

La campaña a favor del No dio cuenta de las actividades que los diferentes partidos políticos; actores sociales; ex asambleístas, estudiantes por el No y, en especial, la Iglesia Católica y Evangélica realizaron para apoyar esta opción.

En la coyuntura de la primera semana de estudio, esto es del 8 al 14 de septiembre, la Iglesia anunció la realización de 3 misas campales en Guayaquil, hecho que acaparó la atención de los medios. Estos dieron grandes coberturas a este tema y pusieron en debate el papel de la Iglesia en el proceso aprobatorio de la nueva Constitución, otorgando grandes espacios al tema, lo cual desequilibró la información y mostró una información tendenciosa por parte de los medios.

Resalta la cobertura dada por el mismo diario estatal a este tema que supera con un 6% a la campaña a favor del Sí. Esto refutaría los comentarios y argumentos de sectores de la oposición que, en muchas ocasiones, afirmaron que los medios de comunicación estatales favorecieron con su trabajo periodístico al gobierno nacional.

Gráfico No. 2 Temas más tratados



Por su parte, diario Hoy presentó varias notas diarias sobre artículos de la Nueva Constitución, con interpretaciones de dos expertos y académicos contrarios al proyecto de la nueva Constitución: César Montúfar por el NO, y Eduardo Delgado, por el voto Nulo; y uno a favor del Sí, Milton Benítez. En algunas ocasiones en lugar del ex-sacerdote Eduardo Delgado se presentó la opinión de Teodoro Bustamante quien públicamente se manifestó su apoyo al No, lo cual demuestra una clara posición por favorecer a esta tendencia al tener un desequilibrio en las fuentes informativas.

La campaña por el Sí, obtuvo un promedio de 21% en los 5 diarios estudiados, siendo Expreso el que mayormente lo trató con un 25% y Hoy con el menor espacio otorgado a esta categoría (17%). Este tema estuvo presente al publicar sobre hechos como la polémica generada en Guayaquil con los estudiantes de la Universidad Católica el 26 de agosto que terminó en un enfrentamiento entre éstos y la policía, en el marco de la cadena radial sabatina que el presidente Correa acostumbra a dar como rendición de cuentas del trabajo a la ciudadanía.

Una forma de espectacularización de la realidad se observó en el tratamiento de este tema con fotografías y seguimiento de los hechos por dos semanas consecutivas. El papel de la prensa es mostrar la realidad, buscando siempre el equilibrio con el fin de que las diversas tendencias tengan su espacio. La organización de las misas campales por parte de la Iglesia de acuerdo con los datos obtenidos, tuvieron amplia cobertura mediática y en la prensa escrita en particular un despliegue de espacios grandes y en ocasiones de páginas enteras complementadas con fotografías.

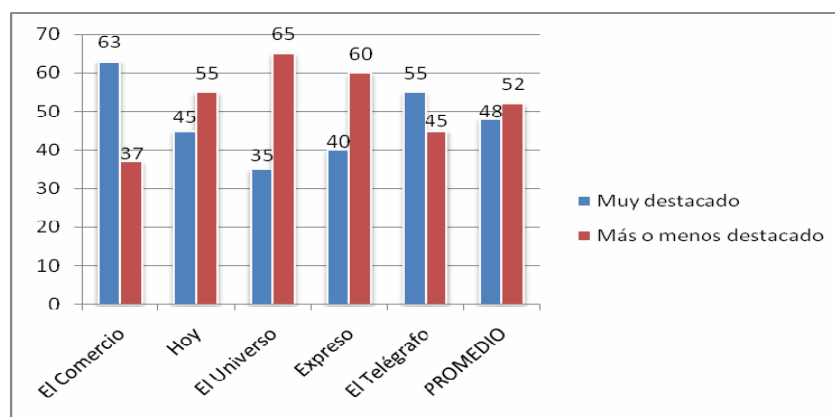
El tema del gasto electoral también mereció la atención de la prensa que, en un promedio de 13% lo cubrió. El Expreso es el que más lo trató (18%). En esta línea, los medios enfocaron su cobertura a resaltar la campaña efectuada por el gobierno nacional cuestionando el uso de los recursos públicos y enfatizando el desigual pautaje de espacios en los medios para la propaganda electoral de tendencias diferentes al Sí. Gráficamente, con cuadros e indicadores de gasto económico y con titulares que, en ocasiones colocaron, como por ejemplo el de diario Hoy publicado el miércoles 10 de septiembre en la página 2A **“Carondelet, en el top del ranking de**

anunciantes” que basa su información en el informe de Infomedia. Sin embargo la misma nota informativa destaca que la campaña del Gobierno ocupa el cuarto lugar en inversión y el quinto en peso publicitario, lo cual se contradice con el titular colocado en la información. Visto de esta

DESTAQUE DE LA INFORMACIÓN

El 52% de los temas relacionados con el Referéndum tuvieron un destaque más o menos importante al ser ubicados por siempre en el cuaderno principal de todos los diarios, aun cuando su tamaño varió en función del tipo de información, como se ve en el gráfico No. 3. La información que mayor jerarquización mereció, por estar ubicada en la parte superior de la página y por su dimensión en relación al resto de la información, llega al 48%.

Gráfico No. 3
DESTAQUE DE LA INFORMACIÓN



El Comercio es el diario que mayor destaque y jerarquía dio a la información en un 63%, es decir otorgó un importante despliegue y ubicación de la información y El Universo da al tema un menor destaque con un 35%.

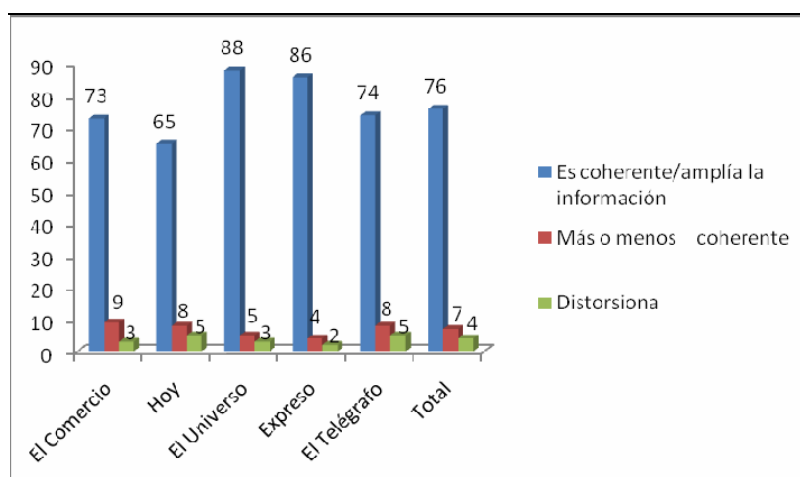
TITULAR Y TEXTO

Los datos del gráfico 4 muestran que los 5 diarios tienen un promedio de 76% de notas donde entre el titular y el texto hay coherencia. El titular además de ampliar la información, es un aporte por sí mismo y da a conocer con claridad de lo que trata la nota.

Diario El Universo tiene un 86% en esta categoría y diario Hoy es el que menor porcentaje registra (65%). Se encontró un 4% en promedio de notas donde el titular distorsiona el contenido, el Hoy y El Telégrafo tienen un 5% cada uno, por ejemplo: “Programa estatal genera dudas sobre su objetivo” publicado en El Universo el viernes 12 de septiembre de 2008. El texto señala que este programa implementado por el Ministerio de Educación induce al voto a favor del Sí, cuando lo que se presentó al país fueron los artículos literales del proyecto de nueva Constitución. En ocasiones, los titulares no reflejan el sentido de la información, se apela a titulares exagerados o sensacionalistas para llamar la atención del lector y por lo tanto se

establece un divorcio entre los dos elementos de la información. Otro factor que puede influir en esta situación es el espacio establecido para los titulares, en el cual el periodista debe “calzar” el titular de cualquier manera, lo cual en ciertas ocasiones puede determinar dicha distorsión.

Gráfico No. 4
Titular y texto: coherencia



Las notas que tienen más o menos coherencia entre el texto y el titular son el 7% en promedio. El Comercio tiene el mayor porcentaje: 9%. Lo deseable es que la calidad de la información periodística se demuestre en la estructura de las notas y donde el 100% de la información reflejen la coherencia entre titular y texto.

La categoría No aplica en promedio obtiene un 13% y se refiere básicamente a avances o notas cortas que en la mayoría de ocasiones no tienen titular y son informaciones muy pequeñas. A estas últimas notas nos referimos cuando se emite información sin ninguna fuente.

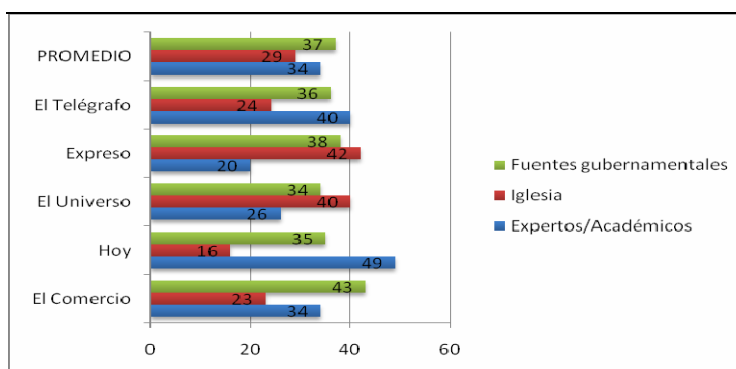
LAS FUENTES PRIVILEGIADAS

Las fuentes más consultadas fueron las gubernamentales que en promedio tienen 37%. El diario El Comercio otorga un 43% a funcionarios gubernamentales; ministros de estado; el presidente Rafael Correa y otros que dan cuenta de las actividades relacionadas con las funciones propias de su cargo y además apoyaron la campaña por el Sí. Estas fuentes dieron declaraciones en el marco de las actividades de entrega de obras; firma de convenios; inauguración y entrega de infraestructura sanitaria; anuncios de subsidios para la agricultura entre otras, Dentro de estas fuentes también aparecen políticos de Alianza País, ex asambleístas, Fernando Cordero ex Presidente de la Asamblea Constituyente y, aliados como alcaldes y prefectos del país. Fue notoria como fuente la presencia de Gustavo Baroja prefecto de Pichincha, al apoyar pública y permanentemente a la nueva Constitución.

En todo el período estudiado Alberto Acosta no aparece en ninguna nota como fuente consultada, a diferencia de la época en la que, como presidente de la Asamblea Constituyente, se constituyó en un personaje sumamente mediático y fuente casi imprescindible para los medios.

Es interesante observar que cuando la prensa busca fuentes para elaborar la información sobre el Referéndum, acuden a académicos y expertos; estas fuentes tienen un promedio de 34%. Es el diario Hoy el que más acudió a estas fuentes (49%) y el Expreso el que menos utilizó este tipo de fuentes (20%).

Gráfico No. 5
FUENTES MÁS CONSULTADAS



Diario Hoy acudió constantemente a las mismas fuentes que buscaron exponer sus puntos de vista para defender sus posiciones a favor del Sí y a favor del No y el Nulo. Mantuvo una presencia permanente César Montúfar, abriendo siempre la sección Guía de decisión en “Opinan los expertos”, que compartió espacio con Eduardo Delgado y Milton Benítez quienes fueron reemplazados en algunas ocasiones por otros especialistas. Teodoro Bustamante, docente de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, (FLACSO), en algunas ocasiones tomó el lugar de Eduardo Delgado con lo cual se acrecentó la posición favorable al No.

El Comercio, por su parte, no mantuvo fuentes fijas, sino que de acuerdo con el artículo constitucional que publicaba, presentaba a especialistas y académicos que orientaban a la opinión pública con sus respectivos argumentos, pero con equilibrio de las dos tendencias: a favor del Sí y a favor del No. Similar esquema siguieron el resto de diarios, aunque en proporciones diferentes.

La tercera fuente más importante para los diarios fueron las Iglesias Católica y Evangélica que, para efectos del proceso electoral, unieron sus esfuerzos y aunque públicamente negaron el apoyo a favor del No, esta posición fue visible en la percepción de la ciudadanía y se reflejó en los medios con discursos relativos a valores religiosos sobre el aborto, el matrimonio homosexual y el no uso del nombre de Dios en la Constitución, temas que no fueron presentados en contexto, sino con un fuerte sesgo por parte de las fuentes consultadas. El diario guayaquileño Expreso es el que más acudió a esta fuente (42%): de manera especial consultó a Monseñor Antonio Arregui, Presidente

de la Conferencia Episcopal Ecuatoriana y Arzobispo de Guayaquil y al pastor Francisco Loor de la Iglesia Evangélica, los dos con asiento en la ciudad de Guayaquil. En contrapartida, fue el Hoy el que menos acudió a esta fuente (16%).

También existieron otras fuentes que periódicamente fueron consultadas como las empresas encuestadoras: Informe Confidencial; Cedatos, Infomedia; representantes de la Policía Nacional; miembros del Tribunal Supremo Electoral; los observadores internacionales de la Organización de Estados Americanos (OEA); Participación Ciudadana, estudiantes y empresarios a favor del No, entre otras.

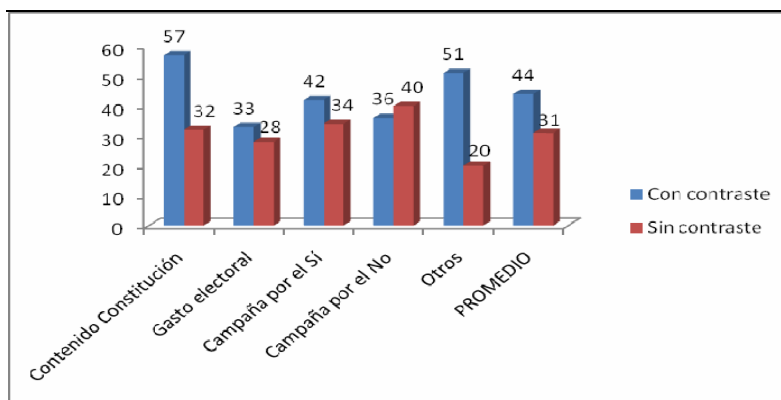
De los resultados obtenidos, llama la atención que la mayoría de fuentes son hombres que pertenecen a organizaciones políticas. Los jóvenes tuvieron un menor espacio y las mujeres fueron consultadas en ocasiones en que se hablaba del tema de los derechos sexuales y reproductivos prioritariamente como si esto le preocupara a la mujer únicamente y no a la pareja.

TEMAS Y CONTRASTE DE FUENTES

Al cruzar las variables temas y contraste de fuentes, se observa que en el promedio general la información con contraste es de 44% y sin contraste el 31%. La categoría “no aplica” está relacionada con avances y notas cortas (25%), cuyo promedio no consta en el gráfico con el fin de reducir la densidad de información.

En las notas sin contraste se observa que la campaña por el No tiene el más alto porcentaje (40%). Este dato confirma de alguna manera el hecho de que los medios al no presentar información con varias fuentes que permitan el equilibrio del discurso, contribuyen a que la información tengan un solo punto de vista, lo que deja entrever que la opinión de esa persona puede ejercer una influencia en la opinión pública como si fuese la única opinión sobre el tema.

Gráfico No. 6
Contraste de notas



En la campaña por el No se incluyeron las notas referidas a la Iglesia en las cuales por lo general, prevalece el “unifuentismo”, es decir el uso de una sola fuente. Los principales voceros de la

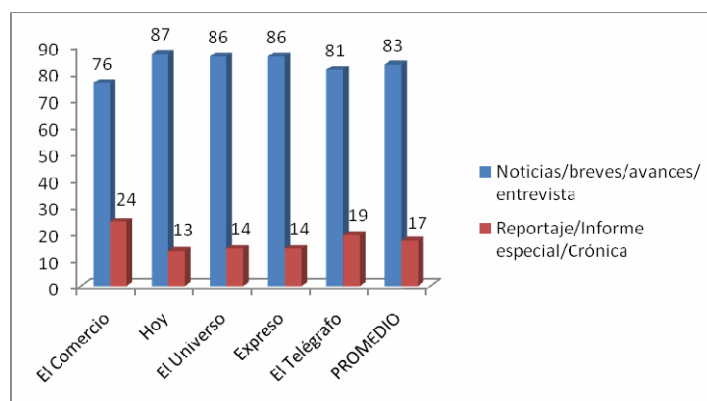
Iglesia católica y evangélica, no tuvieron la contraparte necesaria con tendencias diferentes en una misma nota. Sin embargo, sí se pudo apreciar que dicho contraste se dio entre notas, junto a una nota que hablaba a favor del Sí, se ubicó una nota a favor del No en el mismo espacio y con las mismas características. Por lo tanto, para efectos de este estudio, no sólo se consideró el contraste sólo en la misma nota, sino entre notas.

La categoría “otros” incluyó temas referidos a las actividades del Tribunal Supremo Electoral, de los observadores internacionales de la OEA; representantes de las empresas encuestadoras y que tiene el menor porcentaje de notas sin contraste (20%).

GÉNEROS PERIODÍSTICOS PREFERIDOS

Una realidad del periodismo nacional es la preferencia por el género periodístico ágil y coyunturalista que es la noticia, en detrimento de géneros de profundidad que incluyan la investigación periodística como base de su trabajo para contextualizar la información y ofrecer la mayor cantidad de detalles. Los datos muestran que en promedio, los cinco diarios estudiados trabajan este género en un 83%.

Gráfico No. 7
Géneros periodísticos



El diario Hoy es el que más utiliza este género con un 87% equivalente a 216 notas. Es una característica del diario publicar muchas notas cortas en columna o fila que, por lo general, no tienen una estructura formal. Esto significa que no se utilizan en estas notas las cinco preguntas claves de la noticia, sin embargo son informaciones que estuvieron relacionadas con el Referéndum. De manera similar El Universo y Expreso (86% cada uno); en tanto que El Comercio es el que menos lo utiliza (76%). Esto corrobora lo que Macassi³, investigador de Calandria en Perú encontró en su estudio del 2001: “la mayor parte de la noticias están referidas a la actualidad

³ Sandro Macassi, investigador de Calandria, realizó la investigación “Tratamiento informativo electoral frente al escenario democrático en marzo del 2001” en Lima, Perú.

http://www.calandria.org.pe/rec_descarga.php?id_rec=104. Acceso 23 de octubre de 2008.

inmediata... son escasas las referencias que remiten a proyecciones al futuro...”. De hecho en el país las personas tuvieron acceso a la información sobre hechos o acontecimientos puntuales y más aún a aquella información que generaba polémica o conflicto como por ejemplo: lo sucedido con los estudiantes de la Universidad Católica de Guayaquil o las misas campales organizadas por la Iglesia. En el caso de la cobertura de los hechos, con el género noticia, se ve que prima las tradicionales preguntas básicas: qué, quién, cómo, cuándo y dónde, dejando por fuera los detalles que le dan una mayor referencialidad y que se están destinadas a responder los por qué y para qué que en definitiva ayudan a contextualizar el hecho o acontecimiento.

Por su parte El Comercio trabaja en un 24% los géneros de profundidad que permiten una mayor contextualización. Esto quiere decir que publicó 45 reportajes e informes especiales con una superficie de una página diaria y que fueron publicados durante todo el proceso electoral. Aquí es importante resaltar que la argumentación, el debate, la explicación y la interpretación fueron las características del empleo de estos géneros en El Comercio. Por lo general, en cada reportaje se contaba con dos expertos sobre el tema para interpretar lo que implicaría el artículo de ser aprobada la nueva Constitución. No así en el Hoy que a pesar de dedicar una página completa sólo presentó opiniones superficiales de expertos y académicos, relativas a determinados artículos de la nueva Constitución.

Cuadro No. 2
Noticias vs Géneros de profundidad

Géneros periodísticos	El Comercio	Hoy	El Universo	Expreso	El Telégrafo	Total	%
Informativos	115	206	202	202	107	833	87
Reportaje/Informe especial	45	12	23	23	25	128	13
Total	152	218	225	225	132	961	100

El diario público El Telégrafo ocupa el segundo lugar al publicar reportajes e informes especiales (25) y superó a los guayaquileños Universo y Expreso. Es necesario recalcar que el diario estatal se preocupó de dar una alta referencialidad o, la mayor cantidad de detalles de hechos como por ejemplo: las misas campales que se realizaron en Guayaquil, en los cuales insertaban testimonios a favor y en contra de estas actividades tanto de fuentes oficiales como de la ciudadanía.

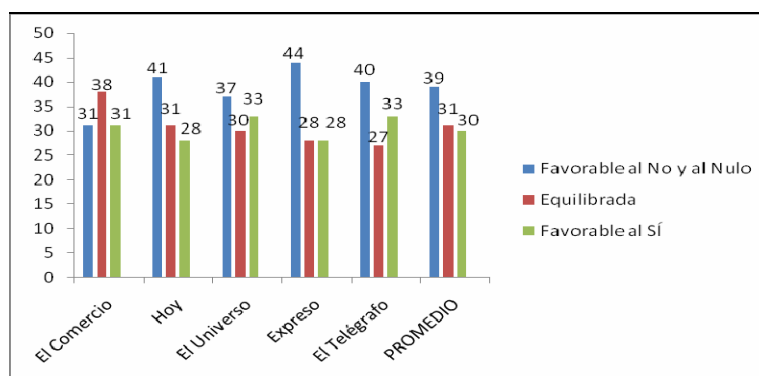
Es precisamente la información contextualizada y con varias fuentes la que va a ayudar a los electores a tomar decisiones responsables, sobre todo frente al hecho de votar por

una nueva Constitución, que implica una decisión totalmente concienzuda y razonada y en esta decisión la información publicada por los medios ejerce cierta influencia en aquellos ciudadanos que acceden a los medios impresos.

¿DE QUÉ LADO ESTÁ LA INFORMACIÓN?

Para identificar la tendencia de la información, se usaron categorías que posicionaban a los actores o fuentes en relación al sentido u orientación que dieron a su discurso. Esto quiere decir que en función de la posición que las fuentes asumieron: a favor o en contra de la nueva Constitución o equilibrada, la nota es calificada en la tendencia correspondiente. ⁴ Se encontró que en promedio la posición favorable al No (39%) fue superior a la orientación favorable al Sí (30%) y la información equilibrada obtuvo un 31%.

Gráfico No. 8
Tendencias de la información



Se puede apreciar que los actores que sirvieron como fuentes de información en mayor medida fueron aquellos que apoyaron la tendencia a favor del No y por lo tanto son los que mayor espacio y notas tuvieron en cuatro de los cinco diarios estudiados. Esto es muy evidente en el diario Expreso que muestra su alineación a favor del No con un 44%.

El Comercio es el único diario que tiene información con una tendencia equilibrada mayoritariamente (38%) y para las tendencias favorables al Sí y al No tienen 31% cada una, mostrando así también un equilibrio entre estas dos posiciones.

En la página Guía de decisión, del diario Hoy que tiene un 41% de información favorable al No, se pudo apreciar que de 4 notas diarias sólo una era a favor del Sí, el resto apoyaba la posición del No porque las fuentes consultadas públicamente expresaron su intención de apoyo a estas tendencias. Por lo tanto, se observa con claridad que la imparcialidad en este caso no existe,

⁴ Con el fin de aportar a una lectura comprensible de los resultados, el total de las notas en el Cuadro No. 2 corresponden a 670, total sobre el cual se realizó el cálculo porcentual. La diferencia de notas corresponde a la categoría No aplica y que no se incluyó en el presente gráfico. También vale señalar que de acuerdo con la Ley de Elecciones los votos a favor del Nulo se suman al No, por ello se optó por unir las dos categorías.

porque al consultar a fuentes favorables al No en mayor cantidad y otorgar más espacio para argumentar su posición, sobretodo descalificando la mayoría de artículos propuestos por la Asamblea Constituyente de Montecristi, demuestra una clara orientación del medio a favorecer esta tendencia y a influir en la opinión pública para que vote en esta misma línea.

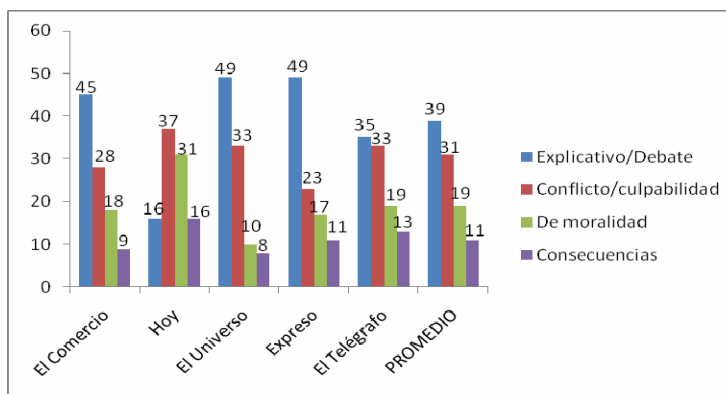
Por otro lado, El Telégrafo tiene un 40% de la información publicada favorable al No y 33% por el Sí. Estos datos, por sí solos, dejan sin base las opiniones que señalaban que este diario era parte de la maquinaria gubernamental en apoyo a la campaña por el Sí y su incondicionalidad con el gobierno, a manera de un altoportalante de las actividades gubernamentales y promoviendo el apoyo a la nueva Constitución.

El gráfico No. 8, permite observar las diferencias entre los 5 diarios y las contradicciones aparentes que los mismos tienen en cuanto a las dos principales posiciones. Los resultados evidencian que los diarios estudiados, incluido el diario público publicaron una mayor cantidad de notas con fuentes cuyo discurso promocionaba o defendía la posición favorable al No, excluyendo únicamente a El Comercio cuyos resultados muestran que dio espacios iguales a las dos tendencias.

ENCUADRE DE LA INFORMACIÓN

Esta categoría busca comprender cómo el discurso es enfocado y el sentido o intencionalidad que fundamentalmente se emite a través del mismo.

Gráfico No. 9
Encuadre de la información



Los resultados⁵ arrojan datos interesantes y lo primero que resalta es que cuatro de los cinco medios estudiados la encuadran en un enfoque explicativo y de debate (39%). El diario Hoy por su parte es el que marca la diferencia al encuadrar su información mayoritariamente en un enfoque de conflicto y culpabilidad (37%).

⁵ El total de las unidades para la obtención de porcentajes es de 754. En este número no se incluyen 207 notas que corresponden a la categoría No aplica.

El Universo y Expreso con un 49% cada uno y con un 45% diario El Comercio son los medios que mayormente utilizaron este encuadre. Esto se explica porque para el Referéndum los diarios generaron páginas completas y dieron cobertura especial para informar a la ciudadanía sobre el contenido de la nueva Constitución y, además porque acudieron a fuentes expertas y conocedoras de los diversos temas para argumentar y profundizar en el contenido de los diversos artículos.

Este encuadre, propio de los medios impresos, busca profundidad para explicar e interpretar el contenido de los articulados de la nueva constitución y propiciar un debate argumentado y con sustento que permita al lector conocer desde actores diversos y con formación académica los pro y contras de la nueva Constitución. En promedio en los 5 diarios un 39% corresponde a este encuadre.

Diario Hoy es una excepción al utilizar este encuadre, en menor porcentaje que el resto de diarios (16%). La mayor parte de la información del rotativo se enmarca en la categoría de conflicto y culpabilidad. La preocupación aquí radica en que los medios alimentan la cultura de un permanente conflicto; buscar culpables o escandalizar, a veces sobre hechos que no merecen una cobertura tan amplia en lugar de presentar información que sea utilidad para los electores en un momento tan crucial.

No se trata de esconder la realidad ni mucho menos, pero sí de presentarla de manera que no estimule la conflictividad en un país que ha pasado por la experiencia política del enfrentamiento permanente entre grupos antagónicos. El actual gobierno presidido por Rafael Correa es el más claro ejemplo de esto cuando al enfrentarse a grupos de poder como los Isaías; al grupo Peñafiel; que estuvieron implicados en el feriado bancario de 1999 y, los mismos medios de comunicación que han sido acusados por el gobierno de mostrar una realidad sesgada, entre tantos otros casos.

Con mayor claridad se observa que diario Hoy al utilizar este encuadre, las fuentes consultadas que descalifican y cuestionan los diferentes artículos de la nueva Constitución son dos personas en contra de la nueva Constitución frente a una que apoya el proyecto, tendencia que fue la predominante a lo largo del proceso electoral. En promedio el encuadre de conflicto y culpabilidad tiene un 31% en los 5 diarios estudiados.

La información relacionada con la Iglesia, cuyo discurso apeló siempre a los valores morales de las personas con argumentos de “defensa de la vida”; “rechazo al matrimonio gay”, entre otros, se encuadró precisamente en el contexto de un discurso moralista. Esta presencia fue reflejada en mayor proporción por diario Hoy (31%), en tanto que Universo la utilizó muy poco (10%). Como ilustración de este encuadre en diario El Comercio el día lunes 15 de septiembre, página 2, se publicó la nota “Las misas tuvieron homilías políticas” en la cual se da cuenta de lo sucedido en las misas campales y se resalta la posición de la iglesia en “defensa de la vida y la familia” y el “no uso de la imagen del Cristo del Consuelo” durante las mismas.

La información enmarcada en el encuadre de consecuencias alcanza el mayor porcentaje en diario Hoy con un 16% y diario El Universo el que menos lo utilizó con un 10%. Este enfoque estuvo caracterizado por las declaraciones emitidas por el presidente de la Corte Suprema de Justicia, Roberto Mera y algunos de sus miembros. Generalmente sus discursos estuvieron dirigidos a emitir criterios y opiniones sobre qué pasaría en el país con la justicia si se aprobara la nueva Constitución, pues su posición siempre fue en contra de la misma porque consideraban que la justicia quedaría en acefalía y la forma de elegir a los nuevos miembros no era la más adecuada. Un ejemplo de esto es el titular publicado por diario Hoy el miércoles 10 de septiembre en la sección 2A **“Magistrados de la corte deciden no ir a sorteo”**.

CONCLUSIONES

- Se percibe que los 5 diarios nacionales otorgaron un espacio relativamente representativo para tratar el tema del Referéndum, ya que al tener que abordar otros temas nacionales e internacionales, la superficie y el número de páginas dedicadas resulta ser significativo.
- Los medios se preocuparon por tratar el contenido del proyecto de Nueva Constitución más que otros temas. Tuvieron el interés de aportar a la comunidad con reportajes o informes especiales que explicaran a la ciudadanía las ventajas, dificultades y las interpretaciones que expertos realizaron para orientar y promover el voto razonado y consciente. Sin embargo, la atención de la opinión pública fue distraída por otros temas relacionados con el Referéndum aunque no referidos directamente a los artículos de la nueva Constitución. Se refirieron al gasto electoral; la denuncia de León Roldós sobre la legalidad del proyecto a votarse; el papel de la Iglesia Católica, entre otros, que generaron polémica y demandaron cobertura y varias páginas sobre los mismos.
- Se observa que los medios impresos dan prioridad al género informativo “noticia”. Las noticias por lo general se refieren a la simple descripción de hechos, y en algunos casos tienen ciertas características de superficialidad porque los detalles son escasos y son las que predominaron en el período estudiado. Los géneros de profundidad fueron utilizados en páginas especiales creadas especialmente para el proceso electoral. Si bien fueron cuantitativamente menores, se aprecia el interés por hacer investigación periodística efectuando contraste de fuentes; con mayor explicación de los temas a través de expertos y efectuando comparaciones entre la constitución actual y la propuesta para aprobación.

- Las fuentes a las que recurrieron mayormente fueron las de expertos y académicos, pero con un desbalance y desequilibrio entre las mismas y con una clara tendencia hacia la posición favorable al No. Se apreció también que la mayoría de fuentes consultadas fueron hombres y las mujeres intervinieron en temas como “derechos sexuales y reproductivos”; “niñez y adolescencia” como si no tuvieran la capacidad de opinar o debatir sobre otros temas. En este mismo campo se pudo apreciar que los jóvenes también estuvieron prácticamente ausentes como fuentes de consulta, excepto en la información sobre los hechos suscitados en Guayaquil en la Universidad Católica.
- Todos los medios, sin excepción, tuvieron una posición favorable al No, incluido el diario público El Telégrafo, que fue cuestionado por la oposición, al señalar que era el diario oficial del gobierno. Parece ser que a los medios les resulta difícil comprender que su papel no es alinearse a una u otra posición, sino mostrar la diversidad de criterios con un alto sentido de profesionalismo y buscando que la información sea equilibrada; pues es la ciudadanía la que debe tomar decisiones en función de la información que se le presenta.
- Se confirma el hecho de que los medios aún cuando dicen ser “imparciales”, no lo son. En este caso la información tuvo una clara tendencia favorable a la opción por el No y el Nulo superior con un 6% frente a la opción por el Sí. Lo deseable del periodismo es que la información sea equilibrada para las diversas tendencias.
- La tercera parte de la información publicada se encuadró en la categoría “explicativa y de debate” a través de páginas que fueron creadas para el proceso electoral buscando así un voto informado y razonado. Se relievra el hecho de que los medios buscaron a fuentes como especialistas, líderes de opinión y expertos académicos para lograr mostrar en estas páginas las diferentes opiniones sobre los artículos planteados en la nueva Constitución.
- En suma la información publicada sobre el Referéndum muestra debilidades y fortalezas. Constituye un reto para los medios de comunicación el reconocer ciertas debilidades como: el buscar formas para hacer más frecuentemente periodismo de profundidad con el afán a apoyar procesos formativos de los lectores; responder a los principios del periodismo en el sentido de tratar de ser lo más objetivos e imparciales posibles mediante la asignación de espacios similares a todas las tendencias políticas y buscando que sus titulares sean coherentes con el texto que publican.

- La ciudadanía todavía tiene credibilidad en los medios de comunicación, por lo que reconocer las dificultades para adaptarse a los rápidos cambios que se viven en el mundo y responder con eficacia permitirá aumentar la credibilidad en los lectores, con contenidos de alta calidad que no den lugar a dudar de los mismos.