UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE PERIODISMO

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de: Periodista

TEMA:

PRENSA Y POST ELECCIONES: ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS PERIÓDICOS *EL TELÉGRAFO* Y *EL COMERCIO* EN LOS EDITORIALES SOBRE EL REFERENDO DE FEBRERO DE 2014 PARA VOTAR POR AUTORIDADES SECCIONALES

AUTORA:

GISSELA PAMELA ORTIZ TIGUA

DIRECTORA DE TESIS:

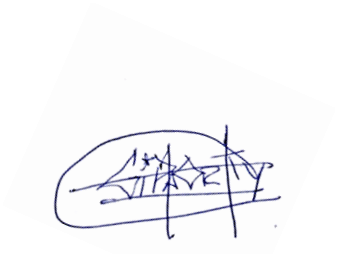
Msc. PAMELA JOHANA CRUZ PÁEZ

QUITO – 2016

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Gissela Pamela Ortiz Tigua, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi autoría y que los resultados de esta investigación son auténticos y originales. Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de grado.

Quito, 31 de agosto de 2016



Gissela Pamela Ortiz Tigua

C.I. 1723871131

UTE Ecuador

FCAH Facultad de Comunicación Artes y Humanidades

| PERIODISMO

Quito, 29 de julio del 2016

Master
María José Enríquez Cruz
DECANA FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente, tengo a bien informar que la tesis: **«Prensa y post elecciones: análisis del discurso de los periódicos *El Telégrafo* y *El Comercio* en los editoriales sobre el referendo de febrero de 2014 para votar por autoridades seccionales»**, perteneciente a la señorita **ORTIZ TIGUA GISSELA PAMELA**, estudiante de la carrera de Periodismo, ha sido dirigida por quien suscribe este documento.

Luego de diez meses de acompañamiento al trabajo investigativo, me permito señalar lo siguiente:

- El trabajo de titulación de la estudiante se estructura de cuatro secciones, incluyendo las conclusiones y las recomendaciones. La extensión total es de 100 páginas, incluyendo la bibliografía y los anexos.

- Los dos primeros capítulos tienen relación con la construcción del objeto de estudio y los marcos contextual y conceptual. El tercer capítulo presenta la aplicación del diseño metodológico por medio de un análisis del discurso de dos editoriales del 24 de febrero de 2014, unidades de análisis a partir de las cuales se establecen las conclusiones y las recomendaciones.

- En este trabajo, a la alumna le interesa el discurso mediático sobre las elecciones seccionales a partir de dos editoriales de medios públicos y privados del Ecuador que, específicamente, abordaron el proceso electoral del 23 de febrero de 2014 cuando el presidente de la República, Rafael Correa, participó en las campañas para afianzar la política oficialista.

- Este trabajo es un aporte a las investigaciones académicas que relacionan periodismo, opinión y elecciones seccionales. Además, contribuye a entender las diferencias en los discursos mediáticos sobre política de la prensa pública y la prensa privada del país, siendo su principal conclusión que hay múltiples miradas sobre un mismo hecho, las que se dan conforme a la ideología de un medio.

Con estas consideraciones, declaro aprobado el documento final del trabajo de titulación de GISSELA ORTIZ, entregado por la estudiante el 29 de julio de 2016, a fin de que sea revisado por los lectores asignados.

Le agradezco por su atención a este escrito.

Atentamente,

Pamela J. Cruz
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mis padres Franklin Ortiz y Guadalupe Tigua por su apoyo incondicional, a mis hermanas Lily y Mily por su amor y paciencia. También, a mis tías Nelly y Kenia, a mi tío Manuel y, a mis primos Jeimy, César, Maca y Marlon por ayudarme en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Sin duda alguna, estas líneas son dedicadas a las personas que fueron parte de mi decisión al escoger el Periodismo como profesión, agradezco a mi familia por ser mi pilar absoluto y, al CICUPEN por ser el lugar donde inició este sueño.

También, a quienes conforman la Universidad Tecnológica Equinoccial, docentes y administrativos, por su ayuda en mi formación no sólo académica sino por su apoyo en las prácticas pre profesionales; a los profesores que por motivos diversos hoy no forman parte de la Institución y a los docentes que continúan impartiendo sus conocimientos en la carrera de Periodismo.

Además, un agradecimiento especial a mi tutora de tesis, Pamela Johana Cruz Páez, quien me ayudó con su vasta experiencia y me brindó sus conocimientos al guiarme en la elaboración de este proyecto. Gracias por su paciencia y por hacerse cargo de este trabajo.

Finalmente, agradezco a Paola, Jenny, Diana, Andrea, Emanuel y Pepe porque son amigos infaltables.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1723871131
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gissela Pamela Ortiz Tigua
DIRECCIÓN:	Francisco Calderón S6-561
EMAIL:	gisell_575@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0992039845

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	Prensa y post elecciones: análisis del discurso de los periódicos *El Telégrafo* y *El Comercio* en los editoriales sobre el referendo de febrero de 2014 para votar por autoridades seccionales.
AUTOR O AUTORES:	Gissela Pamela Ortiz Tigua
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	27 de octubre de 2014
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Pamela Cruz Páez
PROGRAMA	PREGRADO [x] POSGRADO [ ]
TITULO POR EL QUE OPTA:	Periodista
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	La producción de conocimiento sobre los procesos electorales ha sido realizada desde la Jurisprudencia, las Ciencias Sociales y las Ciencias Políticas; pero, muy poco se ha hecho desde el Periodismo. Por esta razón, el presente trabajo estudia las elecciones seccionales a partir de dos editoriales de medios públicos y privados del Ecuador que, específicamente, abordaron el proceso electoral del 23 de febrero de 2014 cuando el presidente de la República, Rafael Correa, participó en las campañas para afianzar la política oficialista. Alrededor de ambos editoriales de *El Telégrafo* y *El Comercio* se aplicó un modelo que estudia el nivel del relato, el nivel del contexto y el nivel ideológico, propuesta metodológica de Van Dijk

	y Rodrigo (1999), para evidenciar cómo se abordó el discurso mediático post electoral de los periódicos antes descritos, es decir, el proceso eleccionario y los resultados de Alianza País respectivamente. **Ese análisis del discurso se recoge en esta investigación, que se desarrolla en tres capítulos en los cuales se registra, además, una recopilación histórica de la prensa ecuatoriana y un debate teórico sobre los periódicos, los géneros de opinión y el discurso mediático. Se concluye con el análisis de resultados del discurso mediático de los periódicos de *El Telégrafo* y *El Comercio* que, para ese momento, tienen diferencias marcadas de fondo y forma.**
PALABRAS CLAVES:	**Periódicos, elecciones, análisis del discurso, editoriales, *El Telégrafo*, *El Comercio*.**
ABSTRACT:	**The Knowledge production about electoral process had been made approached from the Jurisprudence, the Social Sciences and The Politic Sciences; but, just a little from the journalism. For this reason, the current work analyzes the sectional elections from two editorials: public and private media of Ecuador, specifically, approached the electoral process which was made on February 23th of 2014, when the president of the Ecuador's Republic, Rafael Correa, was part of the campaign for secure the official policy.** **Around both editorials of *El Telégrafo* and *El Comercio* was applied a model which studies the story level, the level of context and ideological level, methodological proposal of Van Dijk and Rodrigo (1999), for know how the post electoral mediatic speech was approached on both sides of journalism before mentioned, it means, the electoral process and the results of each one and Alianza País.** **The analysis of the speech which was collated**

	on this investigation, was developed on three registered chapters, also, a historic recompilation of the Ecuadorians press and a theoretical debate about the Ecuadorian's newspapers, genre opinion and mediatic speech. The project concludes with the analysis of the editorials *El Telégrafo* and *El Comercio*, which for that moment have market differences of depth and shape.
KEYWORDS:	**Newspapers, elections, discourse analysis, editorial, *El Telégrafo*, *El Comercio*.**

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f:_____

GISSELA PAMELA ORTIZ TIGUA

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **GISSELA PAMELA ORTIZ TIGUA,** C.I. 1723871131 autora del proyecto titulado: **Prensa y post elecciones: análisis del discurso de los periódicos *El Telégrafo* y *El Comercio* en los editoriales sobre el referendo de febrero de 2014 para votar por autoridades seccionales** previo a la obtención del título de **Periodista** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 31 de agosto de 2016

f:_____

GISSELA PAMELA ORTIZ TIGUA

1723871131

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Quito, 07 de junio de 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Orlando Pérez Sánchez con cédula de identidad N.- 1707210728 en calidad de Director del diario El Telégrafo, autorizo a **Gissela Pamela Ortiz Tigua**, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación "Prensa y post elecciones: análisis del discurso de los periódicos El Telégrafo y El Comercio en los editoriales sobre el referendo de febrero de 2014 para votar por autoridades seccionales", basada en la información proporcionada por la compañía.

F. _____

ORLANDO PÉREZ SÁNCHEZ

C.I. 1707210728

Contenido

Resumen 13
Abstract 14
Introducción 15
1. Marco introductorio 17
1.1 Problema a investigar 17
1.2 Objetivos 18
Objetivo General 18
Objetivos Específicos 18
1.3 Justificación 19
1.4 Premisa 19
2. Marco teórico 20
3. Marco metodológico 21
4. Desarrollo de capítulos 25
Capítulo I 25
Prensa ecuatoriana 25
1.1 La prensa en sus inicios y su desarrollo hasta el siglo XX 25
1.1.1 El tema electoral en la prensa inicial del Ecuador 31
1.2 Situación actual de los periódicos ecuatorianos 32
1.3 Crisis internacional y nacional de los periódicos 34
1.4 Breve historia de los diarios *El Telégrafo* y *El Comercio* 36
1.4.1 Digitalización de *El Comercio* y *El Telégrafo* 40
1.4.1.1 Elcomercio.com 40
1.4.1.2 Eltegrafo.com.ec 41
Capítulo II 43
Periódicos, géneros de prensa y discurso mediático 43
2.1 Definición de periódicos 43
2.2 Las construcciones de sentido en los periódicos 46
2.3 Géneros periodísticos 47
2.3.1 Géneros informativos 48
2.3.2 Géneros interpretativos 49
2.3.3 Géneros de opinión 49
2.3.3.1 Editorial 50

2.3.3.1.1 ¿Quién y sobre qué se escribe en el editorial? 51
2.3.3.1.2 Estilo editorial 53
2.3.3.1.3 El titular del editorial 55
2.3.3.2 La columna 56
2.3.3.3 El artículo 57
2.3.3.4 Caricatura 58
2.4 El discurso periodístico como elemento del género de opinión 59
2.5 El editorial en la cobertura electoral 61
Capítulo III 62
Análisis e interpretación de resultados 62
5. Conclusiones 84
6. Bibliografía 88
7. Anexos 101

Índice de Tablas

Tabla 1: datos de información general 62
Tabla 2: ubicación general del relato 65
Tabla 3: estructura narrativa del relato 67
Tabla 4: estructura conceptual del relato 71
Tabla 5: estilo utilizado en el relato 75
Tabla 6: estructura del discurso 77
Tabla 7: nivel del contexto 79
Tabla 8: nivel ideológico 82

Resumen

La producción de conocimiento sobre los procesos electorales ha sido realizada desde la Jurisprudencia, las Ciencias Sociales y las Ciencias Políticas; pero, muy poco se ha hecho desde el Periodismo. Por esta razón, el presente trabajo estudia las elecciones seccionales a partir de dos editoriales de medios públicos y privados del Ecuador que, específicamente, abordaron el proceso electoral del 23 de febrero de 2014 cuando el presidente de la República, Rafael Correa, participó en las campañas para afianzar la política oficialista.

Alrededor de ambos editoriales de *El Telégrafo* y *El Comercio* se aplicó un modelo que estudia el nivel del relato, el nivel del contexto y el nivel ideológico, propuesta metodológica de Van Dijk y Rodrigo (1999), para evidenciar cómo se abordó el discurso mediático post electoral de los periódicos antes descritos, es decir, el proceso eleccionario y los resultados de Alianza País respectivamente.

Ese análisis del discurso se recoge en esta investigación, que se desarrolla en tres capítulos en los cuales se registra, además, una recopilación histórica de la prensa ecuatoriana y un debate teórico sobre los periódicos, los géneros de opinión y el discurso mediático. Se concluye con el análisis de resultados del discurso mediático de los periódicos de *El Telégrafo* y *El Comercio* que, para ese momento, tienen diferencias marcadas de fondo y forma.

Palabras claves: periódicos, elecciones, análisis del discurso, editoriales, El Telégrafo, El Comercio

Abstract

The Knowledge production about electoral process had been made approached from the Jurisprudence, the Social Sciences and The Politic Sciences; but, just a little from the journalism. For this reason, the current work analyzes the sectional elections from two editorials: public and private media of Ecuador, specifically, approached the electoral process which was made on February 23th of 2014, when the president of the Ecuador's Republic, Rafael Correa, was part of the campaign for secure the official policy.

Around both editorials of *El Telégrafo* and *El Comercio* was applied a model which studies the story level, the level of context and ideological level, methodological proposal of Van Dijk and Rodrigo (1999), for know how the post electoral mediatic speech was approached on both sides of journalism before mentioned, it means, the electoral process and the results of each one and Alianza País.

The analysis of the speech which was collated on this investigation, was developed on three registered chapters, also, a historic recompilation of the Ecuadorians press and a theoretical debate about the Ecuadorian's newspapers, genre opinion and mediatic speech. The project concludes with the analysis of the editorials *El Telégrafo* and *El Comercio*, which for that moment have market differences of depth and shape.

Keywords: newspapers, elections, discourse analysis, editorial, El Telégrafo, El Comercio

Introducción

Los comicios han sido objeto de análisis para la academia ecuatoriana. Los estudios sobre las elecciones en el Ecuador se han realizado desde las disciplinas de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Ciencias Políticas, en los campos como: la jurisprudencia, la comunicación, el marketing, el diseño gráfico, la sociología, entre otros.

La mayoría de las investigaciones aborda temas como la democracia, elecciones presidenciales, la izquierda política, partidos políticos, campañas políticas.[1] Destacan, también, producciones de conocimiento sobre elecciones y mujeres, como es el caso de Cecilia Rojo (1984), quien realizó su investigación "1984: Mujer y Elecciones: análisis del voto femenino en Quito", en la que se expone el rol femenino en los sufragios electorales.

También la autora Georgina Méndez (2009) realizó la investigación "Uniendo y abriendo caminos: la actoría política de las mujeres indígenas en el movimiento indígena ecuatoriano", en la cual indica que las mujeres indígenas siempre han estado presentes como actoras políticas; a pesar que su participación ha sido invisibilizada, ellas han luchado por contar con espacios formales dentro de las estructuras de las organizaciones indígenas para apoyar las demandas de sus pueblos y organizaciones.

Y otras más recientes como la de Alejo Romano, quien en el 2015 abordó sobre la participación ciudadana. En la tesis "La apatía política en democracia" estableció en el marco del actual sistema político ecuatoriano los elementos que causan la apatía política, y estipuló recomendaciones sobre el camino que debería seguir la democracia ecuatoriana para promover efectivamente la participación de sus ciudadanos. Todas estas desde una perspectiva político-jurídico.

Ya en el campo comunicacional Mejía Lizbeth realizó el "Estándares de calidad periodística de la entrevista televisiva en la campaña política de las elecciones presidenciales de febrero de 2013 de ecuador. Estudio de caso", trabajo en el que realizó

[1] Para más detalle al respecto, ver en Romano, 2015; Calderón, 2015; Erazo, 2014; Segovia, 2013; Hidalgo, 2012; Nogales, 2011; Burbano, 2001; Torres, 2012; Andrade, 2012; Araujo, 2009; Páez, 2003; Bonilla, 1988; Pazmiño, 2014, Peña, 2012; Gómez, 2014; Arias, 1995; Haro, 1992; Córdova, 2010; Hualpa, 2002; Mejía, 2015; Sandoval, 2012; Molina, 1989; Mera, 2015; Simbaña, 2014; Mogollón, 2012; García; 2010, Méndez, 2009.

el análisis de los estándares de calidad de las entrevistas políticas realizadas por Alfredo Pinoargote de Ecuavisa y Carlos Rabascall de TC televisión al candidato a la presidencia, Guillermo Lasso; y se enfocó en un estudio profundo de la participación de ambos medios de comunicación en las campañas electorales.

Ese es uno de los pocos trabajos sobre comunicación y elecciones que evidencia que no hay una amplia realización de investigaciones comunicacionales sobre las elecciones y su tratamiento en los medios de comunicación, todo ello a pesar de que la Ley Orgánica de Comunicación (LOC)[2] sí establece dicha relación entre medios de comunicación y elecciones. En el artículo 72, la LOC (2013) establece con precisión sobre el "Acceso a los medios de comunicación de los candidatos y candidatas a cargos de elección popular" al señalar lo siguiente:

> Acceso a los medios de comunicación de los candidatos y candidatas a cargos de elección popular.- Durante la campaña electoral, los medios de comunicación propenderán a que los candidatos y candidatas de todos los movimientos y partidos políticos participen en igualdad de condiciones en los debates, entrevistas y programas de opinión que realicen con la finalidad de dar a conocer a la ciudadanía los perfiles políticos, programas y propuestas para alcanzar los cargos de elección popular.
>
> El Consejo Nacional Electoral promoverá que los medios de comunicación adopten todas las medidas que sean necesarias para tal efecto.

Esto quiere decir que los medios de comunicación cubren temas de elecciones políticas y dan espacio para que los candidatos o candidatas den a conocer a la ciudadanía sobre sus propuestas y proyectos, de allí que es importante que más trabajos académicos analicen esos contenidos mediáticos sobre los procesos electorales.

En esa difusión mediática entran las elecciones seccionales, que son el objeto de estudio de este trabajo que plantea metodológicamente un análisis del discurso del editorial en la post cobertura electoral 2014, en el que se verá si los medios de comunicación seleccionados están de acuerdo en sus páginas editoriales o no con la decisión de los ciudadanos ecuatorianos.

[2] Publicada en el Registro oficial Nº 22, el 25 de junio de 2013.

1. Marco introductorio

1.1 Problema a investigar

La presente investigación toma en cuenta el desarrollo del Derecho Electoral en nuestro país que inicia con la época republicana, cuando el nuevo Estado soberano e independiente del Ecuador dictó su primera Ley de Elecciones el 28 de septiembre de 1830. Pero, principalmente, esta investigación toma como referencia ese derecho desde el 2007, cuando el Eco. Rafael Correa se instaura en el poder, ganando por tres ocasiones y, como máximo líder del movimiento Alianza País (AP), alcanzando un gran número de dignidades en la Asamblea Nacional y los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS).[3]

Sin embargo, en las elecciones seccionales realizadas el 23 de febrero de 2014, ese panorama político cambió: AP disminuyó su presencia en algunas provincias, tuvo menos representantes en los GADS. Y los resultados que fueron recogidos por los medios de comunicación del país cuestionaron serios retrocesos de la participación que tuvo el movimiento oficialista, cuyo resultado no permitió que AP mantenga los alcances obtenidos en las elecciones de 2009.[4]

La apreciación que proporcionaron los medios escritos sobre esos comicios del 2014 fue distinta. Varios medios de comunicación privados informaron sobre la participación del presidente Rafael Correa en el período pre electoral (Eldiario.es, 2014) y sobre la pérdida de AP; mientras que los medios públicos o gobiernistas registraron lo dicho por el presidente Rafael Correa en el enlace sabatino 363 en la parroquia de

[3] Rafael Correa ha sido elegido presidente de Ecuador en tres ocasiones: la primera, después de superar en la segunda vuelta electoral el 26 de noviembre de 2006 al candidato Álvaro Noboa, con el 57% de los votos; la segunda, en una sola vuelta el 26 de abril de 2009, con el 51.9% de votos; y en 2013 se proclamó ganador absoluto de las elecciones celebradas el 17 de febrero de 2013 con 56,7% de los votos (Andes.info.ec, 2014). Aunque al principio no existió representantes en el entonces llamado Congreso, esto cambió por las elecciones para la Constituyente en 2007, ganando 80 curules en la Asamblea. Mientras que en 2009, Alianza País logró mayoría política en la Asamblea del Ecuador con 59 legisladores de 124 y, en 2013, el Movimiento ganó 100 de 137 plazas para asambleístas (Zeas, 2014).

[4] Los datos en los que se enfocaron los medios fueron en prefecturas y alcaldías. En 2009, ese partido político ganó 9 prefectos, 73 alcaldías (Umpierrez, 2014, pág. 4), 344 concejales urbanos, 138 conejales rurales y 543 vocales de juntas parroquiales (Eluniverso.com, 2014). En 2014 ganó 10 prefecturas, 69 alcaldías (Le Quang, 2015), 211 concejales urbanos, 125 concejales rurales, 1035 vocales de juntas parroquiales (CNE, 2014, pág. 29).

Cutuglagua, donde indicó que "por ningún lado perdimos esas causas, la derecha que enfrentamos no es tonta, trajeron analistas internacionales" (Correa, 2014).[5]

Con estos antecedentes, el análisis del discurso permitirá ver si la opinión de los medios de comunicación estuvo con los ganadores o perdedores de ese proceso eleccionario; en este sentido, revelará cuál fue el discurso mediático en ese momento político del país frente al discurso que tuvo el Gobierno.

Es ahí donde surge la pregunta directriz ¿Cómo se abordaron los resultados parciales en los editoriales de *El Telégrafo* y *El Comercio* al día siguiente del sufragio para las elecciones seccionales 2014? Y a partir de esa interrogante surge otra tal como: ¿Esas notas editoriales confirmaron un discurso mediático relacionado con una línea editorial a favor y en contra del Gobierno por parte de ambos medios escritos analizados?

1.2 Objetivos

Objetivo General

- Analizar elementos del discurso en secciones de opinión que utiliza un medio de comunicación público y uno privado sobre la post cobertura electoral de elecciones seccionales 2014 en el Ecuador.

Objetivos Específicos

- Identificar los contenidos editoriales sobre la post cobertura electoral de 2014 de los gobiernos autónomos descentralizados (GADS) e interpretar la estructura del editorial de *El Telégrafo* y *El Comercio*.
- Diseñar una matriz metodológica que permita estudiar los elementos del discurso mediático en los contenidos de los editoriales de los medios seleccionados.
- Caracterizar los discursos de cada uno de los medios impresos seleccionados para evidenciar coincidencias o diferencias.

[5] Para mayor información sobre las declaraciones del Presidente, Rafael Correa, sobre las elecciones seccionales 2014 revisar el enlace https://www.youtube.com/watch?v=JpfHGrfXmo8 (Correa, 2014).

1.3 Justificación

Como se evidenció en líneas anteriores, hay estudios sobre las elecciones en el Ecuador pero hay una falta de investigaciones que relacionen periodismo, opinión y elecciones seccionales; por lo que es necesario aportar con un trabajo que analice el discurso de los medios sobre procesos electorales en los editoriales, que es parte del género periodístico de opinión en el cual se refleja la posición de un medio de comunicación.

Al enfocarse en lo post electoral y, específicamente, el día siguiente al sufragio, este tipo de estudios académicos podría ser un aporte para las publicaciones especializadas en elecciones como las del Consejo Nacional Electoral (CNE)[6] y del Tribunal Supremo Electoral (TSE)[7] son organismos que realizan circulaciones sobre los resultados e indicadores electorales de los procesos correspondientes a los años de elecciones. Es importante destacar que los datos de éstas podrían servir como insumos para nuevas investigaciones, análisis o debates.

Por lo demás, otro aporte es el estudio de lo post electoral, proveyendo de información adicional a los estudios que se han hecho sobre lo pre electoral. Además, desde el editorial se puede analizar la postura y, principalmente, los discursos frente a un proceso de elección seccional, como es el caso del presente estudio. En este sentido, ésta investigación que se desarrolla en un año de pre-elecciones presidenciales, está pensado para beneficiar especialmente a periodistas, estudiantes de comunicación social sobre el discurso de estos medios seleccionados en el tema de elecciones políticas; en este caso, el discurso del único medio escrito de carácter público y el otro privado.

1.4 Premisa

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, queda claro que los discursos de los editoriales de *El Telégrafo* y *El Comercio* no solo recogieron los resultados del día siguiente de las elecciones seccionales 2014 sino que evidenciaron una postura política. Al ser un medio

[6] La última presentación del libro se elaboró desde 2009 hasta 2014, periodo en el cual se dieron tres procesos de elecciones (CNE, 2014b).

[7] En 4 tomos, esa institución ha registrado, por ejemplo: 1) El proceso electoral ecuatoriano (1989), 2. Los partidos políticos (1989b), 3. Legislación ecuatoriana (1990), 4. Análisis de los procesos electorales (1990b).

público y privado, respectivamente, se buscan diferencias y/o coincidencias en sus líneas de opinión.

En ese sentido, la pregunta que guiará esta investigación es cómo se abordaron los resultados parciales en los editoriales de *El Telégrafo* y *El Comercio* al día siguiente del sufragio para las elecciones seccionales 2014. A partir de esta premisa, se estructurarán objetivos que permitirán dar un sentido al tema investigativo de este trabajo.

2. Marco teórico

En esta investigación, hay una serie de conceptos con los que se trabajara de manera transversal a lo largo de este escrito. Uno de ellos es la noción de medios de comunicación entendidos que hace referencia a los instrumentos a través de los cuales se lleva a cabo el proceso de comunicación (Bohigues, 2014, pág. 43); específicamente, se trabajan los medios escritos y de ahí que un periódico es un medio de comunicación escrito y periódico (González & Bernabeu, 2008, pág. 15).

En el caso del Ecuador, los medios se clasifican en: públicos, privados y comunitarios. En la LOC (2013) no se define qué son los medios de comunicación social impresos, pero se establecen los siguientes parámetros: pueden ser de carácter nacional, tienen la obligación de identificar y clasificar los contenidos, en cada publicación que editen es obligatorio incluir el número total de ejemplares puestos en circulación, de acuerdo a los artículos 6, 60 y 90 respectivamente (Asamblea Nacional, 2013).[8]

La presentación de los sucesos o acontecimientos en el periodismo se expone con los géneros periodísticos "podrían definirse los géneros periodísticos como modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier modelo de difusión colectiva" (Kayser citado en Martínez, 2012, pág. 264).

Y dentro de la clasificación se encuentra el género de opinión, puesto que los textos de opinión suelen reflejar el auténtico talante de un periódico. Del estilo de los

[8] Los artículos 6, 60 y 90 citados de la LOC se refieren sobre: los medios de comunicación social de carácter nacional la identificación y clasificación de los tipos de contenidos y, la difusión de tiraje (Asamblea Nacional, 2013).

artículos y editoriales se deduce cómo afrontan la realidad y las transformaciones sociales de los dueños y responsables de esa publicación (Grijelmo, 2014, pág. 111).

Como unidad de análisis se entiende que los editoriales periodísticos se publican en forma anónima, lo que supone que el texto expresa las opiniones del periódico y no las de un redactor como individuo (Atorresi, 1995, págs. 36-38). Es ahí donde se establece el discurso mediático, es decir, la relación comunicativa establecida entre el periódico y su público lector favorece el papel mediador de los medios en la formación de la competencia discursiva y lingüística de los destinatarios (Flower citado en Blas, 2006, pág. 331).

El debate teórico alrededor de estas definiciones se amplió en los capítulos de este trabajo.

3. Marco metodológico

Metodológicamente, se usará el análisis del discurso que, como herramienta cualitativa, nos permite entender el discurso mediático de las inferencias e interpretaciones de discurso que utilizan los medios impresos (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 159), en el contexto del proceso eleccionario del 2014. [9]

Los diarios *El Telégrafo* y *El Comercio*, pertenecientes a la empresa pública El Telégrafo EP y a la empresa privada Grupo El Comercio respectivamente, son el objeto de estudio de ésta investigación. El criterio principal para la selección del estudio fue el número de tiraje. Así *El Telégrafo*, el primer medio escrito público, produjo en 2014 un promedio de 25 mil ejemplares (Eltelegrafo.com.ec, 2014). Estos ejemplares circularon a escala nacional en dos ediciones, primera edición y edición de cierre. Habría que decir también que, *El Comercio* es un diario privado que en 2014 tuvo un promedio de 75 mil impresos, que circularon en dos publicaciones, primera y segunda edición (Elcomercio.com, 2015).

Otra de las razones fue la clasificación de medio público - privado. En este sentido se seleccionó el periódico privado porque uno de los principales resultados que fue adverso

[9] Este proceso se desarrolla en las precampañas, campañas, sufragio y resultados, para mayor información revisar el enlace http://www.redalyc.org/pdf/603/60328527004.pdf (Beltrán, 2009).

a Alianza País en las elecciones seccionales fue el de Quito y Guayaquil mientras que se optó por el medio público para ver cómo se presentan los resultados desde el editorial de un diario financiado, principalmente, por el Estado.

Para mayo de 2015, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) informó mediante la resolución N° CORDICOM-PLE-2015-039, que existen nueve medios impresos, con cobertura nacional[10]: *Diario La Hora* (42,60%) (Santo Domingo, Cotopaxi, Tungurahua, Esmeraldas, Loja, Zamora, Ibarra, Quito, Los Ríos), *PP El Verdadero* (65,52%), *El Telégrafo* (64,92%), *Súper* (96,02%), *El Universo* (96,02%), *Expreso* (85,71%), *Extra* (95,73%), *El Comercio* (99,78%), *Metrocuenca* (35,00%), *Metrohoy* (35,00%), *Metroquil* (35,00%).[11]

Además de esos datos de penetración nacional, se consideró el periodo post electoral, es decir, el día posterior a los comicios porque ya se contaba con el registro de resultados preliminares[12] y, como unidad de análisis al editorial, pues es el formato periodístico más importante a la hora de determinar cómo se involucran los periódicos con determinadas opciones ideológicas (López, G., 2004, pág. 230). En este caso son dos ediciones, uno por cada medio; el número total de ejemplares de las segundas ediciones de *El Telégrafo* y *El Comercio* fue de 27.398 y 52.304, respectivamente. Cabe destacar que, aunque cada medio tenga dos ediciones, el editorial fue el mismo en ambas versiones impresas del mismo día posterior a las elecciones.

Para el análisis del discurso en los editoriales, se adaptó la propuesta realizada por Teun Van Dijk e Iván Rodrigo (2009) en el libro *Análisis del discurso social y político*. De este modo se analizaron cuatro niveles: 1) datos de identificación; 2) ubicación general del relato; 3) nivel del contexto y 4) nivel de la ideología.

Brevemente, se menciona cada uno de esos niveles. Así,

[10] El artículo 6 de la LOC establece que los medios impresos nacionales son aquellos que circulan en una o más provincias del país, cuya población corresponda individual o conjuntamente, al 30% o más del total de habitantes de Ecuador, de acuerdo con el último censo nacional (Asamblea Nacional, 2013).
[11] Esos datos porcentuales fueron publicados en el Listado de Medios Nacionales 2015 (Cordicom, 2015, págs. 3-12).
[12] En septiembre de 2013, el pleno del Consejo Nacional Electoral (CNE) aprobó el Proyecto y Plan Operativo de Conteo Rápido cuya iniciativa contó con el apoyo de la Junta Central Electoral de República Dominicana (CNE, 2013).

1. Datos de identificación

Para el registro se ubicaron en la Tabla 1 los datos de los periódicos como: tiempo de análisis, edición, tiraje, ubicación del periódico y el número de página en la que se encuentra; con las dos unidades de análisis se realizó un conteo de palabras del titular y el contenido, además de cómo se distribuye el editorial. A, partir de esto, se procedió a la sistematización de la información de *El Telégrafo* y *El Comercio*. Este nivel es una adaptación para el presente trabajo.

2. Nivel del relato

En este nivel se conoció el objeto de estudio y la interiorización hacia su estructura (Van Dijk y Rodrigo, 1999, pág. 129). Por ello, como primera instancia en la Tabla 2 se inició conociendo al enunciador y el contexto general en que se da el relato.

Luego se continuó con la estructura narrativa del relato detallada en la Tabla 3, que fue el estudio de la construcción del texto entendido por los niveles de las proposiciones, los asuntos y el eje narrativo para concluir con el primer resumen del relato para conocer la forma explícita de la narración (Van Dijk & Rodrigo, 1999, págs. 131-133).

A continuación se realizó la estructura conceptual del relato para comenzar a discernir las significaciones parciales establecidas en la Tabla 4, que en relación a la Tabla 3, fue el estudio de las proposiciones, asuntos y ejes narrativos encontrados en el desarrollo de los párrafos se revisaron las intenciones, los motivos, la preferencia, las reiteraciones, las acciones que propuso el enunciador, el tipo de narración de narratario, el contexto que reflejó. Además, en la Tabla 5 se estudió el estilo editorial según los modelos de Schiesser, Rivadeneira y Martínez. Este último punto es el que se añadió para este trabajo en el modelo original de Van Dijk y Rodrigo Mendizábal (1999).

Finalmente, la estructura retórica del relato se enfocó en la forma de argumentación del discurso y su significación a nivel superior (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 137). En el primer indicador se sacaron los ejes temáticos para ello se retomó a la Tabla 2 para revisar los asuntos y los ejes narrativos, de ahí que en el segundo indicador con esos tres datos antes mencionados se procedió a sacar los verbos estructurales del texto. En el siguiente paso se analizó el sub-texto para percatarse de

las ideas latentes que ocultan las comunicaciones manifestaciones. Con los ejes narrativos, los verbos estructurales y el análisis del sub-texto se determinaron las ideas parciales y la idea central del texto (Van Dijk & Rodrigo, 1999, págs. 137-139).

3. Nivel del contexto

En esta instancia se expuso el contexto que llenó de significación al texto tomando en cuenta qué contexto fue reflejado en el discurso y qué tipo de discurso refleja a un discurso y, el estilo en relación a otro (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 132), indicadores descritos en la Tabla 7.

4. Nivel de ideología

Como último punto se registró en la Tabla 8 los aspectos de representación y eficacia del discurso como tal (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 129), es así que se señalaron las condiciones de producción del discurso, la representación del narrador, el imaginario, la formación discursiva y el frame utilizado en el texto.

Todo lo anterior se registró en una hoja de Excel, para luego sistematizar y procesar la información y se usó la revisión bibliográfica y hemerográfica (en bibliotecas).

4. Desarrollo de capítulos

Capítulo I

Prensa ecuatoriana

Han transcurrido 226 años desde que apareció el primer periódico en el país, con Eugenio de Santa Cruz y Espejo como su mentor. A lo largo de todo este tiempo muchas personas han sido testigos del nacimiento de nuevos medios de comunicación y el cierre de otros, y en medio de ese contexto, sin duda alguna, los periódicos fueron parte de discusiones políticas, de tragedias, migración, economía, entre otras temáticas.

Ello se debe a que a partir del siglo XVIII, como señala el historiador Enrique Ayala, "en muchos sentidos y maneras, la prensa viene acompañando la vida de las sociedades, de las naciones y la comunidad internacional" en el comercio, la política, los derechos humanos, etcétera (Ayala, 2013, pág. 9).

Por eso, en este capítulo se realizará una construcción histórica de la prensa en el país, con el fin de caracterizar el tipo de información que difunden. Además, en el contexto de la llamada "crisis de los medios" se revisará de manera general la situación actual de los periódicos. Finalmente, se abordará la historia y la línea editorial de *El Telégrafo* y *El Comercio*, que son el objeto de estudio de esta investigación.

1.1 La prensa en sus inicios y su desarrollo hasta el siglo XX

Los trabajos de reproducción gráfica en nuestro territorio llegaron con un sentido religioso, siendo los jesuitas los introductores de la imprenta en la ciudad de Ambato en 1752. Según Destruge, durante esa época, ellos la utilizaron para imprimir *novenas*, catecismos, oraciones y cuanto era necesario para la propaganda religiosa, y, aparte de eso, recibos de contribuciones al Estado (Destruge, 1982, pág. 86).

Pero en la segunda mitad del siglo XVIII, ese interés religioso cambió por un interés político. En medio de una agitación social, intelectual y cultural surgió el primer periódico de la historia ecuatoriana denominado *Primicias de la Cultura de Quito*, bajo la edición de Eugenio de Santa Cruz y Espejo, este medio circuló quincenalmente desde el 5 de enero de 1792 hasta su séptima impresión el 29 de marzo de ese mismo año (Ayala, 2013, pág. 13).

A continuación se presenta un fragmento tomado de *El periodismo: en la dialéctica política ecuatoriana* sobre el primer número del periódico que inicia con un razonamiento literario:

> La prensa es el depósito del tesoro espiritual, dice… que juzguen nuestros émulos que estamos en el ángulo más remoto y oscuro de la tierra, a donde apenas llegan unos pocos rayos de refracción desprendidos de la inmensa luz que baña a regiones privilegiadas: que nos faltan libros, instrumentos, medios y maestros que nos enseñen el método de aprender. Todo esto nada importa y no nos impide el que demos a conocer que sabemos pensar, que somos racionales y que hemos nacido para la sociedad (2013, pág. 109).

Ese texto hace referencia al aporte de la prensa como canal de conocimiento. Además, Ayala indica que "de este modo, Quito se unió, un poco tarde, al reducido grupo de capitales americanas que tuvieron periódico en tiempos coloniales" (2013, pág. 13). *Primicias de la cultura de Quito* fue, pues, el segundo periódico del Virreinato,[13] y el primero y único durante toda la época colonial en el territorio de lo que se constituyó como República del Ecuador, según Destruge (1982, pág. 86). Es importante acotar que en el libro *Prensa y Espacio Público en Quito 1792 - 1840* se estipula que este periódico "nació como órgano de difusión oficial de la *Sociedad Económica Amigos del País"* (Bedoya, 2010, pág. 52). La autora Bedoya manifiesta que:

> Uno de los objetivos de este periódico fue contar con las opiniones y comentarios de los suscriptores y de los miembros de la *Sociedad Económica Amigos del País*. Los tres grandes ejes temáticos tenían que ver con las acuciantes necesidades y problemas por los cuales pasaba la Audiencia de Quito: la educación, la promoción de un sentido patriótico y la crítica a la gestión interna por parte del propio periódico frente a ciertos sectores de la sociedad quiteña (Bedoya, 2010: pág. 46).

Este escrito manifiesta la importancia de la opinión y comentarios en un medio de comunicación. Con esto concuerda Ayala, quien señala que este periódico "no estaba destinado a divulgar noticias, que podían conocerse de un día para otro, sino a publicar textos de opinión, destinados a fomentar los intereses locales y a promover tesis" (2013, pág. 13). Esto quiere decir que el periodismo en el Ecuador surge por la necesidad de comunicar las opiniones de los habitantes sobre los procesos de gestión interna que en

[13] El primer periódico publicado en el Virreinato de Santa Fe apareció en Bogotá, impreso en papel "florete", se llamó *Papel periódico de la ciudad de Santa Fe* y circuló el 9 de febrero de 1791 (Destruge, 1982, p. 86).

ese entonces se mantenía, y para promover nuevas formas de pensamiento hacia el Estado.

En este sentido, para Bedoya las publicaciones a finales del siglo XVIII en Quito se caracterizaron por:

> La existencia de promotores <<intelectuales>> como Eugenio Espejo y Pérez Calama, quienes impulsaron el recurso escrito como una herramienta para el desarrollo y cultivo de la razón. Esta nueva actitud marca un tipo de sociabilidad que se asienta en el oficio mismo del escritor y que permite <<hablar>> y <<opinar>> dentro de las distintas comunidades sobre las cuestiones referentes a la <<causa pública>> sean ellas relacionadas con la educación, salud, bienestar, etc., por medio de una palabra escrita controlada (2010, pág. 54).

Esto evidencia que *Primicias de la Cultura de Quito* se presenta como librepensadora, pues la prensa libertaria nació en Quito, gracias a su promotor Eugenio de Santa Cruz y Espejo, y, que sin duda alguna "la ciudad de Ambato fue la cuna de honor de la imprenta, como instrumento de civilización" (Albuja, 2013, pág. 123).

Ya en el siglo XIX los periódicos aparecen en la ciudad de Quito a partir de agosto de 1809. En el Primer Grito de la Independencia, nació *La Gaceta de la Corte de Quito* (que contó con seis números)*;* Albuja señala que este periódico utilizó sus armas invencibles de burla e ironía para poner el periodismo a favor de la libertad (2013, pág. 157). Aunque no se tienen ejemplares de este periódico se conoce sobre éste a través de recopilaciones de historiadores y de libros, además, que en el mismo año apareció *La Gaceta de la Corona* y en 1810 *La Gaceta curiosa* según Bedoya (2010, pág. 62). Albuja señala que los tres periódicos se caracterizaron por utilizar tonos irónicos y burlescos hacia la corona española, en este sentido se desarrolló la chispa y la "sal" quiteña (2013, pág. 157).

Mientras que en Guayaquil, el primer periódico que circuló en todo el territorio libre, que después se constituyó como República del Ecuador, fue *El Patriota de Guayaquil*. En el libro *Los periódicos guayaquileños en la historia, 1821 - 1997* del historiador José Gómez (2006), se evidenció que este medio fue un manifiesto liberal salido de la pluma de José Joaquín Olmedo, según unos y según otros del ilustrado doctor Luis Fernando Vivero. En la introducción del periódico se destacan algunos de los principios que indican lo siguiente:

> Que se exprese la opinión libremente pero siempre con dignidad, que se representen los abusos de poder y de la magistratura, pero con decoro; que se diga la verdad con firmeza, pero sin impertinencia [...] Noticias interesantes, resoluciones del gobierno, reflexiones políticas, en fin, cuanto merezca la luz pública, especialmente lo que contribuya a rectificar y consolidar la opinión (Gómez, 2006, págs. 40-41).

Este medio se fundó el 21 de mayo de 1821 por la Imprenta de Guayaquil, pero cinco días más tarde, el 26 de mayo, se difundió el primer ejemplar de *El Patriota de Guayaquil* en forma semanal de manera ininterrumpida hasta el 15 de septiembre de 1827. Este medio contó con 17 publicaciones, y según Gómez se excedió en su defensa del federalismo, por esto fue reemplazado por *El Colombiano del Guayas*. Según Gómez este medio apareció el 20 de octubre del mismo año (2006, pág. 59), aunque Albuja señala que éste surgió en 1929 pero cita a Falcón Villagómez, quien indica en su libro *Introducción a la imprenta* que en 1827 se edita en Guayaquil *El Colombiano del Guayas* (Villagómez citado en Albuja, 2013, pág. 161).

Es necesario acotar sobre los contenidos del periódico *El Patriota de Guayaquil*, pues Albuja sostiene que en ese medio constaron noticias atrayentes, reflexiones políticas, producciones literarias, planes de mejoras en la agricultura y el comercio; entre otros, todo lo que merecía la luz pública, y, especialmente, contribuyó a rectificar y consolidar la opinión (2013, págs. 127-128).

A esto añadimos lo que estipula Destruge, quien en su escrito indica que "la mayor parte de los periódicos – se refiere a los de una época – lo fueron de combate, y muy raros los que en la lucha se mantuvieron serenos; la exaltación, la violencia fue casi siempre la nota dominante" (1982, pág. 46). En la transición a la República, Bedoya recopila información sobre los periódicos quiteños:

> Varios periódicos se mencionan en la época de transición a la república para la ciudad de Quito, se pueden señalar los siguientes: *El Monitor Quiteño* (1823), *El Noticiosito* (1824), *El Espectador Quiteño* (1825), *El Republicano* (1825), *El Colombiano del Ecuador* (1825), *El Imparcial*(1827), *El Garrote* (1828). De los siete antes mencionados se ha corroborado la existencia de dos *El Noticiosito* y *El Espectador Quiteño* (Bedoya, 2010, págs. 90-91).

A esto se añaden los periódicos que no menciona Bedoya, pero Albuja indica que aparecieron *El pensador quiteño* y *La Gaceta de Quito* en 1824 y 1830 respectivamente (2013, págs. 159-161). Sobre la información de *El Noticiosito* y *El espectador* que manifiesta Bedoya, cita al historiador Ángel Grisanti, quien conoce que

El Monitor Quiteño apareció el 5 de junio de 1823, con una circulación semanal de 7 publicaciones, la mayoría de los ejemplares estuvieron orientados a publicar leyes, decretos y resoluciones oficiales aunque pedían la colaboración de los ciudadanos y escritores para expresar sus pensamientos con imparcialidad en sus juicios (Grisanti citado en Bedoya, 2010, pág. 91).

Además, *El Noticiosito* aparece en Quito en 1825, algunos números de salida semanal y otros quincenales, éste medio se dedicó a divertir a la gente de la ciudad con proezas ecuestres. Bedoya aclara que junto con su equipo de investigación pudieron revisar tres números publicados y, en ellos encontraron ironía y sarcasmos respecto a las actividades de ciertos personajes de la ciudad (2010, págs. 93-95).

Es necesario indicar que *El Espectador Quiteño* inició con una serie de críticas a su oponente *El Noticiosito* sobre todo en el tema religioso (2010, págs. 93-95), con esto concuerda Albuja, quien señala que este medio fue fundado por católicos, en contra de *El Noticiosito* que fue redactado por los partidarios del general Juan José Flores (2013, pág. 158). Todo lo registrado en líneas anteriores evidencia que la naciente prensa ecuatoriana no era unida en sus inicios.

En Guayaquil, apareció en 1829 *El Colombiano* y *El Colombiano del Guayas; El hombre libre* y *El ecuatoriano del Guayas* en 1833. Paralelamente a esto, el 12 de mayo se publicó *El quiteño libre* hasta el 14 de septiembre de 1833, que contó con un total de 19 números. Este periódico se fundó para defender las leyes, derechos y libertades, sobre todo, para defender a los oprimidos y atacar a los opresores, y denunciar todo tipo de abuso que perjudicara a la hacienda pública (2013, págs. 161-163). De allí que en el prospecto del primer número indicó lo siguiente:

> […] Se proponen a:
>
> 1. Defender las leyes, derechos y libertades de nuestro país.
> 2. Confirmar y generalizar la opinión en cuanto a los verdaderos intereses de la nación.
> 3. Defender a los oprimidos y atacar a los opresores.
>
> *El quiteño libre* se une con vosotros, se ruega le acompañéis en sus trabajos, le ayudéis con vuestros consejos, le amparéis con el sagrado escudo de vuestra opinión; no tiene otras aspiraciones que las de vuestra felicidad, ni desea más recompensa que la de ver llegar el día en que todos vosotros pronunciéis con entusiasmo, somos libres (Albuja, 2013, pág. 164-165).

Es necesario indicar que son varios los medios escritos que aparecieron en el país en el siglo XIX, por ejemplo, el primer periódico ambateño fue *El Tungurahua* (1860), en esa ciudad también apareció *El Argos* (1890) se conoce que este medio estableció una lucha implacable para combatir la corrupción política y moral. Algunos periódicos que aparecieron en ciudades como Cuenca *El eco de Azuay* (1828), Riobamba *La Gaceta del Gobierno del Ecuador* (1833), Loja el quincenal intitulado *La Federación* (1859) y en Ibarra *El Imbabureño* según los escritores Juan B. Ceriola, Carlos A. Rolando y, Cristóbal de Gangotena y Jijón apareció el 14 de julio de 1850, mientras que para Luis F. Madera fue el 4 de febrero de 1865 (2013, págs. 136-152).

En el siglo XIX se publicaron periódicos en todas las capitales de las provincias del país en forma quincenal, semanal o hasta dos veces por semana; en las ciudades grandes eran más frecuentes mientras que en las pequeñas aparecieron en menor cantidad de veces. Gran parte de estos medios se enfocaron en el ámbito político, la mayoría de divulgaciones atendieron las demandas de los lectores, es así que, éstos intentaron "hacer opinión, orientar a los lectores y divulgar doctrinas", mientras que otros manejaron un estilo intencionalmente agresivo y usaron el humor y la ofensa como herramienta principal indica Ayala (Ayala, 2012, págs. 8-9).

Es por eso que la existencia de varios periódicos se dio por el apoyo de la oposición política. En otros casos, los que lograron su permanencia lo hicieron por las recaudaciones de escasos anuncios, por "suscripciones" de pago adelantado o por ser dueños de las imprentas. También existieron algunos impresos que casi siempre fueron dedicados a impulsar candidaturas, éstos se repartieron en forma gratuita y circularon en ocasiones o por temporadas. La venta de la mayoría de estos productos fue muy pequeña o insignificante, es por eso que varios periódicos no tuvieron mucho tiempo de existencia (Ayala, 2012, págs. 9-10).

Sin embargo, este panorama cambió a lo largo del siglo XX, pues para mediados de este siglo ya existió uno o dos diarios en la mayoría de las capitales del país. Además, en Quito y Guayaquil se instauró un esquema de prensa nacional que se diversificó por regiones (2012, pág. 21).

La apariencia y estructura de los nuevos diarios se modificó con relación a los periódicos tradicionales, es así que poco a poco se sistematizaron las secciones fijas de los impresos, las cuales se dividieron por páginas de noticias, de deportes,

internacionales, de opinión (editorial y columnas de opinión tomadas de la prensa extranjera o escrita por colaboradores), se insertó amenidades (tiras cómicas y crucigramas de origen extranjero), caricaturas y cartas de los lectores. Asimismo la publicidad ya era parte de los diarios, pues a medida que crecieron los anuncios de ventas, oferta de servicios, arriendos, compras, ventas de inmuebles y enseres se institucionalizaron las páginas de clasificados (2012, págs. 21-22).

Algunos de los diarios que se crearon fueron *El Comercio* (1906), *El Día* (1913), *Los Andes* (1918), *El Universo* (1921); *La Tierra* (1933), *Últimas noticias* (1938), *El Sol* (1951), *Diario del Ecuador* (1995), *El Mercurio* (1924), *El Tiempo* (1955), *Hoy* (1982), *La Hora* (1982) (Ayala, 2012, pág. 21). Para la década de los 90, varios diarios crearon sus versiones digitales. La mayoría de los diarios anteriormente mencionados han mantenido sus ediciones hasta la actualidad y mientras que otros desaparecieron a lo largo del tiempo.

1.1.1 El tema electoral en la prensa inicial del Ecuador

La prensa de combate se dio a finales del siglo XIX con la fundación del Estado republicano. Después de que la participación política fue privilegio de grupos reducidos entre notables propietarios y, que la Iglesia siguiera insertada en la República, la prensa se convirtió en la principal herramienta de la polémica política y la promoción electoral (Ayala, 2012, págs. 6-7).

Un rastro histórico sobre la reelección presidencial de Gabriel García Moreno tiene un precedente en el periodismo, con el aparecimiento del periódico *La nueva era.* Cuando el Gobierno estuvo cerca de lo que sería el final del segundo mandato, el 9 de octubre de 1873 (Barrera-Agarwal, 2015), Federico Proaño y Miguel Valverde fundaron en Guayaquil el semanario *La nueva era.* Este medio emprendió una lucha política contra el Gobierno (Albuja, 2013b, pág. 7). En una publicación de 2015 en *elcomercio.com*, Barrera-Agarwal indica que desde su primera publicación, establecieron un tono editorial único, junto con artículos que defendieron la educación de la mujer, la aplicación de buena justicia y también evidenciaron abusos de todo tipo.

Sobre el contenido de este medio Albuja manifiesta que uno de los artículos de fondo decía: “El sistema electoral entre nosotros es una ridícula farsa. El señor García Moreno quedará todavía en el solio presidencial, y quedará contra la voluntad del

pueblo" (2013b, pág. 8). A esto se añade el escrito de Barrera-Agarwal (2015), quien señala que en julio de 1874 se publicó en primera página un artículo intitulado 'La reelección', junto con una hoja volante que decía "Que el día del combate eleccionario no se oiga sino el nombre de Gabriel García Moreno".

Federico Proaño y Miguel Valverde fueron acusados de subversión y después encarcelados a causa de las publicaciones en contra de la reelección del Gobierno. Es por esto que desde la cárcel se publica su último número en octubre de 1874 "insistiendo aún –heroicamente- en su oposición a la reelección" según Barrera-Agarwal (2015), sin embargo, Albuja establece que desde la cárcel Proaño y Valverde continuaron con su labor publicando desde la prisión hasta el número 63 que salió el 26 de diciembre del mismo año (2013b, pág. 8).

En líneas anteriores se evidencia que el tema de la reelección presidencial denota una indagación para el periodismo, pues este medio pone una atención especial al sistema electoral.

Es decir, que la cobertura periodística sobre las elecciones presidenciales vienen del funcionamiento de los métodos de escrutinio, de ahí también es la importancia sobre las elecciones seccionales pues son las autoridades que representan a provincias, parroquias, cantones, entre otros. Y no sólo la cobertura periodística sino que también en cuanto a la opinión del medio de comunicación frente a este proceso.

A continuación, se revisa la situación actual de los medios en el contexto de la llamada "crisis de los periódicos", que implica la subida en el costo del papel vs. la disminución de lectores, en la que se desarrolla la vida mediática de *El Telégrafo* y *El Comercio.* Ambos periódicos, por ser parte del objeto de estudio de esta investigación, recibirán un espacio adicional donde se abordará su historia y su política editorial.

1.2 Situación actual de los periódicos ecuatorianos

En líneas anteriores se indicó que en la década de los 90 varios diarios crearon sus versiones digitales, es así que en 2012, un estudio realizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina en Quito (Ciespal) indicó que 57 medios impresos tenían plataforma digital, de éstos 16 eran periódicos digitales (Ciespal, 2014, pág. 6).

Ese número de medios impresos con versiones digitales se incluyen en los 1124 medios registrados por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, (Cordicom),[14] que los clasifica en: medios impresos, radio, televisión, portales informativos y, audio y video por suscripción. De ese total de medios registrados, 135 son periódicos (Cordicom, 2015b).

Ese organismo de control, mediante la resolución Nº CORDICOM-PLE-2015-039,[15] informó en mayo de 2015 que existen 57 medios de comunicación de carácter nacional,[16] los cuales son distribuidos en: "radio 33, televisión 15, impresos 1, redes - enlaces o grupos (televisión e impresos) 8". Los periódicos en papel son: *Diario La Hora* (Santo Domingo, Cotopaxi, Tungurahua, Esmeraldas, Loja, Zamora, Ibarra, Quito, Los Ríos), *PP El Verdadero, Súper, El Universo, Expreso, Extra, Metrocuenca, Metrohoy, Metroquil* y los diarios que son objeto de estudio de este trabajo, *El Telégrafo y El Comercio*. El corte de datos a 2016 estaba previsto para junio de este año.[17]

A pesar de que la prensa en sus inicios no fue unida, de acuerdo a la investigación realizada para el apartado previo en el que se evidenció la disputa entre los periódicos *El Noticiosito* y *El espectador quiteño,* esto ha cambiado; pero no de manera significativa. Actualmente en el Ecuador existe la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), que fue fundada en 1985[18], que cuenta con seis miembros (*El Universo, El Mercurio, Expreso, El Diario, Vistazo* y *La Hora*) según su portal web *www.aedepág. org.ec.*[19]

[14] En el artículo 88 se estipula que el registro público de medios de comunicación social es obligatorio para el censo que está a cargo del Cordicom. Los medios que no cumplan con esta obligatoriedad no podrán pautar publicidad de ninguna entidad del Estado. Y en el artículo 89 se indica que los medios de comunicación social deberán comunicar al Cordicom sobre cambios en la información registrada (Asamblea Nacional, 2013).

[15] Publicada en la Resolución Nº CORDICOM-PLE-2015-039 (Cordicom, 2015).

[16] El artículo 6 de la LOC establece que los medios impresos nacionales son aquellos que circulan en una o más provincias del país, cuya población corresponda individual o conjuntamente, al 30% o más del total de habitantes de Ecuador, de acuerdo con el último censo nacional (Asamblea Nacional, 2013).

[17] Para el 'Registro Público de Medios 2016' (RPM2016), los medios del país tuvieron un mes de plazo, es decir, desde el 1 hasta el 31 de marzo del año en curso para registrarse en el Cordicom, tal como lo establece la LOC (Cordicom, 2016). De acuerdo a contacto vía Twitter, indicaron que, de momento este organismo se encuentra validando la información registrada por el RPM2016 y en el mes de junio se publicará en el portal web cordicom.gob.ec dicha información.

[18] Carlos Pérez Perasso fue director del diario *El Universo* entre 1973 y 2002 (Eluniverso.com, 2006); fundó la Aedep en 1895 (Eluniverso.com, 2002).

[19] En 2009, no obstante, esta Asociación contó con 26 miembros de acuerdo con la investigación de Cruz (Cruz, 2009, p. 33).

Además del tipo de medio de comunicación en el país, hay pistas sobre sus contenidos. En el mismo estudio hecho por el Cordicom se indicó en los medios impresos y portales informativos de Internet predominaron los contenidos de tipo informativo, representado por el 53%, y en segundo lugar los contenidos de tipo formativo / educativo / cultural con un 14%. En el caso de los medios impresos el 72% el origen de sus contenidos es de producción propia (Cordicom, 2015c).[20] No hay datos sobre el periodismo de opinión.

En 2006, Rodrigo Santillán ya dio algunas pistas sobre lo investigado por el Cordicom. No solo evidenció que el periodismo ecuatoriano se caracterizaba por ser fundamentalmente informativo sino que no existía un periodismo interpretativo y sistemático, por eso pecaba de ligereza y superficialidad. En consecuencia, es necesario revisar el periodismo de opinión pues Santillán sostiene que este periodismo "tiende a ser profundo y trata de interpretar y valorar la realidad" (Santillán, 2006, pág. 76).

De allí que este trabajo pone un énfasis en el periodismo de opinión y abordará en una sección específica, del segundo capítulo, sobre el género de opinión y el editorial. Desde ahí se puede realizar el análisis de discurso que maneja un medio público y medio privado.

1.3 Crisis internacional y nacional de los periódicos

En ese panorama mediático, donde confluyen los medios de comunicación en sus distintos soportes tecnológicos, los periódicos tienen una presencia tradicional y moderna. Al mismo tiempo, son ellos los que atraviesan la llamada "crisis de los medios". Y es por eso, que los retos que enfrenta el periodismo tradicional son grandes con la llegada de la Internet; por lo que han visto la necesidad de funcionar en esa plataforma.

Existen diversas razones por las que muchos periódicos están desapareciendo o cambiando sus versiones impresas a digitales; uno de los diseñadores más reconocidos del mundo, Jacek Utko, señaló que los lectores no quieren pagar por noticias de ayer, a

[20] La LOC establece en su artículo 60 que los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar e identificar todo los contenidos en: 1) informativo (I); 2) de opinión (O); 3) formativos / educativos / culturales (F); 4) deportivos (D) y 5) publicitarios. El incumplimiento de esta obligación será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación (Supercom). Además, el artículo 8 establece que debe prevalecer la difusión en forma general los contenidos de carácter informativo, educativo y cultural (Asamblea Nacional, 2013).

esto se suman los anunciantes. Algunas personas dicen que los diarios deberían ser gratuitos, más pequeños y su *target* convendría ser reducido, pues creen que para segmentos específicos sería más útil, etc.; pero sobretodo los consideran muy caros (Utko citado en Machado, 2013, pág. 36).

Por ello, una realidad que enfrentan los periódicos es el constante traspase de lectores del papel al digital (Caño, 2016). Si ayer los diarios digitales eran novedosos, hoy se sabe que la información se puede encontrar en los motores de búsqueda (*Google, Bing*, entre otros) y en redes sociales (*Facebook, Twitter, Instagram*, etc.), pues los diarios deben alojar sus noticias en estos espacios de la Internet (Galán, 2016).[21]

Esto cada día aumenta con la aparición de nuevos dispositivos portátiles, por lo tanto, hace complicado el horizonte en el terreno de los nuevos medios según Antonio Caño (Caño, 2016). Por ejemplo, el soporte de lectura mejor situado para sustituir al papel es el teléfono móvil (Galán, 2016). Sergio Rincón concuerda con lo revisado anteriormente, por ello manifestó que "la caída en *las* ventas, la competencia con los medios electrónicos, la baja inversión publicitaria en papel periódico y hasta la censura" han sido los detonantes en los últimos años para que varios medios cierren o se muden definitivamente a la plataforma digital (Rincón, 2012).[22] Por lo tanto, "no puede desarrollarse un nuevo tipo de periodismo sin efectuar cambios sustanciales en las empresas que lo producen" según Mar de Fontcuberta (Borrat & De Fontcuberta, 2006, pág. 43).

---

[21] El diario español *El País*, en el artículo "Carta abierta del director de EL PAÍS a la Redacción del periódico", Antonio Caño (2016) manifestó que a pesar de que es el periódico impreso más vendido en España está en mira dar el siguiente paso, es decir, pasar del papel a lo digital para que millones de personas en todo el mundo puedan acceder a sus productos mediante la red. Esto permitirá utilizar los recursos que la Internet ofrece, así pues, es "el mejor lugar para que publiquen los más importantes periodistas, escritores, ilustradores, fotógrafos, diseñadores y otros creadores de información y cultura en lengua española" (Caño, 2016).

[22] La baja lectoría de periódicos es una realidad latente a nivel mundial, es así que medios con larga trayectoria como el *New York Times*, *Newsweek* (Estados Unidos), *The Guardian* (Gran Bretaña), *Público* (España), entre otros han emigrado al espacio digital (Andes.info.ec, 2014b). En el país el extinto periódico impreso y digital fue el diario *Hoy*, este diario fue el pionero en Ecuador en traspasar noticias nacionales e internacionales a la Internet (Cruz, 2009). Después de 32 años de circulación fue reemplazado por una edición digital a partir del 30 de junio hasta el 26 de agosto de 2014 (Elcomercio.com, 2014); esto ocurrió según unos por malos manejos administrativos (Andes.info.ec, 2014b); mientras que Jaime Mantilla, en ese entonces director del medio, indicó que sucedió por: trabajar en un escenario adverso, permanente boicot publicitario y la limitación de la inversión de medios (Fundamedios.org, 2014). Para mayor información revisar http://www.fundamedios.org/alertas/diario-deja-de-circular-en-papel-y-denuncia-escenario-adverso-con-la-ley-de-comunicacion/ y http://www.andes.info.ec/es/noticias/diario-hoy-registraba-graves-problemas-economicos-catorce-anos-antes-vigencia-ley.

Es necesario indicar que Mangos de Hacha, a finales de 2015, publicó en español *La crisis de los medios.* Este libro expone una serie de ensayos del cineasta británico Peter Watkins acerca del estado actual de los medios; quien refiere puntos importantes como la falta de autocrítica o total desinterés de éstos sobre las medidas que toman a nivel de la manipulación masiva, el formato narrativo noticioso que utilizan, los contenidos repetidos presentes en todos los lados y, en el ámbito educativo-académico la incapacidad de que nuevas generaciones busquen contar historias diferentes. Además, se establece un ejercicio de documentación y reflexión que invita al lector a ver a los medios desde una perspectiva más amplia de lo habitual, según Arturo Aguilar (Aguilar, 2016).

Siguiendo esa invitación y, al mismo tiempo, reconociendo que los periódicos impresos tienen un reto para asegurar la lectoría de sus notas tanto en papel como en digital, se plantea este estudio que es un ejercicio crítico sobre el discurso mediático en época post electoral.

1.4 Breve historia de los diarios *El Telégrafo* y *El Comercio*

En la segunda mitad del siglo XIX, el 16 de febrero de 1884, en Guayaquil, Juan Murillo Miró fundó el diario *El Telégrafo*[23], este medio se creó por la necesidad de establecer un diario independiente, de oposición al Gobierno del Dr. José María Plácido Caamaño llamado *"Progresista"*. Debido a su posición liberal, dio mayor importancia a las acciones bélicas revolucionarias partidarias de Eloy Alfaro (Destruge, 1982, pág. 13).

En ese Gobierno, por sus escritos, se ordenó la prisión y exilio a Chile del director Juan Murillo Miró y de otros redactores; es así que el Dr. Cesáreo Carrera y el Dr. José Torres llegaron a asumir la dirección del periódico pero sus intentos fueron en vano, es por esto que este diario deja de circular el 3 de julio de 1886. Este medio permaneció en silencio durante 10 años y después de la revolución liberal regresó Juan Murillo Miró a reaparecer su periódico el 14 de octubre de 1896. En ese mismo año José Abel Castillo asumió la dirección del medio y luego adquirió todas las acciones de *El Telégrafo*. Por varias décadas fue el principal matutino del país. En 1972 esta

[23] Este medio adopta ese nombre en honor al servicio telegráfico que en ese año se inauguró en Ecuador (Destruge, 1982, p.13).

compañía pasó a manos de un grupo de inversionistas encabezados por el expresidente Otto Arosemena Gómez. (Eltelegrafo.com.ec).

Y en 1996 Fernando Aspiazu Seminario adquirió este matutino hasta, el 8 de marzo de 2002, que la Agencia de Garantía de Depósitos incautara las propiedades vinculadas al Banco del Progreso. El Estado ecuatoriano adquirió en 2007 este medio y como principal accionista el Ministerio de Finanzas, esto a fin de incrementar el sistema de medios públicos en el que se pensó desde los inicios del Gobierno de Rafael Correa (Ciespal, 2009).

Aunque este matutino inició como periódico privado en oposición al Gobierno de José María Plácido Caamaño, el 17 de marzo de 2008 se convirtió en diario público, luego de la incautación de los bienes del exbanquero Fernando Aspiazu Seminario, quien fue uno de los implicados en la crisis financiera de 1999 (Anexo 1).

Este medio es visto como oficialista por algunos medios privados (Eluniverso.com, 2012) al ser financiado únicamente con dinero estatal (Ciespal, 2009), a pesar de eso ha sido amonestado por la Superintendencia de Comunicación e Información (Supercom).[24]

El 15 de enero de 2015, cumpliendo la Décimo Novena Disposición Transitoria de la Ley Orgánica de Comunicación,[25] el diario pasó a ser parte de la empresa pública *El Telégrafo EP* (Eltelegrafo.com.ec, 2015).

Surge entonces la pregunta ¿por qué se le conoce como el decano de la prensa ecuatoriana? Según el portal web de la *Real Academia Española (RAE)* define la palabra decano como "miembro más antiguo de una comunidad, cuerpo, junta, etc." (RAE, 2014).

[24] *El Telégrafo* fue amonestado por el organismo Supercom tras una serie de publicaciones del Banco Pichincha que la consideró como linchamiento mediático (Metroecuador.com, 2015), para mayor información remitirse al link http://www.metroecuador.com.ec/noticias/la-superintendencia-de-comunicacion-amonesta-a-diario-publico-el-telegrafo/AzUnbh---c2ESz1k9RkY86/

[25] La décima novena disposición transitoria de la LOC establece que las compañías que tengan a su cargo la gestión de medios de comunicación social en las que el Estado sea accionista mayoritario (de acuerdo con el artículo 225 de la Constitución de la República 2008) adoptarán un plazo no mayor a 180 días contados a partir de la publicación de la LOC (25 de junio de 2013) para conformar medios públicos o empresas públicas de comunicación (Asamblea Nacional, 2013).

Entonces, desde el inicio de su historia, un hallazgo sobre el fundador del diario *El Telégrafo,* es que Juan Murillo Miró, fue hijo de Don Manuel Ignacio Murillo, primer tipógrafo y administrador de *El Patriota de Guayaquil* según Destruge (1982, pág. 13). Es por esto que Juan Murillo Miró aprendió de su padre sobre el funcionamiento del primer medio guayaquileño denominado *El Patriota de Guayaquil*.

Por ello, Juan Murillo Miró ejerció sus conocimientos antes de ser exiliado a Chile, a pesar que los doctores Cesáreo Carrera y José Torres se encargaron del periódico su intento fue en vano pues dejó de circular el 3 de julio de 1886. Luego de diez años su fundador reapareció el matutino, aunque *El Telégrafo* pasó a manos de otros dueños y administradores fueron necesarias las experiencias de su padre ya que aprendió de su experiencia y mantuvo vivo el periódico.

Actualmente, este diario se convierte en un referente nacional porque es el medio escrito más antiguo del Ecuador, contando así con 132 años de trayectoria en los que ha publicado información sobre acontecimientos nacionales e internacionales y además, es el primer medio escrito declarado público.

Sin embargo, otro referente en el país es el diario *El Comercio,* pues tiene 110 años de existencia. A inicios del siglo XX, veintidós años después del surgimiento de *El Telégrafo,* en 1905 los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome fundaron *El Comercio*[26], un periódico independiente y serio junto, con sus socios Celiano Monge y Alejandro Mata. (Ribadeneira, 2006, págs. 12-13). Pero, un año más tarde, el 01 de enero de 1906 circuló el primer ejemplar de este medio quiteño (Ribadeneira, 2006, pág. 20).

Sin embargo, Celiano Monge se enteró que habría un golpe militar contra el presidente Lizardo García y que volvería al poder Eloy Alfaro. Por esta razón deciden suspender su segunda edición hasta el 30 de enero de ese año (Ribadeneira, 2006, págs. 20-21). El 15 de enero de 1908 por orden del intendente de Policía, Ulpiano Páez, clausuraron la empresa a causa de críticas a ciertos aspectos de la actuación gubernamental que se difundieron en el diario. Esto duró por 20 días y tuvo consecuencias, una de ellas, César Mantilla Jácome hipotecó su casa por 10.000 sucres

[26] En Quito la familia Andrade Vargas ya había publicado un extinto bisemanario en 1886 con el mismo nombre, este diario utilizó el ese nombre bajo la idea de que el comercio fue la principal actividad económica del país, además, de ser un nombre corto sonoro y sugestivo (Ribadeneira, 2006, p. 14).

comprometiéndose "a no tomar parte ni directa ni indirectamente en actividades contra el actual Gobierno" (Ribadeneira, 2006, pág. 57).

En 1935, los hermanos Mantilla Jácome se separaron, César eligió la industria de los cines y los hoteles, mientras que Carlos se quedó con el periódico y asumió la dirección de *El Comercio*. Por ese motivo sus hijos Carlos y Jorge Mantilla Jácome formaron parte del equipo directivo con un objetivos comunes: servir al país y consolidar al diario (Ribadeneira, 2006, págs. 106-111).

En 1953 ocurrió la segunda clausura de este periódico. *El Comercio* no publicó un comunicado, del gobierno de José María Velasco Ibarra, que trataba a los periodistas como "entes y hombres corrompidos y corruptos, causantes de males nacionales"; dicho Gobierno vio su negativa y lo clausuró por cuarenta y tres días (Ribadeneira, 2006, pág. 162).

En 1979 después de la muerte del director del diario Jorge Mantilla Ortega, lo hermanos Jaime y Guadalupe Mantilla quedaron al mando de la empresa. Luego el directorio de la empresa decidió no reelegir a Jaime Mantilla Anderson como Gerente General, y por este fallo Guadalupe Mantilla dejó la empresa para que su hermano obtuviera el puesto. Pero desde 1985 Guadalupe Mantilla asumió de nuevo la dirección del periódico (Ribadeneira, 2006, pág. 208).

Este medio ha mantenido una relación tensa con el actual Gobierno. [27] En general dos meses después de que el asumiera la presidencia se visualizó enfrentamientos entre el Presidente y los propietarios y directivos de los medios de comunicación. (Ciespal, 2009b).

[27] Uno de los percances ocurrió en la emisión del Enlace Ciudadano 129, del 18 julio de 2009, el Presidente se refirió a la Directora del diario por la publicación de la portada del 14 de julio, cuyo titular de la noticia fue "Informé al Presidente del negocio de Fabricio", para pedirle que rectifique sino actuaría con la Constitución y ley en mano. Incluso, dijo que publicaría su versión en diario *El Telégrafo* (Ciespal, 2009b). Para mayor información remitirse a http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_301.pdf; otro altercado ocurrió el 21 de septiembre de 2013, en el cual el Presidente rompió tres ejemplares en un Enlace Ciudadano, uno de ellos fue *El Comercio* (Fundamedios.org, 2013).

Tras 109 años de pertenecer esta empresa a la familia Mantilla, el 14 de enero de 2015 *Grupo El Comercio*[28] mediante una publicación en su portal web *elcomercio.com* informó que la empresa *Telglovisión*[29] concluyó con el proceso de adquisición del 94,4% de sus acciones el 12 de enero de ese año (Elcomercio.com, 2014b).

1.4.1 Digitalización de *El Comercio* y *El Telégrafo*

En este apartado se abordará brevemente sobre la digitalización de los dos medios escritos antes mencionados, que son parte del objeto de estudio de este trabajo. Para eso es necesario señalar que fue el desaparecido diario *Hoy* el primer periódico del país que se introdujo en el mundo de la Internet, en 1993. Además, fue el pionero en Sudamérica en la entrega de noticias mediante una plataforma digital (Cruz, 2009, pág. 7). Dos años después vino la digitalización de *El Comercio* (Ciespal, 2012, pág. 14).

1.4.1.1 Elcomercio.com

El periódico digital *elcomercio.com* nació por iniciativa del departamento de Tecnología. En 1995 se abrió campo a un nuevo escenario, la Internet, al inicio la importancia radicaba estar en la red. La información que se publicaba era removida al siguiente día por personas del departamento técnico según Salas (2004, pág. 37).

La redacción del periódico impreso de *El Comercio* asumió la elaboración del periódico virtual en enero de 2000, un año después la compañía decidió que un equipo externo administrara el sitio web afirma Salas (2004, pág. 37). Con esto concuerda Cruz pues señala que en 2000 se concretó una alianza con Yupi Miami que dio origen a la página *Yupi – El Comercio* un año más tarde la unión con la empresa Yupi finalizó, por esto se crea un grupo autónomo de redactores a la redacción de la versión en papel (2009, pág. 36).

[28]Esta empresa está constituida por los diarios *El Comercio* y *Últimas Noticias;* las radios *Radio Quito* y *Radio Platinum*, las revistas denominadas *Familia*, *Líderes*, *La Pandilla* y *Carburando;* así como varias publicaciones de carácter general (Grupo El Comercio, 2014); el canal de televisión *TVC* (*Televicentro*) (Newslinereport.com, 2016).

[29]Telecomunicaciones Globales de Entretenimiento Televisivo (Teglovisión S.A.) es propiedad de una empresa uruguaya, denominada *Blackster S.A.* (Larepublica.com.ec, 2015). El dueño de esta empresa es Ángel González, magnate de medios mexicanos apodado "El Fantasma", empresario residente en Miami (Ricaurte & PlanV, 2015). Para mayor información de los medios ecuatorianos que pertenecen a González revise el siguiente enlace http://www.eluniverso.com/sites/default/files/archivos/2015/02/es02car120115photo04_1.pdf.

Ya para 2002, los contenidos de *elcomercio.com* abarcaron todas las secciones del periódico impreso con actualización de las noticias, con un total de 16 horas diarias hasta 2008. Además de la versión impresa del periódico los referentes informativos eran: el cable nacional (*EFE*, *AFP*, *DPA*), los medios de comunicación locales, sitios electrónicos (*presidencia.gov.ec*, *nytimes.com*, *elpais.com*, y el Grupo de Diarios de América) (Cruz, 2009, pág. 36).

En 2004 el medio realizó esfuerzos para fortalecer la interactividad con los lectores de la página, tres años más tarde, incorporaron un "calificador de noticias, comentarios en las notas, calificación, foros, encuestas, síntesis noticioso, mensajes por celular o SMS RSS (Really Simple Sindication) o envío inmediato de noticias publicadas, blogs, videos y la sección Yo estuve ahí" según Cruz (2009, pág. 37).

A inicios de 2008 este medio abrió una cuenta en *Hi5* y en octubre del mismo año le apostó por *Facebook* (Cruz, 2009, pág. 37). Un hecho muy particular sobre la interactividad del portal digital fueron los comentarios de sus usuarios en *elcomercio.com* y en su red social de *Facebook*, pues el 6 de octubre de 2012 se publicó un video elaborado por el Gobierno Nacional titulado 'Diario El Comercio permite comentarios insultantes contra presidente Correa' www.youtube.com/watch?v=rduUdjt0E8Q según Araujo (Araujo, 2014, pág. 17).

Al no disponer de seguridad adecuada para filtrar comentarios "resolvió este asunto, cerrando la posibilidad de interactuar por medio de comentarios en su versión digital" añade Araujo (2014, pág. 106). Y desde septiembre de 2012 este digital suprimió los comentarios (Ciespal, 2012, pág. 6). En la actualidad el portal web permite valorar el artículo, para esto tiene 5 opciones (indignado, triste, indiferente, sorprendido, contento) y calificar si es útil o no la noticia.

1.4.1.2 Eltegrafo.com.ec

La empresa, *El Telégrafo*, intentando seguir la corriente de la proliferación de Smartphone, iPhone y PC, creó en 2004 el diario digital eltelegrafo.com.ec para así situarse en la Internet. Este espacio inició con el traspaso de la edición impresa del periódico, el cual presentaba lo que se vendía en la calle sin ningún valor agregado, aunque se añadía una que otra nota al portal, la prioridad fue tener la versión impresa en

la red. En aquel entonces trabajaban de dos a tres personas manifiesta Omar Jaén, jefe editor de los diarios *El Telégrafo* y *Pepe El Verdadero,* mediante entrevista telefónica.[30]

Desde 2008, cuando se convirtió en medio público, esta plataforma electrónica posee como valor agregado la información minuto a minuto, además, aprovechando el apogeo *Facebook,* el nacimiento *Twitter* y de otras redes sociales, se fueron creando cuentas para tuitear y postear las notas (Jaén, 2016).

Desde el 2009 empezó el auge de este medio y hace cuatro años su cambio fue notorio. En el área web aproximadamente trabajan un total de veinticinco personas, Jaén señala que:

> Esa es una señal de la importancia que le quieren dar los directivos del diario, a la tendencia que ahora buscamos. La venta del papel está en recaída ya desde hace mucho tiempo, las personas hablan de que ya se vive la hora de deceso de papel y que por eso todo va a ir a lo digital. Ahora el uso de Smartphone nos lleva a tener una plataforma para poseer un espacio en la opinión pública de poder informar y dar servicios a las personas.

La misión como diario público, en relación al periódico digital, es informar sin fines comerciales o de lucro ya que se vive un *boom* tecnológico para fortalecer su posición de Internet, esto lo consiguen actualizando la información cada dos o tres minutos nacional o internacional, aunque Jaén está consciente que a veces es demasiado tiempo pues el mundo no para y hay muchas noticias por contar.

Los referentes informativos que utilizan además de la versión impresa son la competencia local como *El Universo, El Comercio, El Expreso* y las agencias internacionales como la AFP (Agence France-Presse), Agencia Prensa Latina, entre otras. Al presentar las notas mantienen la seriedad del caso, evitan la crónica roja (conservan un respeto y unanimidad con las personas involucradas en ella) y manejan la farándula con pinzas. A diferencia de la versión impresa, el portal trabaja con elementos añadidos, es decir, galería de fotos, videos, si es decreto ejecutivo se adjunta el PDF del mismo, micro sitios, especiales multimedia, entre otros (Jaén, 2016).

Aunque *El Telégrafo* es el decano de la prensa ecuatoriana, este incursionó en la Internet nueve años después de que *El Comercio* iniciara su periódico digital en 1995. Para resumir esta sección, se pude concluir que ambos medios que tienen presencia

[30] Omar Jaén trabaja desde hace ocho años en la empresa, en la actualidad es jefe editor de los diarios *El Telégrafo* y *Pepe El Verdadero.*

digital aparecieron un siglo después del primer y único diario que circuló en la época colonial que fue *Primicias de la Cultura de Quito.*

Capítulo II

Periódicos, géneros de prensa y discurso mediático

Después de hacer una reconstrucción histórica de la de la prensa ecuatoriana es indispensable realizar un debate teórico sobre lo que son los periódicos para llegar hasta las distintas formas de presentación de sus contenidos. En este capítulo se abordarán los periódicos, los géneros de opinión y se pondrá énfasis en el editorial, que se constituye en la unidad de análisis de este trabajo, también el discurso mediático en donde está el género de opinión y otros géneros periodísticos de prensa.

2.1 Definición de periódicos

En términos generales, los periódicos son un medio de comunicación impreso que circulan de manera diaria, quincenal, mensual, y difunden hechos relevantes de la localidad o de sucesos internacionales. A continuación, enlistaremos algunas definiciones sobre los periódicos.

La *Real Academia de la Lengua Española* (RAE) establece seis significados:

1. Que guarda período determinado.
2. Que se repite con frecuencia a intervalos determinados.
3. Dicho de impreso: que se publica con determinados intervalos de tiempo.
4. Fís. Dicho de un fenómeno: de fases que se repiten con regularidad.
5. Mat. Dicho de una fracción decimal: que tiene período.
6. Publicación que sale diariamente. (RAE, 2014b).

Para esta investigación, se descartan dos de ellas, los numerales cuatro y cinco,[31] entonces podemos indicar que el periódico es un impreso que tiene un periodo y se repite con frecuencia. De acuerdo a las autoras Gónzalez & Bernabeu del libro *El periódico* indican que la acepción del periódico es una publicación de serie variable puede ser: mensual, semanal, diaria; difunde los acontecimientos más recientes al mayor número de personas posibles, y como medio de información cumple funciones como:

[31] Las definiciones de los literales cuatro y cinco corresponde a términos usados en materias como física y matemática respectivamente.

1. Informa con sus noticias y crónicas, con sus imágenes y reportajes,
2. Crea opinión, con editoriales y colaboraciones especiales,
3. Refleja la situación social y administrativa,
4. Orienta la economía y el mercado,
5. Entretiene con páginas especiales dedicadas a tal fin (González & Bernabeu, 2008, pág. 15).

Esta definición es más cercana al periodismo pues podemos ver que integra los géneros periodísticos que se revisará en el siguiente apartado. Por otro lado, de acuerdo a la acepción de Berrocal & Rodríguez-Maribona, un periódico es un medio de comunicación escrito y periódico. Además, aclaran que existe en el formato electrónico, pues hasta "hace unos años el periódico nos llegaba a través de la ventana callejera o por suscripción. En la actualidad contamos con la modalidad del periódico electrónico, es decir, aquél que nos llega a través de la informática y de las telecomunicaciones" (Berrocal & Rodríguez-Maribona, 1998, pág. 25).

La LOC (2013) indica en el artículo 5 que se consideran como medios de comunicación social:

> (…) a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a "las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción", cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de Internet (Asamblea Nacional, 2013).

En la LOC (2013) no se define qué son los medios de comunicación social impresos, pero se establecen los siguientes parámetros: pueden ser de carácter nacional, tienen la obligación de identificar y clasificar los contenidos, en cada publicación que editen es obligatorio incluir el número total de ejemplares puestos en circulación, de acuerdo a los artículos 6, 60 y 90 respectivamente (Asamblea Nacional, 2013).

Para el Registro Público de Medios 2014, el organismo Cordicom, mediante la Resolución CORDICOM-2014-001, informó que se realizó un formato para el registro de medios de comunicación social (Cordicom, 2014) y en el listado de medios registrados por el Cordicom consta la clasificación de impresos, el cual se divide los servicios en: periódicos y revistas.

Por lo cual, podemos decir que el periódico es uno de los medios de comunicación social que debe identificar y clasificar sus contenidos, éste puede ser de carácter nacional y tiene la obligación de incluir el número total de ejemplares en circulación.

En cambio en el escrito de Sabés & Verón no indican la definición del periódico, pero sí establecen que el principio esencial es informar, transmitir noticias a intervalos regulares, sin embargo, ha desempeñado las funciones siguientes: 1) informar e interpretar, 2) de servicio a la sociedad en cuanto vigila la acción de los gobiernos y servicios públicos, 3) entretener (Sabés & Verón, 2009, pág. 185).

Además de su definición y funciones, son importantes los contenidos del periódico, para lo cual recurrimos a Berrocal & Rodríguez-Maribona quienes señalan que un periódico el resultado de un esfuerzo colectivo en el que la redacción debe ser fuerte, profesionalizada e independiente ya que es el elemento principal sobre el que recae la responsabilidad diaria de que el periódico salga a la calle todos los días (1998, pág. 29).

Entonces, éste es un universo gobernado por leyes (complejas, globales y particulares, coherentes o contradictorias, fijas o cambiantes, fundamentales…) cuya aplicación afecta el resultado, el producto informativo y la percepción que queda en el lector tras someterlo a juicio subjetivo y subliminal (Sancho, 2004, p. 192). Además, incluyen la publicidad como fuente de recursos necesaria para su propia existencia (Borrat & De Fontcuberta, 2006, pág. 160).

De acuerdo con las acepciones revisadas, se toma en cuenta la LOC (2013), Gónzalez & Bernabeu (2008), Sabés & Verón (2009), Berrocal & Rodríguez-Maribona (1998) para estipular que un periódico es un medio de comunicación escrito que puede ser de carácter nacional en el que se informa, interpreta, entretiene y crea opinión mediante los géneros periodísticos sobre acontecimientos importantes de la localidad o internacionales. Éste puede circular en forma diaria, quincenal o mensual en formato impreso o digital.

Por ello, es necesario abordar, además, a este medio como industria con referencia a los autores Berrocal & Rodríguez-Maribona (1998), Sancho (2004) y Borrat (2006), ya que la responsabilidad del periódico recae en la redacción, que debería

ser fuerte, profesionalizada e independiente para elaborar el producto informativo que está dirigido a las audiencias lectoras.

2.2 Las construcciones de sentido en los periódicos

Como industria, la prensa escrita produce notas para que sean consumidas; de allí que exista un esfuerzo colectivo de la redacción de un periódico para representar la realidad de la sociedad, es decir, los malestares sociales. Éstos tienen una representación social, cuando los periodistas lo reconocen como tales, de ahí que se representa a la imagen que los medios le dan cuando los perciben.

Ésta representación pública se da porque dichos malestares son "fuera de lo común", dramáticos o conmovedores y por esa razón son rentables, ya que pueden ser dignos de aparecer en la "primera plana". Todo radica en la manera de abordar dichos malestares afirma Champagne (Champagne, 1999, pág. 51).

Por eso, un lector puede estar consciente de que lo que busca quizá aparezca o no en los periódicos, y dicha información es una aproximación a la realidad, es por esto que, estas versiones nos ayudan a conocer el mundo en el que vivimos y en muchas ocasiones nos reconocemos a nosotros mismo en él. De ahí que surge la importancia de "hacer una lectura comparativa y crítica para evaluar sus versiones, inferir sus estrategias y controlar sus influencia sobre nosotros y los otros" postula Borrat (Borrat & De Fontcuberta, 2006, págs. 157-158).

El relato que utilizan en los textos de información como en el de opinión constituye versiones de la actualidad, y ambos utilizan la argumentación, pues ésta no es exclusiva de los textos de opinión, es por esto que Borrat indica algunos caminos posibles para distinguir la coherencia argumentativa de un texto:

1. Elocutio-Dispositi-Intentio: inicia con la búsqueda de ideas, luego la unión de los elementos reunidos y finaliza con la elaboración lingüística del discurso);

2. Figuras del discurso (existen dos subdivisiones como las figuras en textura que son: metáfora, símil, ironía…) y; figuras de la estructura como: alegoría, parelalismo, apóstrofe, entre otras);

3. Retórica del discurso: el autor propone usar la distinción entre la retórica del discurso del autor y la retórica en el discurso;

4. Pruebas aristotélicas: en las versiones distingue y descubre equilibrios, desequilibrios y estrategias entre la prueba lógica y la prueba ética;

5. Topoi de la retórica: son las preguntas de la noticia *What-Who-Where-Why-How*) (Borrat & De Fontcuberta, 2006, págs. 338-339).

De ahí que se vio necesario el análisis de los editoriales de *El Telégrafo* y *El Comercio* para ver cómo se están realizando los elementos del discurso que generan las representaciones de la sociedad mediante la opinión institucional del medio de comunicación. En el siguiente apartado veremos los géneros periodísticos pero nos enfocaremos en el editorial que es nuestra unidad de análisis.

2.3 Géneros periodísticos

No existe una definición en la que los autores coincidan sobre los géneros periodísticos, ya que manifiestan que no se puede encasillar al periodismo, pero sí establecen que esto ayuda para la enseñanza académica o para la sala de redacción entre comunicadores.

El profesor universitario José Martínez indica que los géneros periodísticos ayudan para la enseñanza y en la preparación de futuros profesionales, pues sirve para una diferenciación de los textos que se encuentran en la presa escrita. Entonces, se puede decir que "son aquellas modalidades de la creación literaria concebidas como vehículos actos para realizar una estricta información de actualidad que están canalizadas para la prensa escrita" (Martínez, 2012, pág. 263)

Álex Grijelmo manifiesta que es un reto definir los géneros porque no son cajones donde resulte fácil encontrarlo todo, él divide a los géneros periodísticos según la mayor o menor presencia de periodistas en ellos. Es necesario acotar que los géneros periodísticos se diferencian fundamentalmente por el grado de presencia del informador en su texto (Grijelmo, 2014, págs. 25-27). Con esto coincide Gargurevich, quien manifiesta que son formas que busca para expresarse según la circunstancia del objeto de su presentación con "estilo periodístico" (Gragurevich, 2000, págs. 9-10).

Además, Martínez en su libro *Curso general de redacción periodística 5ta edición*, cita a la periodista Jacques Kayser para definir los géneros periodísticos "podrían definirse los géneros periodísticos como modalidades de la creación literaria

destinadas a ser divulgadas a través de cualquier modelo de difusión colectiva" (Kayser citado en Martínez, 2012, pág. 264).

Donado estipula que la información periodística se puede presentar en diferentes formas, de acuerdo a sus características, estas formas son conocidas como géneros periodísticos. A diferencia de los anteriores coinciden e indican que existen tres divisiones como son: informativo, interpretativo y de opinión; para este autor se clasifican en informativos y de opinión (dentro del periodismo de opinión está el periodismo interpretativo) (Donado, 2005, pág. 35)

En conclusión, se toma en cuenta las acepciones de los autores Martínez, Grijelmo, Gargurevich y Donado; para decir que, los géneros periodísticos nos ayudan a diferenciar los textos de información presentados en la prensa escrito, éstos se pueden apreciar en diferentes formas y estilos periodísticos que se clasifican en géneros: informativos, interpretativos y de opinión.

2.3.1 Géneros informativos

Éste género se apega a la información de los sucesos o hechos, el periodista no incluye sus opiniones. Según Grijelmo, son los textos periodísticos que transmiten hechos concretos de interés para el público al que se dirige; no incluye opiniones ni juicios de valor del periodista. Forman parte del género informativo: la noticia, la entrevista de declaraciones o entrevista objetiva, el reportaje informativo y la documentación (2014, pág. 29).

Con esto concuerda Donado, quien indica que al utilizar este género el comunicador se compromete a excluir sus opiniones personales de los hechos, el periodista debe escribir, presentar o exponer, relatar o contar la información. Para este profesional la noticia, la entrevista, la crónica y el reportaje forman parte de este género (2005, pág. 36).

En este sentido, Martínez constituye que a la misma noticia elaborada sobre la base mínima de sus elementos básicos a los que suelen añadirse algunas de sus circunstancias explicativas más dignas de relieve (2012, pág. 287).

De acuerdo a los autores Grijelmo (2014), Martínez (2012) y Donado (2005), podemos decir que, el género informativo es el más apegado a la realidad ya que

excluye las opiniones del redactor sobre un hecho de interés, éste se divide en: noticia y la entrevista de declaraciones.

2.3.2 Géneros interpretativos

Este género depende mucho de la información y la forma para interpretar los hechos, pues Martínez expone que es la noticia analizada, la noticia explicada e interpretada dentro de un contexto en el que gane significación, con sus antecedentes y sus futuras repercusiones previsibles (2012, pág. 274).

Mientras que, Grijelmo acota que, la presencia del periodista interviene más, pues sus ideas ocupan un mayor espacio en el texto, tanto en extensión como en profundidad. Dentro de éste género se encuentra el análisis (2014, pág. 109), además, estipula que la suma de los géneros: informativos e interpretativos se encuentra: la crónica, la entrevista-perfil, el reportaje interpretativo (2014, pág. 82).

Podemos decir que dentro de este género el comunicador tiene más libertad al momento de redactar los textos periodísticos pues interpreta la realidad dentro de un contexto la información con antecedentes y posibles repercusiones que lleve consigo dicha información, éstos pueden ser la crónica, la entrevista-perfil, el reportaje interpretativo según Grijelmo y Martínez.

2.3.3 Géneros de opinión

Ésta investigación se enfoca en los géneros de opinión, pues en sus divisiones está el editorial. Más que género de opinión es el periodismo de opinión, en el que los medios de comunicación y/o periodistas exponen su punto de vista de los acontecimientos o hechos suscitados, incluso fijan su mirada en temas que pocos se atreven a escribir.

Grijelmo expone que los textos de opinión suelen reflejar el auténtico talante de un periódico. Del estilo de los artículos y editoriales podremos deducir cómo afrontan la realidad y las transformaciones sociales de los dueños y responsables de esa publicación (2014, pág. 111). A diferencia de Grijelmo, Donado expresa que en los textos de opinión se refleja el auténtico pensamiento de un periódico (2005, pág. 193).

Por su parte, Martínez indica sobre el género de opinión que “este tipo de periodismo coincide con el que los anglosajones denominan como comment”, y se

traduce al castellano en: cometario o artículo de opinión, con sus diferentes variantes: editorial, columna, entre otros (2014, pág. 274).

Con estas variantes coincide Donado, quien señala que la información no es fundamental, sino la opinión de quien escribe con una visión global de la realidad, alta especialización y ser relativamente neutral; se pueden presentar en el editorial, la columna, el artículo, la crítica y la glosa son parte de este género (2005, pág. 193); también la caricatura forma parte del género de opinión según otros autores.

En conclusión, siguiendo las definiciones de Grijelmo, Martínez y Donado (2005); los géneros de opinión son los escritos en donde se refleja el pensamiento de un periódico, para esto el comunicador debe tener una visión global de la realidad, alta especialización y ser relativamente neutral sobre acontecimientos relevantes de la localidad o internacionales. De ahí que su forma de presentación se divide en editorial, la columna, el artículo, la crítica, la glosa y caricatura. Para esta investigación se revisará el editorial, la columna, el artículo y la caricatura.

2.3.3.1 Editorial

Existen varios conceptos sobre el editorial como género periodístico, la mayoría de autores coinciden en que se asume la autoría por parte del periódico, carece de firma, y es el portavoz del medio de comunicación.

Mediante este género periodístico el periódico expresa su punto de vista como institución social, así lo manifiesta Rivadeneira (Rivadeneira, 1997, pág. 217). Alex Grijelmo añade que ese artículo sin firma no contiene posiciones personales sino las del intelectual colectivo que se halla tras la publicación del diario o revista, incluso puede considerarse que manifiesta las opiniones de la empresa editora (2014, pág. 113).

Con ello concuerda Atorresi, quien estipula que, por tradición los editoriales periodísticos se publican en forma anónima, lo que supone que el texto expresa las opiniones del periódico y no las de un redactor como individuo (Atorresi, 1995, págs. 36-38). Sin embargo, Jimeno indica que no se puede afirmar que la presencia o ausencia de firma o extensión, resulten elementos esenciales para definir un género periodístico y diferenciarlo de otros (Jimeno citado en Fernández, 2015, pág. 33).

Por su parte Gargurevich indica que es allí donde se ejercita lo que un famoso escritor inglés afirma como "el mágico 'nosotros' de tan enorme poder…"; debe entonces asumirse que cuando nos referimos al "periódico" se alude a quienes poseen la empresa que lo edita, a la empresa (Gargurevich, 1982, págs. 235-237). Así, establece que se constituye en el vocero legítimo de un medio impreso, es decir, se manifiesta la doctrina de los dueños del medio, por tanto se ajustará a los parámetros y líneas ideológicas establecidas por la empresa periodística, como lo enuncia Valderrama (Valderrama, 2011, pág. 185). Luis Hernando concuerda con esta afirmación, pues indica que se refleja la línea ideológica que sirve de guía a la empresa periodística ante los hechos o sucesos de actualidad (Hernando, 2000, págs. 19-20).

En consecuencia, se aplicarán como base a las definiciones de Grijelmo (2014), Juan Gargurevich, Atorresi y Valderrama el editorial se publica con y sin firma, es el portavoz oficial del medio, puede contener posiciones del intelectual colectivo que se halla detrás de la prensa o puede expresar las opiniones de la empresa, es decir, se rige a los parámetros y líneas ideológicas establecidas por la empresa periodística.

2.3.3.1.1 ¿Quién y sobre qué se escribe en el editorial?

Al expresar la postura de un medio de comunicación sobre un hecho relevante es importante conocer quién o quiénes tienen la responsabilidad de escribir el editorial, pues se recurre al anonimato del periodista o especialista, por lo que en la mayoría de casos no lleva firma.

Para Martínez, quien tiene la tarea de redactar el editorial es el editorialista[32] ya que es el encargado de dar forma y alcance a la noticia conforme a la orientación del periódico (Martínez, 1974, pág. 45).

Es por esto que la autora Quesada revela que los editoriales no suelen escribirlos una sola persona, ni siquiera el propio director del medio. Lo habitual es que sea un equipo de editorialistas, compuesto por personas especializadas en ámbitos muy diversos, que se turnan para escribir sobre el tema que en cada caso protagonice la actualidad informativa (Quesada, 2007, pág. 199).

[32] El término editorialista engloba bajo una misma denominación cometidos y periodistas distintos; los que estrictamente escriben editoriales del periódico, los críticos, los comentaristas, los glosistas, etc. (Martínez, 1974, pág. 45).

Al igual que Donaldo estipula que los editoriales están a cargo del de un equipo, o sino, la realización de borradores es encomendada a especialistas en la materia – un redactor de planta o un experto ajeno al medio-, que luego son revisados –corregidos y modificados de ser necesario (Donado, 2005, pág. 194).

María Fernández refiere a Geyelin porque él trabajó como director de la página editorial de The Washington Post y que en 1978 reconocía que en la actualidad, por tratarse de una tarea despersonalizada, la escapada del anonimato es más difícil (Geyelin citado en Fernández, 2015, págs. 47-48).

Esta tarea es importante ya que Martínez José afirma que su obligación es pensar y escribir como si fuera la conciencia del periódico (1974, pág. 46). Más aún cuando debe identificarse como respaldo o rechazo ante un acontecimiento, según explica Valderrama (2011, pág. 85). Otro rasgo que muestra Hernando es que se procura apelar a la razón y no a las emociones, a menudo en él se parte más que de la duda de la certeza (Hernando, 2000, pág. 19).

En este sentido surge la pregunta y ¿sobre qué temas se escribe el editorial y con qué fin? Rodrigo Santillán expresa que el editorial ayuda a entender las noticias, ya que analiza, interpreta y valora un hecho o acontecimiento de especial relevancia o trascendencia local, nacional o internacional (Santillán, 2006, pág. 90).

De igual modo Donado argumenta que contiene interpretación, enjuiciamiento y análisis de los hechos, con el objeto de orientar la inteligencia y la decisión de los lectores (2005, pág. 194). Martín Vivaldi coincide en que es un artículo periodístico en el que "se comenta, -analiza, interpreta y valora- un hecho o noticia de especial relevancia o trascendencia local, nacional o internacional" (Vivaldi citado en Hernando, 2000, pág. 20).

Además, Valderrama estipula que los temas que se abordan pueden corresponder a campos distintos de la información: política, economía, ciencia, deporte, cultura, etc. Sin embargo, la ideología persiste en cada ámbito, se señala lo bueno y lo malo, que se traduce, por tanto, a nocivo o benéfico, inconveniente o conveniente. Con el editorial se busca cambiar la vida, el mundo, o mantener una marcha igual, el mismo ritmo (2011, págs. 185-187).

Por consiguiente, se toman como referencia los conceptos de Quesada, Vivaldi, y Valderrama para definir que los encargados de la labor del editorial puede recaer en uno o más editorialistas especializados en los temas de -relacionados con la política, cultura, deporte, educación, actualidad, etc; cuyo objetivo sea analizar, interpretar y valorar un hecho de especial relevancia donde se refleje la postura de la empresa, o del intelectual colectivo.

2.3.3.1.2 Estilo editorial

Como es un género periodístico enmarcado en la opinión, varios autores coinciden que el estilo del editorial depende del medio de comunicación, aunque otros se atreven a dar tipos de estilos.

Al ser un género periodístico de opinión, no hay una regla específica que indique qué parámetros debe seguir, pues "es completamente libre y abierto, con las únicas limitaciones que pueden venir establecidas por las normas de estilo del medio", manifiesta Quesada (2007, pág. 200).

Para entender el estilo del editorial, Grijelmo establece que se asemeja con la sentencia de un juez. Habría que decir también que, por fuerza, el lenguaje que emplea habrá de ser "digno, mayestático",[33] como escribe la profesora Santamaría (Satamaría citada en Grijelmo, 2014, pág. 116). Donado concuerda con esta afirmación, él indica que el estilo se lo considera duro y directo, como el de una sentencia (2005, pág. 196). Aunque Graham indica que el tono no puede caer en sermoneo (Graham, 1973, pág. 12).

Mientras que el profesor Martínez indica que el llamado estilo editorializante o de solicitación de opinión tiene como objetivo enjuiciar las noticias y persuadir a los lectores u oyentes sobre su particular argumentación (1974, pág. 45).

Por otro lado, Hernando destaca que el editorial es el género más cuidadosamente trabajado del periódico, tanto desde el punto de vista documental como literario y su lenguaje suele ser directo y sencillo, sin retórica innecesaria ya que el instrumento más eficaz para convencer al lector son los argumentos y no las metáforas (2000, págs. 19-20).

[33] El término mayéstico es perteneciente o relativo a majestad según el *Diccionario de la lengua española* (RAE, 2014b).

Al encontrar acepciones diferentes podemos decir que según Quesada y Martínez el estilo dependerá de las normas del medio de comunicación, y mediante la argumentación enjuicia las noticias y persuade a los lectores, entonces, podemos decir que depende del estilo para conocer la línea del medio.

2.3.3.1.2.1 Clases de editoriales

Existen diversas clasificaciones de los editoriales, pero Schiesser da desde una perspectiva política y propone tres divisiones:

1. Operativo: es aquel editorial que debe dirigir la atención del lector hacia las tareas esenciales de actividades culturales y económicas características de un momento dado, se dan instrucciones detalladas.
2. Político general: es el que pone énfasis en la presentación de ciertas correlaciones. Su objetivo básico es comentar ciertos acontecimientos actuales de gran importancia y polemizar contra opiniones erróneas sobre tales acontecimientos y correlaciones.
3. Propagandístico: se usa para profundizar y ampliar el conocimiento teórico del lector, para combatir ideologías hostiles y proporcionar argumentos para los propagandistas que los necesitan en su trabajo diario; se hace uso de la polémica, la comparación, la interpretación, la argumentación (Schiesser citado en Gargurevich, 2000, pág. 239).

A diferencia de Schiesser, el escritor Rivadeneira establece una clasificación general del editorial, en la que se encuentran:

1. Enunciativo: enunciado de hechos conectados desde un punto de vista particular; proporciona elementos de juicio al lector.
2. Explicativo: da presuntas causas de acontecimientos, relaciona hechos en busca de comprensión clara, trata de enseñar.
3. Combativo: Es el característico de las posiciones doctrinarias, de la oposición, acentúa la condena, la protesta.
4. Crítico: hace las veces de juez en nombre de la opinión pública.
5. Apologético: es el editorial oficialista.
6. Admonitorio: es el que exhorta al cumplimiento de reglas, advierte los peligros, señala experiencias anteriores para ejemplificar, llama a la concordia, al orden; es básicamente conservador (Rivadeneira citado en Gargurevich, 2000, pág. 239).

Mientras que Martínez formula tres variantes de editorializar:

1. Estilo didascálico: el periodista adopta una cátedra autoritaria como la de quien expone con la seguridad y certeza de que cuanto dice debe ser necesariamente creído por los lectores.
2. Estilo objetivo: el editorialista expone los hechos y los principios con una actitud fría, alejada, que apunta a los hechos comprobables, con

distanciamiento, como absteniéndose de emitir propio juicio sobre el asunto.

3. Interpretativo: el editorialista se esfuerza por proporcionar al lector todos los elementos para el mejor conocimiento del tema de que se trata, con el fin de orientar el juicio a conclusiones (Martínez, 2014, pág. 45).

Para esta investigación se tomarán en cuenta todas las clasificaciones de editoriales antes revisadas ya que son parte del estilo editorial. En el siguiente apartado se revisará el titular del editorial, que es un elemento importante en este estudio.

2.3.3.1.3 El titular del editorial

Como hemos revisado en líneas anteriores, el editorial forma parte del género de opinión, es decir, utiliza posiciones del intelectual o colectivo y es la opinión institucional del medio de comunicación o de la empresa, sin embargo, no existe una regla general que aplique para los editoriales ya que existen varias formas de titular los géneros periodísticos.

Como al título le concierne la tarea de atrapar al lector con una frase atrayente, que estimule su imaginación y le haga interesarse por el texto para descubrir de qué se trata el artículo (Gutiérrez L. , 2005, pág. 57); pocos son los autores que describen el título del editorial, por ejemplo, Abril López indica que el título del editorial acostumbra a ser enunciativo y también exhortativo, debe huir de la creatividad, juego de palabras, hipérboles, metáforas, etcétera; puede ser orientado o enunciativo (López, 2009, pág. 149).

Por ello, Liliana Gutiérrez reconoce que aunque no existe una definición única de lo que es editorial, los autores están de acuerdo al afirmar que cumple con dos funciones: anticipar datos sobre la información que contiene el texto e incitar a la lectura (2005, págs. 27-28).

A diferencia de López y Gutiérrez, para Martínez es inverosímil dar formas generales sobre la titulación, pues:

> Cada periódico tiene sus propias normas de estilo, aunque él indica que existen dos grandes clases de títulos, estos pueden identificarse como grosso modo: los indicativos y los explicativos. Los títulos indicativos son para encabezar los comentarios (Martínez, 2014, pág. 162).

También Donado concuerda con Martínez, pues añade que los titulares de los textos de opinión deben guardar todas las características reservadas para todos los

géneros periodísticos, es decir, fidelidad al escrito que encabezan, concisos, concretos y sencillos. Además, indica que no debe editorializarse con el titular, con ello no se puede opinar ni comentar los hechos noticiosos o informativos (Donado, 2005, págs. 186-187).

En este sentido, López señala que es necesario que el título haga referencia al aspecto más importante del tema que se desarrolla en el texto. Al igual que ocurre en los títulos informativos, es inadmisible anunciar algo en un titular editorial que luego no esté contemplado en el texto (López, 2009, págs. 149-150).

El autor antes referido cita a Armañanzas y Noci, quienes advierten que es esencial que el título haga referencia al aspecto más importante del tema a desarrollarse en el texto, pues no puede anunciar algo que nunca va a dar al lector. Es decir, debe respetar la letra y el espíritu del escrito, lo contrario a esto es utilizar el un titular sensacionalista al final deforma los que serán expuestos (Armañanzas & Noci citados en López, 2009, pág. 151). Donado aumenta esto con que al exagerar en un titular por el afán publicitario de atraer a tención puede provocar el efecto de bumerang: perder la credibilidad y al lector (2005, pág. 186).

De acuerdo a los autores antes citados, en general, el titular de los géneros informativos, interpretativos o de opinión es el encargado de atrapar al lector, por lo que debe ser apegado al contenido que se presenta. Estos deben concisos, concretos y sencillos; por ningún motivo pueden ser sensacionalista o poseer un afán publicitario ya que esto puede provocar que el medio pierda la credibilidad y finalmente perder al lector.

Con esto hemos concluido el estudio del editorial, que es nuestra unidad de análisis en los diarios *El Telégrafo* y *El Comercio*. A continuación revisaremos brevemente la columna, el artículo y la caricatura para concluir con el género de opinión para luego abordar la relación entre discurso mediático en el editorial y elecciones.

2.3.3.2 La columna

Existen diversas acepciones sobre la columna como género periodístico de opinión, una de ellas indica que es un artículo razonador, orientador, analítico, enjuiciativo, valorativo, de acuerdo a la problemática; tiene un propósito semejante al editorial y lleva la firma del autor (Martínez, 2012, pág. 372). En este sentido concuerda Santillán, pues considera que si es de responsabilidad del autor debe llevar su firma, pues expresa

opiniones o juicios de valor personales, y añade que, la columna como una sección fija, se caracteriza por la periodicidad de su publicación (2006, págs. 100-101).

Donado extiende las definiciones de Martínez y Santillán, pues establece que "es una opinión individual que usan los periódicos o revistas para expresarse, por esto, debe tener agudeza crítica, personalidad, ecuanimidad, bagaje cultural, impasibilidad, ponderación e independencia, entre otras". Por ello, la columna valora e interpreta lo sucedido, y establece lo que se debería hacer para evitar que no suceda (2005, pág. 197).

A diferencia de Martínez y Santillán, Vivaldi postula que "no es más que una especie de crónica, que de hecho puede abarcar todos los temas posibles, la columna es un espacio para escribir, con libertad de elección, sobre temas de actualidad" (Vivaldi, 1998, pág. 140).

En consecuencia, con referencia a los autores Martínez, Santillán, Donado y Vivaldi; la columna es un artículo razonador, orientador, analítico, enjuiciativo y valorativo sobre temas de actualidad y que también puede abarcar todos los temas posibles. Además, debe llevar la firma del autor porque el comunicador interpreta, analiza, expresa opiniones individuales y juicios de valor.

2.3.3.3 El artículo

El artículo es un género periodístico que no se puede definir como tal, ya que ésta resultaría incompleta o aproximada afirma Vivaldi. Por ello, indica que es el escrito de muy variado y amplio contenido en el que se interpreta, valora o explica un hecho de especial trascendencia (Vivaldi, 1998, pág. 176). En cambio, Santillán postula que el artículo no difiere mayormente de la columna, y que, actualmente se denomina artículo-columna. Éste siempre expresa y difunde juicios de valor ya que es interpretativo y valorativo (2006, pág. 101).

Con Santillán concuerda Martínez, sobre la "exposición de ideas y de juicios de valores suscitados a propósito de hechos que han sido noticias más o menos recientes" (2012, pág. 272). De este modo, Grijelmo añade que este género tiene la mayor libertad posible, al igual que la columna, la tribuna libre y el comentario (Grijelmo, 2014, pág, 117).

Sin embargo, Donado añade que el artículo es libre en cuanto a estilo y forma. Incluso precisa que es claro, conciso, sencillo natural, denso y significativo, por eso, la redacción debe empezar con un hecho concreto y no con reflexiones filosóficas o consideraciones generales. En los artículos se pueden tratar todos los temas sin desatender la actualidad o vigilancia del tema (Donado, 2005, pág. 199). Con lo último, coincide Santillán, pues indica que puede tratar ámbitos políticos, económicos, sociales, culturales, históricos e inclusive necrológicos.

De acuerdo a los autores Vivaldi, Santillán, Martínez y Donado; podemos concluir que el artículo es libre en cuanto a estilo y forma. Por otro lado, aunque empieza con un hecho concreto siempre será interpretativo y valorativo ya que en este escrito se expone ideas y juicios sobre cualquier tema sin desatender a la actualidad.

2.3.3.4 Caricatura

La caricatura ha sido cultivada desde que nació el periodismo, en el siglo XVII, está dentro de los géneros gráficos y requiere de especialistas de talento según Gargurevich (2000, pág. 187). Por ello tratar de definirla es muy complejo pues "es el dibujo sencillo pero de trazo firme que se refiere a personajes o actores sociales, políticos o de la economía, de la cultura, del deporte o a hechos y acontecimientos que afectan, en diverso grado, a las colectividades" establece Santillán (2006, pág. 103).

Aunque en el portal web de andes.info.ec indica que para Nicolalde, la caricatura es una opinión representada gráficamente, en la que se debe considerar que es una opinión y una forma editorial de algunos medios. Además, ésta "debe invitar a la reflexión, la interpretación y la percepción de la gente es parte fundamental de esto" (Nicolalde citado en (Andes.info.ec, 2013)**.**

Desde otro punto de vista, Abreu afirma que:

> La caricatura periodística es un género iconográfico de opinión, a través del cual el autor presenta la interpretación de algo gracias al auxilio de recursos psicológicos, retóricos y/o plásticos, potenciados muchas veces por un texto breve. Además, tiene un propósito crítico y a veces editorial (Abreu, 2001).

Mientras que Jurado añade que como recurso comunicacional "puede tener un sentido crítico poderoso, pero hay que respetar a las personas. La caricatura como

contenido comunicacional debe cumplir la regla básica del respeto a los derechos humanos" (Jurado citado en Andes.info.ec, 2013).

En consecuencia, bajo las definiciones de Santillán, Nicolalde, Abreu y Jurado; podemos decir que, la caricatura periodística es un género iconográfico de opinión en el que se expone gráficamente personajes, actores sociales importantes y/o acontecimientos que afectan a la población. Como recurso comunicacional puede tener un sentido crítico poderoso, y puede ser una forma editorial de algunos medios.

Al concluir con la revisión de los géneros periodísticos de opinión en el siguiente capítulo se revisará el discurso mediático como elemento de éstos, pues la unidad de análisis de ésta investigación es el editorial.

2.4 El discurso periodístico como elemento del género de opinión

En líneas anteriores se evidenció que los géneros de opinión son los escritos en los que se refleja el pensamiento de un periódico; por ello es importante revisar el discurso mediático que exponen los medios impresos mediante ese recurso periodístico.

Desde esa perspectiva la definición del discurso "es hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado", de forma oral. Por ello, el discurso es un instrumento que crea la vida social y a la vez es parte de ella de acuerdo a Calsamiglia y Tusón (Calsamiglia & Tusón, 1999, pág. 15). Con esto coinciden Greimas y Courtés pues manifiestan que mediante el discurso "el sujeto construye el mundo como objeto y se construye a sí mismo" (Greimas & Courtés citados en Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 119).

Con diferencia a Calsamiglia, Tusón, Greimas y Courtés, Barktin refiere al discurso como la realización de un texto en una escenario comunicativo determinado (Benavides citado en Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 119).

Para concluir, de los autores antes mencionados Calsamiglia, Tusón, Ricouer y Van Dijk, la palabra discurso se refiere a una práctica social que se puede articular desde el uso del lenguaje, la cognición y la interacción; y es una dialéctica de acontecimiento y sentido, de proposiciones y de referente, el cual se da de forma oral o

escrita. Varios autores estipulan que existe el discurso político, social, cultural y periodístico.

Los discursos políticos pueden dar respuesta a las agendas de la sociedad y de los medios cuyo propósitos es de muy diversa índole pues su sentido fundamental es generar certeza sobre uno o varios aspectos de la vida pública que preocupan o convocan a la sociedad (Meyenberg & Lugo, pág. 155). En cambio Van Dijk se refiere a discurso-con-posibles-efectos-políticos (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 16).

El discurso periodístico construye una representación de acuerdo a la realidad y es expuesta en los medios. Aunque, esa realidad que refieren "es una realidad compleja, diversa y cambiante; es una realidad social poliédrica de la que sólo damos cuenta de algunas de sus caras" (Rodrigo citado en Gutiérrez, 2009). Elaborar el mensaje periodístico establece diferentes maneras de usar el lenguaje para comunicar algo (González S. , 1999, pág. 13). Las plataformas en las que se presenta el discurso son la radio, la televisión, los periódicos y las plataformas digitales.

Entonces, "los medios de comunicación constituyen un conjunto de soportes tecnológicos cuyo rol social consiste en difundir las informaciones relativas a los acontecimientos que se producen en el mundo–espacio público" (Charaudeau citado en Gutiérrez S., 2010), y específicamente en los género de opinión prevalece la argumentación (Gutiérrez S. , 2010). Aunque Calsamigia y Tusón los principales ámbitos en donde las prácticas escritas del periodismo son los editoriales, las crónicas, los reportajes y las noticias (Calsamiglia & Tusón, 1999, pág. 77). Además, es importante porque no reside sólo en su expresión textual, sino en el hecho que implica interpretación y comprensión al adjudicar significado los procesos sociales y a los modelos de pensamiento manifiesta (Nash, 2005, pág. 19).

En conclusión, de acuerdo a Gutiérrez el discurso mediático es la construcción de la realidad para ser expuesta en los medios de comunicación. Para la elaboración del discurso en los géneros de opinión prevalece la argumentación. En el siguiente apartado se aborda la cobertura electoral ya que las unidades de análisis exponen el mensaje post electoral.

2.5 El editorial en la cobertura electoral

Al manifestar la opinión del periódico sobre temas de importancia es necesario conocer que el editorial es el más importante a la hora de determinar cómo se involucran los periódicos con determinadas opciones ideológicas, pues en éste género se percibe con claridad la postura de un medio de comunicación, en su conjunto, respecto a los temas de actualidad (López, 2011, pág. 230).

Por otro lado, el periódico señala una posición si realmente los diarios apoyan a una u otra persona, pero su misión no es solo política. En ese caso, al asumirla, quiere exteriorizar cuál es su conducta ante el país. Además, se conoce qué piensa de este, qué desea del Gobierno y/o cómo concibe las relaciones entre sus compatriotas (Valderrama, 2011, pág. 185). Se debe considerar que son lejanos aquellos días en que los periódicos se podían dar el lujo de ser voceros de uno u otro partido (Graham, 1973, pág. 21).

En otras palabras, la cobertura electoral desde el editorial, nos permite distinguir cómo determinan los medios públicos y privados un mismo hecho, y de aquello cómo asumen su línea editorial.

Capítulo III

Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo se puso en ejecución el diseño metodológico alrededor del análisis del discurso para determinar las semejanzas o diferencias que presentaron *El Telégrafo* y *El Comercio* sobre un tema específico, es decir, el día posterior a las elecciones seccionales realizadas el pasado 24 de febrero de 2014. Para ello, se adaptó la propuesta realizada por Teun Van Dijk e Iván Rodrigo en el libro *Análisis del discurso social y político*; de este modo se analizaron cuatro niveles: 1) datos de identificación; 2) ubicación general del relato; 3) nivel del contexto y 4) nivel de la ideología.

Dicha propuesta se aplicó a este trabajo sobre comunicación social y política, abordando el relato, siguiendo por el estilo y concluyendo en el nivel ideológico. En este sentido, se buscó el cumplimiento del objetivo alrededor del análisis del discurso que, según Van Dijk, "es ver que el discurso como una producción social forma parte de un proceso a través del cual los grupos sociales intercambian/confrontan sus realidades y consolidan sus concepciones de hacer la realidad de la vida cotidiana" (1999, págs. 103-104).

1. Datos de información general

Se registraron como unidades de análisis dos editoriales de un medio público y uno privado, *El Telégrafo* y *El Comercio,* uno por cada medio respectivamente. Luego se procedió a desplegar la información general de éstos: su publicación, la ubicación del texto y la distribución del editorial.

Tabla 1: datos de información general

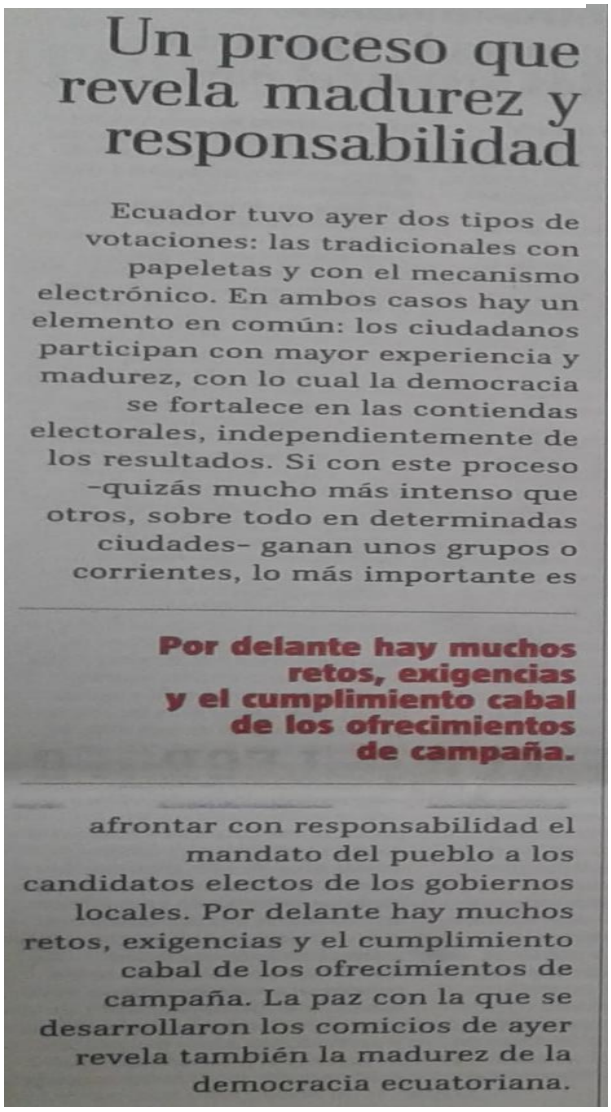
Medio	Publicación		Ubicación del texto			Distribución del editorial									
	Fecha	Edición	Número de la página	Sección	Posición en la página	Titular	Número de palabras del titular	Subtítulo	Número de palabras del subtítulo	Número de columnas	Párrafos	Distribución del párrafo	Número de palabras de todos los párrafos	Entresacado	Número de palabras del entresacado
El Telégrafo	24/2/2016	Última	12	Opinión	Vertical - Superior izquierdo	1	7	0	0	1	1	1	120	1	15
El Comercio	24/2/2016	Última	12	Opinión	Horizontal - Superior izquierdo	1	5	1	18	2	5	2	245	0	0

Elaboración propia

La fecha de presentación de las unidades de análisis fue la última edición del 24 de febrero de 2014. Aunque ambos editoriales se encontraron en la sección de opinión y en la página doce, su posición era distinta. En *El Telégrafo* se ubicó en la parte superior izquierda en sentido vertical y en el caso de *El Comercio* se situó en el lado superior izquierdo de forma horizontal.

El periódico público presentó un titular de siete palabras y el texto se desarrolló en una columna de ciento veinte palabras; también en color rojo se resaltó una oración del escrito que tenía quince palabras. Ese texto destacado se conoce como "entresacado" y tiene la función de reiterar una idea que en este caso fue los retos electorales y el cumplimiento de lo ofrecido en la campaña electoral.

Imagen 1: editorial de *El Telégrafo*



Un proceso que revela madurez y responsabilidad

Ecuador tuvo ayer dos tipos de votaciones: las tradicionales con papeletas y con el mecanismo electrónico. En ambos casos hay un elemento en común: los ciudadanos participan con mayor experiencia y madurez, con lo cual la democracia se fortalece en las contiendas electorales, independientemente de los resultados. Si con este proceso –quizás mucho más intenso que otros, sobre todo en determinadas ciudades– ganan unos grupos o corrientes, lo más importante es

Por delante hay muchos retos, exigencias y el cumplimiento cabal de los ofrecimientos de campaña.

afrontar con responsabilidad el mandato del pueblo a los candidatos electos de los gobiernos locales. Por delante hay muchos retos, exigencias y el cumplimiento cabal de los ofrecimientos de campaña. La paz con la que se desarrollaron los comicios de ayer revela también la madurez de la democracia ecuatoriana.

Tomado de El Comercio el 24 de febrero de 2014

En el medio privado, el titular fue más corto: de cinco palabras pero estuvo acompañado de un subtítulo que argumentó la necesidad de mirar con madurez los resultados obtenidos entre ganadores y perdedores. La forma discursiva argumentativa se desarrolló en dos columnas, distribuidas en cinco párrafos que tuvieron 245 palabras.

Imagen 2: editorial de *El Comercio*

La voz de las urnas

La elección de ayer muestra resultados que deben ser procesados con madurez por el Gobierno y la ciudadanía.

Tras uno de los remates de campaña más polémicos, por la evidente participación de la figura del Presidente en las campañas locales, los ciudadanos se expresaron de forma diversa.

El triunfo de Mauricio Rodas en la Alcaldía de Quito, la confirmación del liderazgo local de Jaime Nebot en Guayaquil, los resultados en Cuenca y el mensaje de ciudades como Manta, Machala, Latacunga, Santo Domingo, muestran que la hegemonía de Alianza País se va agrietando, aunque todavía conserva el listón de primera fuerza política nacional en alcaldías cantonales. Lo propio puede decirse en cuanto a prefecturas.

La advertencia de las encuestas que se pudieron divulgar, y de las otras que circularon hasta la noche del sábado, expresaban un cambio de tendencias en varias de las mayores ciudades del país.

En democracia se gana y se pierde, y los verdaderos demócratas deben estar dispuestos a ese juego sin manipulaciones ni intervenciones al margen de las normas escritas. La gobernabilidad no está, para nada, en riesgo; la convivencia de fuerzas de distinto signo, el que prefectos o alcaldes sean del mismo partido gobernante o de otros movimientos, es parte de la vivencia democrática.

El resultado de ayer debe ser tomado con madurez por Gobierno y ciudadanos. No se trata de una guerra ni es cuestión de vida o muerte. En la medida de que vencedores y vencidos en la contienda cívica comprendan esa realidad y se ajusten a la diversidad que expresa el país podremos vivir en paz.

Tomado de El Comercio el 24 de febrero de 2014

En términos generales existieron diferencias en el nivel de análisis de los datos generales del editorial entre un medio público y otro privado. En el caso *El Comercio*, cuantitativamente su contenido fue el doble que el de *El Telégrafo;* ese tamaño incidió en la presentación de más ideas sobre el proceso eleccionario, sin embargo, el análisis del discurso en los otros niveles va a decir cuántas ideas se desarrollaron y cómo se argumentaron.

Ambos se diferenciaron porque a más del titular el medio privado tuvo un subtítulo y su texto se presentó en dos columnas distribuidas en cinco párrafos, mientras

que el medio público hizo énfasis en una oración del contenido y el texto se presentó en una sola columna, es decir, de corrido.

A continuación, se desarrollaron los componentes planteados por Van Dijk y Rodrigo. Es así que, en segundo lugar se ubicó el **nivel del relato** "que comprende el conocer el objeto de estudio y la interiorización hacia su estructura" (Van Dijk y Rodrigo, 1999, pág. 129).

2. Nivel del relato

Como se muestra en la Tabla 2, en la primera instancia de este nivel se encontró la **ubicación general del relato**, es decir, se situó las condiciones del contexto, así como ubicar al enunciador/narrador (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 130).

Tabla 2: ubicación general del relato

Medio enunciador	Contexto general
El Telégrafo	Las dignidades a elegir, las personas que conformaron el registro electoral. Los cambios en la División Político Administrativa de los GADS para las elecciones. Los resultados del conteo rápido.
El Comercio	

Elaboración propia

La investigación se realizó en el contexto del referendo dado el 23 de febrero de 2014, esto se desarrolló para elegir a 5651 dignidades (221 alcaldes de las 24 provincias, 46 prefectos y viceprefectos, 867 concejales urbanos, 438 concejales rurales y 4.079 vocales de las Juntas Parroquiales Rurales), en el que 9.774 personas registradas en el padrón electoral que tenían derecho y obligación a sufragar. Además, en el país existe el voto facultativo o voluntario, en el que estaban inscritos 577.140 adolescentes entre 16 – 18 años y los mayores de 65 que fueron 1.262.030 (Andes.info.ec, 2014c).

Con diferencia a las pasadas elecciones de los GADS suscitadas en 2009, existieron cambios en la División Político Administrativa para el referendo de 2014, en el nivel provincial (el paso del cantón La Concordia de la provincia de Esmeralda a Santo Domingo de los Tsáchilas) y en el cantonal (el paso de la parroquia El Carmen de Pijilí del cantón Santa Isabel a Camilo Ponce Enríquez). Asimismo, existió un cambio

en relación al nivel parroquial rural, es decir, que en 2009 existieron 797 parroquias rurales y en el 2014 se registraron 815 (CNE, 2014b, pág. 362).

En la mayoría del país el proceso de los comicios se desarrolló con papeleta y, en el sector la Morita (Pichincha) y las provincias como Santo Domingo de los Tsáchilas y Azuay se efectuó mediante el voto electrónico (Eleccionesenecuador.com, 2014). Otro rasgo de las elecciones es que en este proceso el primer mandatario, Rafael Correa, participó en algunas campañas de los candidatos de Alianza País (Ecuavisa.com, 2014) y antes de efectuarse el silencio electoral el Presidente en una de sus últimas declaraciones convocó a los ciudadanos a ratificar la confianza en su proyecto político en las elecciones 23 de febrero de 2014 (Andes.info.ec, 2014d) y así afianzar la política oficialista (Eldiario.es, 2014). El Presidente aceptó que en esta ocasión ocurrió un revés electoral en Quito (Ecuavisa.com, 2014b) y los resultados macaron tendencias en Pichincha, Manabí, Zamora Chimchipe, Chimborazo, Tungurahua (Ecuavisa.com, 2014c).

Al concluir con el contexto, se ubicaron a los enunciadores, que en este caso son los diarios seleccionados *El Telégrafo* y *El Comercio* por ser sus editoriales las unidades de estudio, como medio público y privado, respectivamente. Y sobre dicha información las condiciones que presentó cada periódico, en *El Telégrafo* se enuncia sobre el proceso, el tipo de votaciones y la participación de los comicios del pasado 23 de febrero de 2014 y en *El Comercio* expresa sobre los resultados de las elecciones con referencia a la decisión de los ciudadanos con respecto al Movimiento Alianza País (AP).

Sobre estos enunciados, se recurrió al autor Viscardi ya que señala que las condiciones "son aquellas relaciones entre discursos por los cuales distintas formaciones discursivas se interpelan entre sí, en una lucha por la hegemonía en la que cada discurso toma su punto de partida y a la cual reenvía a partir de sí mismo" (Viscardi citado en Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 130). En este sentido se registraron los elementos generales por lo que se dio la elección seccional de 2014 y los parámetros generales que se desarrollaron dichos comicios.

A continuación, se procedió con segunda instancia de este nivel que fue la **estructura narrativa del relato**, detallada en la Tabla 3, que es el estudio de la construcción del texto entendido por los niveles de las proposiciones, los asuntos y el

eje narrativo para concluir con el primer resumen del relato (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 131).

Tabla 3: estructura narrativa del relato

Medio: título /subtítulo	Texto			
	Proposiciones	Asuntos	Eje narrativo	Resumen
	Enunciaciones iniciales: oraciones (enunciación o proposición)	Ideas parciales		Boceto general
El Télégrafo: "Un proceso que revela madurez y responsabilidad" (título)	(Ecuador tuvo ayer dos tipos de votaciones: las tradicionales con papeletas y con el mecanismo electrónico). (En ambos casos hay un elemento en común: los ciudadanos participan con mayor experiencia y madurez), (con lo cual la democracia se fortalece en las contiendas electorales, independientemente de los resultados). (Si con este proceso -quizás mucho más intenso que otros, sobre todo en determinadas ciudades- ganan unos grupos o corrientes, lo más importante es afrontar con responsabilidad el mandato del pueblo a los candidatos electos de los gobiernos locales). (Por delante hay muchos retos, exigencias y el cumplimiento cabal de los ofrecimientos de campaña). (La paz con la que se desarrollaron los comicios de ayer revela también la madurez de la democracia ecuatoriana).	1) El tipo de votaciones de ayer (23 de febrero de 2014) en Ecuador. 2) La participación de los ciudadanos. 3) La democracia se fortalece en las contiendas electorales. 4) Este proceso fue más intenso que otras elecciones lo que importa es la responsabilidad y el mandato del pueblo en los candidatos electos de los gobiernos locales. 5) Lo que implica la gobernabilidad. 6) La madurez de la democracia ecuatoriana.	La madurez de los electores en la votación y la responsabilidad de los candidatos electos con el pueblo.	En Ecuador las elecciones de ayer (23 de febrero de 2014) se desarrollaron con experiencia y madurez. Los electores ya conocían cómo sufragar mediante las tradicionales papeletas y el mecanismo electrónico. Este proceso se desarrolló en paz, aunque fue más intenso que otras elecciones. Los candidatos electos de los gobiernos locales deben asumir con responsabilidad el mandato del pueblo.
El Comercio: "La voz delas urnas" (titular) / La elección de ayer muestra resultados que deben ser procesados con madurez por el Gobierno y la ciudadanía (subtítulo)	Párrafo 1 (Tras uno de los remates de campaña más polémicos, por la evidente participación de la figura del Presidente en las campañas locales, los ciudadanos se expresaron de forma diversa).	1. Por la participación de la figura del Presidente en campañas locales los ciudadanos se expresaron de forma diversa.	La intervención de la figura del Presidente en las campañas locales y la manera que los ciudadanos reaccionaron.	Alianza País aún predomina como fuerza política nacional en prefecturas y en las alcaldías cantonales pese a los resultados de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga y Santo Domingo. La gobernabilidad de los prefectos o alcaldes no está en riesgo si son del mismo partido gobernante o de otros movimientos porque los verdaderos demócratas respetan los resultados y las normas. El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben respetar con madurez la diversidad de los resultados de las elecciones del 23 de febrero de 2014.
	Párrafo 2 (El triunfo de Mauricio Rodas en la Alcaldía de Quito, la confirmación del liderazgo local de Jaime Nebot en Guayaquil, los resultados en Cuenca y el mensaje de ciudades como Manta, Machala, Latacunga, Santo Domingo, muestran que la hegemonía de Alianza País se va agrietando), aunque (todavía conserva el listón de primera fuerza política nacional en alcaldías cantonales). (Lo propio puede decirse en cuanto a prefecturas).	1. Los resultados de las alcaldías de ciertas ciudades mostraron que la hegemonía de Alianza País se está agrietando. 2. Alianza País aún conserva el listón de primera fuerza política nacional en alcandías cantonales. 3. Alianza País es la primera fuerza política nacional en prefecturas.	Alianza país y su liderazgo en alcaldías cantonales y prefecturas del Ecuador.	
	Párrafo 3 (La advertencia de las encuestas que se pudieron divulgar), y (de las otras que circularon hasta la noche del sábado, expresaban un cambio de tendencias en varias de las mayores ciudades del país).	1. Las encuestas advirtieron algo. 2. Otras encuestas expresaron un cambio de tendencias en varias ciudades.	Las encuestas advirtieron un cambio de tendencias en Ecuador.	
	Párrafo 4 (En democracia se gana y se pierde), y (los verdaderos demócratas deben estar dispuestos a ese juego sin manipulaciones ni intervenciones al margen de las normas escritas). (La gobernabilidad no está, para nada, en riesgo); (la convivencia de fuerzas de distinto signo, el que prefectos o alcaldes sean del mismo partido gobernante o de otros movimientos, es parte de la vivencia democrática).	1. En democracia se puede ganar o perder. 2. Los verdaderos demócratas deben estar dispuestos a ganar o perder y deben respetar las normas . 3. La gobernabilidad no está en riesgo. 4. El que los prefectos o alcaldes sean del partido gobernante o de otros movimientos es parte de la vivencia democrática.	La gobernabilidad y el respeto a la democracia.	
	Párrafo 5 (El resultado de ayer debe ser tomado con madurez por Gobierno y ciudadanos). (No se trata de una guerra ni es cuestión de vida o muerte). (En la medida de que vencedores y vencidos en la contienda cívica comprendan esa realidad y se ajusten a la diversidad que expresa el país podremos vivir en paz).	1. El Gobierno y los ciudadanos deben tomar con madurez los resultados de ayer. 2. Las elecciones no son de vida o muerte. 3. Los contendientes deben comprender y asumir los resultados que expresa el país para vivir en paz.	El resultado de las elecciones en Ecuador.	

Elaboración propia

La Tabla 3 especificó la información de cada medio, para entender de qué se trataba el texto fue necesario especificar el título de ambos medios y, en el caso de *El Comercio* a más de su titular se añadió el subtítulo para conocer qué aspecto se abordó desde editorial.

Es necesario recalcar que en el primer nivel ya se identificaron las consideraciones de los párrafos, es decir, a "cada una de las divisiones de un escrito señaladas por letra mayúscula al principio del renglón y punto y aparte a parte del trozo de escritura" según la *Real Academia Española* en 1992 (RAE citada en González J. , 2004) y, esto constituye la unidad del texto y presenta una unidad de información completa para el desglose del texto (Serafini, 2013); de ahí que la distribución de *El Telégrafo* y *El Comercio* fue de uno y cinco párrafos respectivamente.

Sin embargo, en este nivel se estudió la estructura narrativa que, de acuerdo a Van Dijk y Rodrigo, se sostiene por las oraciones que son secuencias de enunciación o proposiciones y a su vez estas agrupadas forman los párrafos (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 131).

Para esta investigación los indicativos de la Tabla 3 fueron las proposiciones, los asuntos, el eje narrativo y el resumen del texto. En general, las proposiciones se identificaron mediante paréntesis para respetar su origen, cada oración se diferenció con colores y los párrafos se estudiaron por separado.

En el caso de *El Telégrafo* se trabajó con el único párrafo del texto. De modo que la primera, tercera, cuarta y quinta oración tuvieron cuatro proposiciones, es decir, una por cada oración separadas por el signo de puntuación (punto seguido) y la segunda oración mostró dos proposiciones separadas por el signo de puntuación (,); en total en este párrafo existieron seis proposiciones.

Esas proposiciones son las ideas parciales que a su vez completan los asuntos, descritos así: 1) el tipo de votaciones de ayer en Ecuador; 2) la participación de los ciudadanos; 3) la democracia se fortalece en las contiendas electorales; 4) este proceso fue más intenso que otras elecciones lo que importa es la responsabilidad y el mandato del pueblo en los candidatos electos de los gobiernos locales; 5) lo que implica la gobernabilidad y; 6) la madurez de la democracia ecuatoriana. De los seis asuntos antes

descritos se concluyó que los ejes narrativos abordaron la madurez de los electores en la votación y la responsabilidad de los candidatos electos con el pueblo.

En definitiva, la suma de las proposiciones, de los asuntos, de los ejes narrativos antes detallados y el titular (Un proceso que revela madurez y responsabilidad) se realizó el resumen que fue el primer boceto general, el cual indicó que en Ecuador las elecciones seccionales del 23 de febrero de 2014 se desarrollaron con experiencia, paz y madurez aunque este proceso fue más intenso que otras elecciones. Los electores ya conocían cómo sufragar mediante las tradicionales papeletas y el mecanismo electrónico. Los candidatos electos de los gobiernos locales deben asumir con responsabilidad el mandato del pueblo.

En cuanto a *El Comercio*, teniendo en cuenta que tenía cinco párrafos, se estudió por separado cada uno de ellos. El primer párrafo tuvo una oración, la cual contiene una preposición por eso el asunto fue que por la participación de la figura del Presidente en campañas locales los ciudadanos se expresaron de forma diversa; de esas ideas iniciales el eje narrativo que expresó fue la intervención del Presidente en las campañas locales y la manera que los ciudadanos reaccionaron.

En cambio, en el segundo párrafo hubo dos oraciones. En la primera oración tuvo dos proposiciones que se separaron por un signo de puntuación (,) y un conector de contraste (aunque). Y en la segunda oración existió una proposición. Esto se convirtió en tres ideas parciales, las cuales revelaron: 1) los resultados de las alcaldías de ciertas ciudades mostraron que la hegemonía de Alianza País se está agrietando; 2) Alianza País aún conserva el listón de primera fuerza política nacional en alcandías cantonales y; 3) Alianza País es la primera fuerza política nacional en prefecturas. En seguida, el eje narrativo recayó en Alianza país y su liderazgo en alcaldías cantonales y prefecturas del Ecuador.

Con diferencia del primer párrafo, el tercero mostró una oración con dos proposiciones, éstas se entrelazaron con un signo de puntuación (,) y un conector copulativo (y) que añadió una idea nueva. Todo eso presentó dos asuntos: 1) las encuestas advirtieron algo y; 2) otras encuestas expresaron un cambio de tendencias en varias ciudades. El eje narrativo fue que las encuestas advirtieron un cambio de tendencias en Ecuador.

Luego, el cuarto párrafo al igual que el segundo tuvo dos oraciones. En total se reflejaron cuatro proposiciones, la dos primeras se hallaron en la primera oración, éstas estaban unidas con un signo de puntuación (,) y un conector copulativo (y) que manifestó otra idea y; en la segunda oración se encontraron dos proposiciones que son entrelazadas con un signo de puntuación (;). De eso las ideas iniciales fueron: 1) en democracia se puede ganar o perder; 2) los verdaderos demócratas deben estar dispuestos a ganar o perder y deben respetar las normas; 3) la gobernabilidad no está en riesgo y; 4) el que los prefectos o alcaldes sean del partido gobernante o de otros movimientos es parte de la vivencia democrática con el eje narrativo de la gobernabilidad y el respeto a la democracia.

En concreto, el estudio de los cinco párrafos antes descritos y el titular (La voz de las urnas) del medio privado resumió que Alianza País aún predomina como fuerza política nacional en prefecturas y en las alcaldías cantonales pese a los resultados de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga y Santo Domingo. La gobernabilidad de los prefectos o alcaldes no está en riesgo si son del mismo partido gobernante o de otros movimientos porque los verdaderos demócratas respetan los resultados y las normas. El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben respetar con madurez la diversidad de los resultados de las elecciones del 23 de febrero de 2014.

Conviene subrayar que sobre un tema específico cada medio elaboró una estructura narrativa diferente. Teniendo en cuenta que el editorial de ambos periódicos se expuso un día después de las elecciones seccionales del pasado 23 de febrero de 2014 *El Telégrafo* tituló "Un proceso que revela madurez y responsabilidad" mientras que *El Comercio* encabezó su texto con el titular "La voz de las urnas" acompañado del subtítulo *La elección de ayer muestra resultados que deben ser procesados con madurez por el Gobierno y la ciudadanía*. A pesar de que ambos diarios utilizaron la palabra madurez el medio público se refirió al proceso y el privado se enfocó sobre la resolución de la muestra de los resultados en el Gobierno y los ciudadanos.

Al concluir con la **estructura narrativa del relato** se observó la forma explícita de la narración (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 133). En el caso del medio público se encaminó a que el desarrollo de la democracia ecuatoriana está en su mejor momento, mientras que el privado señaló el cambio de tendencias políticas con respecto al partido gobernante. Además, *El Telégrafo* indicó que ese proceso fue más intenso que

otras elecciones y *El Comercio* se refirió a uno de los remates de campaña polémico por la participación del Presidente.

Llegados a este punto se continuó con la tercera instancia del segundo nivel, la elaboración de la Tabla 4, esta recogió los datos de la **estructura conceptual del relato** para comenzar a discernir las significaciones parciales. De acuerdo a la propuesta de Van Dijk y Rodrigo el discurso "es manifestado con el fin de llevar a su enunciador a validar "su" mundo, y esto desde ya explica una acción que está por detrás". (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 133).

Tabla 4: estructura conceptual del relato

Medio: titular / subtítulo	Texto: en base a proposiciones, asuntos y ejes narrativos					
	Las acciones que movieron al editorializador		Las acciones que propuso	Tipo de narratario	Contexto	
					Qué reflejó	Cómo lo reflejó
El Télégrafo: "Un proceso que revela madurez y responsabilidad" (titular)	**Intenciones ¿Para qué?**	El texto indicó cómo se dio el proceso de las elecciones secciones 2014 y la responsabilidad que tienen los candidatos electos	1) Las elecciones de ayer (23 de febrero de 2014) se desarrollaron con experiencia y madurez por el tipo de votación, con paz al ser intenso en ciertas ciudades. 2) Los electores fueron responsables al designar a sus gobernantes locales para cumplir con los ofrecimientos de campaña. 3) Los candidatos electos de los gobiernos locales deben asumir con responsabilidad y exigencia su mandato.	Narrador homodiegético testimonial	En estos comicios los electores conocían los tipos de votación por eso no hubo problemas, los ciudadanos sufragaron por la mejor alternativa para designar a sus gobernantes locales y, los candidatos electos tienen la responsabilidad de cumplir con el pueblo.	Los ciudadanos que sufragaron con papeleta y con mecanismo electrónico tenían experiencia previa a la votación eso demostró madurez en la democracia ecuatoriana aunque fue más intenso que otros procesos. Los electores eligieron a los candidatos para que cumplan con su mandato. Los candidatos electos de los gobiernos locales tienen retos, exigencias y el cumplimiento cabal de los ofrecimientos de campaña.
	Motivos ¿Por qué?	Este artículo se escribió porque la democracia ecuatoriana está en su mejor momento, es decir, se desarrolló con experiencia, paz y madurez aunque este proceso fue intenso más intenso que otros. Además, de la importancia que con lleva el voto de los electores al designar a sus candidatos.				
	Preferencias ¿Para quién?	El escrito estuvo dirigido a los ecuatorianos, en específico a los electores, a los candidatos electos, a los partidos políticos y a sus militantes.				
	Reiterativo (Pasajes que se repitieron como medida de autocontrol)	Los ecuatorianos actuaron con madurez en la democracia del 23 de febrero de 2014.				
El Comercio: "La voz delas urnas" (titular) / La elección de ayer muestra resultados que deben ser procesados con madurez por el Gobierno y la ciudadanía (subtítulo)	**Intenciones ¿Para qué?**	La publicación se refirió a la participación del Presidente en campañas locales, la supremacía de Alianza País como fuerza política nacional aunque existe un cambio de tendencias en siete alcaldías. También, para que el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes comprendan con madurez los resultados de la contienda cívica.	1) La participación de la figura del Presidente en las campañas locales incidió en los ciudadanos. 2) Los resultados de siete alcaldías reflejaron un cambio de Alianza País como la primera fuerza política en alcaldías cantonales y prefecturas. 3) Las encuestas advirtieron cambios de tendencias. 4) Los verdaderos demócratas respetan los resultados de las elecciones. 5) Los candidatos electos no ponen en riesgo la gobernabilidad. 6) El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asimilar los resultados que expresó el país con madurez.	Narrador homodiegético testimonial	Después de la participación del Presidente en las campañas locales los ciudadanos se expresaron de forma diversa. El Movimiento oficial todavía es la primera fuerza política nacional en alcaldías y prefecturas. La gobernabilidad no está en riesgo si existe respeto a la democracia. El resultado de los comicios seccionales de 2014 debe ser tomado con madurez por el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes.	Las encuestas advirtieron un cambio de tendencias por eso la figura del Presidente en las campañas locales fue clave aunque los ciudadanos opinaron de manera diferente. Los resultados de las alcaldías de Quito, Cuenca, Manta, Machala y Santo Domingo demostraron que Alianza País perdió terreno como primera fuerza política nacional de alcaldes. En prefecturas el partido gobernante continúa con supremacía. Los verdaderos demócratas deben respetar los resultados y las normas para que la gobernabilidad tome su rumbo. El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben asumir y entender los resultados de la contienda cívica para vivir en paz.
	Motivos ¿Por qué?	Este relato fue dirigido al Presidente, a Mauricio Rodas, a Jaime Nebot, a los electores de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga, y Santo Domingo; al Gobierno, al movimiento Alianza País, a los partidos políticos, a los contendientes y a los ciudadanos.				
	Preferencias ¿Para quién?	Este relato fue dirigido al Presidente, a Mauricio Rodas, a Jaime Nebot, a los electores de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga, y Santo Domingo; al Gobierno, al movimiento Alianza País, a los partidos políticos, a los contendientes y a los ciudadanos.				
	Reiterativo (Pasajes que se repitieron como medida de autocontrol)	Los resultados del partido gobernante demuestran que continúa como primera fuerza política nacional en alcaldías y prefecturas aunque se fragmentó en ciudades claves.				

Elaboración propia

Por eso, al conceptualizar las acciones que movieron al escritor para manifestar dicho relato se identificó cada medio, los primeros indicadores de la Tabla 4 (las intenciones, los motivos, las preferencias y las reiteraciones del relato) se realizaron en base a las proposiciones, los asuntos y los ejes narrativos de la Tabla 3; y de eso las guías fueron las acciones que propuso, el tipo de narratorio y el contexto del texto.

En cuanto a las acciones que movieron al autor del editorial a escribir el texto, se formuló una pregunta por cada indicador, es decir, en las intenciones ¿para qué?, en los motivos ¿por qué? y en las preferencias ¿para quién? Al concluir con eso en las reiteraciones se hizo referencia a los pasajes que se repitieron como medidas de autocotrol del relato (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 134).

De ahí que las intenciones expuestas en *El Telégrafo* indicaron cómo se dio el proceso de las elecciones secciones 2014 y la responsabilidad que tienen los candidatos electos. Los motivos que se mostraron fueron porque la democracia ecuatoriana está en su mejor momento, es decir, se desarrolló con experiencia, paz y madurez aunque este proceso fue más intenso que otras elecciones. Además, de la importancia que con lleva el voto de los electores al designar a sus candidatos.

El escrito estuvo dirigido a los ecuatorianos, en específico a los electores, a los candidatos electos, a los partidos políticos y a sus militantes; y como reiterativo se mostró que los ecuatorianos actuaron con madurez en la democracia de ayer (23 de febrero de 2014).

Por eso, el autor del editorial propuso tres acciones como narrador homodiegético testimonial: 1) las elecciones de ayer (23 de febrero de 2014) se desarrollaron con experiencia y madurez por el tipo de votación, con paz al ser más intenso que otras elecciones; 2) los electores fueron responsables al designar a sus gobernantes locales para cumplir con los ofrecimientos de campaña. y; 3) los candidatos electos de los gobiernos locales deben asumir con responsabilidad y exigencia su mandato. Aunque participó de ese hecho prefirió describir el proceso sin emitir juicio alguno (Pimentel, 2005, p. 138).

A su vez este escrito reflejó que en estos comicios los electores conocían los tipos de votación por eso no hubo problemas, los ciudadanos sufragaron por la mejor

alternativa para designar a sus gobernantes locales y, los candidatos electos tienen la responsabilidad de cumplir con el pueblo.

De ahí que ese contexto fue reflejado en medida que los ciudadanos que sufragaron con papeleta y con mecanismo electrónico tenían experiencia previa a la votación; eso demostró madurez en la democracia ecuatoriana aunque fue más intenso que otros procesos. Los electores eligieron a los candidatos para que cumplan con su mandato. Los candidatos electos de los gobiernos locales tienen retos, exigencias y el cumplimiento cabal de los ofrecimientos de campaña.

Mientras tanto, el autor del editorial de *El Comercio* se refirió a la participación de la figura del Presidente en campañas locales, la supremacía de Alianza País como fuerza política nacional - aunque existió un cambio de tendencias en siete alcaldías- y para que el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes comprendan con madurez los resultados de la contienda cívica; puesto que la figura del presidente incidió en los ciudadanos y las encuestas reflejaron un cambio de tendencias en ciudades del país.

Además, porque el relato situó que en la vivencia democrática se debe respetar que los prefectos y alcaldes electos en las elecciones seccionales del 2014 sean del mismo partido del Gobierno o de otros movimientos.

Considerando que este relato fue dirigido al Presidente, a Mauricio Rodas, a Jaime Nebot, al Gobierno, al movimiento Alianza País, a los partidos políticos, a los contendientes, a los ciudadanos y a los electores de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga, y Santo Domingo; el contenido que se repitió fue que los resultados del partido gobernante demuestran que continúa como primera fuerza política nacional en alcaldías y prefecturas aunque se fragmentó en ciudades ciertas ciudades.

En este periódico el enunciador participó como narrador omnisciente puesto que las acciones que propuso fueron: 1) la participación de la figura del Presidente en las campañas locales incidió en los ciudadanos; 2) los resultados de siete alcaldías reflejaron un cambio de Alianza País como la primera fuerza política en alcaldías cantonales y prefecturas; 3) las encuestas advirtieron cambios de tendencias; 4) los verdaderos demócratas respetan los resultados de las elecciones; 5) los candidatos electos no ponen en riesgo la gobernabilidad y; 6) el Gobierno, los ciudadanos y los

contendientes deben comprender y asimilar los resultados que expresó el país con madurez.

Por lo cual, el contexto que reflejó fue que después de la participación del Presidente en las campañas locales los ciudadanos se expresaron de forma diversa. El Movimiento oficial todavía es la primera fuerza política nacional en alcaldías y prefecturas. La gobernabilidad no está en riesgo si existe respeto a la democracia. El resultado de los comicios seccionales de 2014 debe ser tomado con madurez por el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes.

De ahí que las encuestas advirtieron un cambio de tendencias por eso la figura del Presidente en las campañas locales fue clave aunque los ciudadanos opinaron de manera diferente. Los resultados de las alcaldías de Quito, Cuenca, Manta, Machala y Santo Domingo demostraron que Alianza País perdió terreno como primera fuerza política nacional de alcaldes. En prefecturas, el partido gobernante continúa con supremacía. Los verdaderos demócratas deben respetar los resultados y las normas para que la gobernabilidad tome su rumbo. El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben asumir y entender los resultados de la contienda cívica con madurez para vivir en paz.

En definitiva se comprobaron diferencias en la estructura conceptual del relato de un medio público y otro privado. A pesar de que los enunciadores narraron el artículo de manera omnisciente para los ecuatorianos lo que determinó su mensaje fueron las intenciones que quisieron exponer por ambos medios.

La intención del periodista de *El Telégrafo* fue redactar sobre la democracia ecuatoriana, en este sentido el mensaje se dirigió a los electores, a los candidatos electos, a partidos políticos y sus militantes mientras que el escritor de *El Comercio* se enfocó en la participación de la figura del Presidente en las campañas, los resultados del movimiento gobernante y que sobre eso se comprenda con madurez la contienda cívica por el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes. Es así que el relato se dirigió a Rafael Correa, a Mauricio Rodas, a Jaime Nebot, a los electores de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga, y Santo Domingo; al Gobierno, al movimiento Alianza País, a los otros partidos políticos, a los contendientes y a los ciudadanos.

En efecto, las acciones que propusieron ambos autores de los editoriales fueron incomparables porque sobre un tema en específico los motivos que escribieron hicieron que desarrollen su propio contexto.

Dicho todo esto se observó el estilo del relato que se especificó en la Tabla 5. El cual se basó en la Tabla 4, de esa manera se visualizaron las estrategias de enunciación que utilizó el enunciador de cada medio, por cual se adaptaron los indicadores descritos en el apartado de los estilos del editorial, es decir, los modelos de Schiesser, Rivadeneira y Martínez.

Tabla 5: estilo utilizado en el relato

Medio	Modelo de Schiesser			Modelo de Rivadeneira						Modelo de Martínez		
	Operativo	Político general	Propagandístico	Enunciativo	Explicativo	Combativo	Crítico	Apologético	Admonitorio	Didascálico	Objetivo	Interpretativo
El Telégrafo	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1
El Comercio	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1

El relato del periodista de *El Telégrafo* fue: 1) político general al escribir sobre el proceso eleccionario; 2) enunciativo porque las acciones expuestas proporcionaron elementos de juicio al lector; 3) explicativo porque esas enunciaciones determinaron que ese proceso reveló madurez y responsabilidad, la responsabilidad de los electores; 4) crítico al decir en nombre de la opinión pública que sobre la madurez de la democracia ecuatoriana; 5) admonitorio porque indicó que los candidatos electos deben cumplir el mandato del pueblo y los ofrecimientos de campaña; 6) interpretativo ya que se esforzó en proporcionar los elementos del proceso electoral con el fin de orientar eso a que la democracia está en su mejor momento.

Habría que decir también que el autor del editorial de *El Comercio* al igual que el escritor del medio público utilizó seis estilos semejantes que fueron: 1) político general porque puso énfasis en la presentación del resultado de las elecciones con las acciones que sucedieron alrededor de este proceso; 2) enunciativo ya que las acciones expuestas proporcionaron elementos de juicio al lector; 3) explicativo porque fue evidente la participación de Rafael Correa en las campañas locales, el resultado de siete alcaldías en las que ganó el movimiento oficialista, las encuestas advirtieron un cambio de tendencia, la convivencia de distinto signo no afecta a la gobernabilidad, 4) crítico porque hizo las veces de juez al estipular que fue un remate de campaña por la evidente participación de la figura del Presidente a más de incidir de manera diversa en los

ciudadanos, los resultados en siete ciudades mostró que la hegemonía de Alianza País se va agrietando en alcaldías cantonales, este proceso no se trata de vida o muerte y, la gobernabilidad no estás para nada en riesgo si los candidatos electos son o no del partido gobernante; 5) admonitorio al sostener que los verdaderos demócratas deben estar dispuestos a ese juego sin manipulaciones ni intervenciones al margen de las normas escritas y que el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asimilar los resultados que expresó el país con madurez e; 6) interpretativo porque las acciones expuestas fueron para concluir en el respeto los resultados con madurez. Además, existió el dominio 7) combativo al acentuar los resultados de alcaldía en Quito y Guayaquil.

Del estilo utilizado por ambos autores de los editoriales se infiere que de los siete estilos utilizados por los periodistas, seis fueron iguales; aunque la redacción su relato fue distinta por la presentación de los temas y, el restante determinó la variante del editorial puesto que el medio privado fue combativo al acentuar dos resultados en la ciudad de Quito y Guayaquil identificando el nombre de los alcaldes electos mientras que el diario público intentó ser objetivo y referirse más a los hechos sobre el proceso eleccionario del pasado 23 de febrero de 2014.

Después de esto se llegó a la **estructura del discurso** que es el último punto del primer nivel. La Tabla 6 se elaboró para la parte retórica que se refiere a la forma de argumentación del discurso y su significación a un nivel superior (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 137).

Por ello, se revisaron los asuntos y los ejes narrativos de la Tabla 2 para el indicador de los ejes narrativos que en cierto sentido fueron unidades de significación al establecer lo qué quiso decir; y a ese resultado se añadieron las acciones que propuso el redactor de la Tabla 4. Así se obtuvieron los verbos estructurales que fueron las articulaciones que determinaron las acciones del discurso. En el siguiente paso se analizó el sub-texto para percatarse de las ideas latentes que ocultan las comunicaciones manifestaciones. Con los ejes narrativos, los verbos estructurales y el análisis del sub-texto se determinaron las ideas parciales y la idea central del texto (Van Dijk & Rodrigo, 1999, págs. 137-139).

Tabla 6: estructura del discurso

Medio: titular	Texto		Sub-texto		Texto	
	Ejes temáticos	Verbos estructurales	Metacomuniación latente	Metacomunicaciones inadvertidas	Ideas parciales y sus connotaciones	Idea central
	¿Qué quieren decir los asuntos y en los ejes narrativos?	Articulación que determinó el discurso en relación a los ejes temáticos y a las acciones propuestas	Ideas latentes	Nivel inadvertido		
El Telégrafo: "Un proceso que revela madurez y responsabilidad"	La actuación y el comportamiento de los electores en la votación determinó que este proceso se dio con experiencia, paz y madurez y; en la gobernabilidad la responsabilidad de cumplir el mandato del pueblo depende de los candidatos electos al igual que de los electores al momento de designarlos.	Verbos en: pasado (determinó y desarrollaron), pretérito perfecto simple (se dio), infinito (cumplir, designar, asumir) y presente (depende).	Los electores conocían los tipos de votación, los candidatos electos tienen la responsabilidad de cumplir el mandato del pueblo sobre todo por el cumplimiento cabal de los ofrecimientos de campaña aunque se presenten retos y/o exigencias, el proceso eleccionario se desarrolló con paz.	En esta ocasión existieron capacitaciones para ejercer el voto electrónico. Deja la duda sobre el hecho que sucedió en determinadas ciudades para que este proceso sea más intenso. Los electores escogieron a sus candidatos por sus planes de trabajo sin importar el movimiento que representen. En anteriores elecciones existieron conflictos.	La democracia ecuatorina está en su mejor momento. Los candidatos electos de los gobiernos locales son responsables de cumplir los ofrecimientos de campaña.	La democracia ecuatoriana está en su mejor momento.
El Comercio: "La voz de las urnas"	La figura del Presidente en campañas locales hizo que las personas opinen diferente. Alianza País está perdiendo su hegemonía en alcaldías cantonales. Los candidatos electos no ponen en riesgo la gobernabilidad. El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asumir el resultado de las elecciones.	Verbos en: pasado (hizo, cambiaron, advirtieron, reflejaron), presente continuo (está perdiendo), presente e infinito (deben comprender), infinito (asumir, incidir, asimilar), presente (está, ponen).	El remate de campaña fue polémico por la participación del Presidente en campañas locales, los resultados en siete provincias mostraron que la hegemonía de Alianza País se va agrietando a pesar la primera fuerza política en prefecturas, las encuestas expresaron un cambio de tendencias políticas, el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asumir el resultado de las elecciones.	El Presidente participó en las campañas locales de Alianza País. En Quito, Latacunga, Santo Domingo, Machala y Cuenca el movimiento gobiernista no obtuvo los resultados obtenidos en 2009 y en Guayaquil y Manta nuevamente no ganó. Antes de efectuarse las elecciones se conoció el cambio de tendencias en el país. La paz del Ecuador depende del Gobierno, los ciudadanos y los contendientes en que se ajusten a la diversidad de partidos.	La figura del Presidente en campañas locales incidió en los ciudadanos. Los resultados del partido gobernante mostraron que está perdiendo su hegemonía política nacional en alcaldías. El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asumir el resultado de las elecciones.	Los resultados del partido gobernante mostraron que está perdiendo su hegemonía política nacional en alcaldías.

Elaboración propia

En el periódico público, los ejes temáticos que abordaron fueron la actuación y el comportamiento de los electores en la votación determinó que este proceso se dio con experiencia, paz y madurez y; en la gobernabilidad la responsabilidad de cumplir el mandato del pueblo depende de los candidatos electos al igual que de los electores al momento de designarlos. Por eso, la estructura de su narración se realizó con verbos en pasado (determinó y desarrollaron), pretérito perfecto simple (se dio), infinito (cumplir, designar, asumir) y presente (depende).

Como fue evidente el mensaje expuso que los electores conocían los tipos de votación, los candidatos electos tienen la responsabilidad de cumplir el mandato del pueblo sobre todo por el cumplimiento cabal de los ofrecimientos de campaña aunque se presenten retos y/o exigencias, el proceso eleccionario se desarrolló con paz.

Y mostró mensajes implícitos pues en esta ocasión existieron capacitaciones para ejercer el voto electrónico. Deja la duda sobre el hecho que sucedió en determinadas ciudades para que este proceso sea más intenso. Los electores escogieron

a sus candidatos por sus planes de trabajo sin importar el movimiento que representen. En anteriores elecciones existieron conflictos.

Como se ha dicho a lo largo del estudio las ideas parciales y las significaciones fueron sobre la democracia ecuatoriana que está en su mejor momento. Los candidatos electos de los gobiernos locales son responsables de cumplir los ofrecimientos de campaña. En conclusión, y por lo que fue expuesto su idea central fue que la democracia ecuatoriana está en su mejor momento, según la prensa nacional pública.

Por otro lado, el enunciador del medio privado escribió como ejes temáticos: la figura del Presidente en campañas locales hizo que las personas opinen diferente y, Alianza País está perdiendo su hegemonía en alcaldías cantonales a pesar que es la primera fuerza política en prefecturas; los candidatos electos no ponen en riesgo la gobernabilidad; el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asumir el resultado de las elecciones. De ello, los verbos se mostraron en pasado (hizo, cambiaron, advirtieron, reflejaron), presente continuo (está perdiendo), presente e infinito (deben comprender), infinito (asumir, incidir, asimilar) y, presente (está, ponen).

En el sub-texto las ideas latentes en el editorial formularon que el remate de campaña fue polémico por la participación del Presidente en campañas locales, los resultados en siete provincias mostraron que la hegemonía de Alianza País se va agrietando, las encuestas expresaron un cambio de tendencias políticas, el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asumir el resultado de las elecciones.

Y las metacomunicaciones inadvertidas expusieron que el Presidente participó en las campañas locales de Alianza País. En Quito, Latacunga, Santo Domingo, Machala y Cuenca el movimiento gobiernista no obtuvo los resultados obtenidos en 2009 y en Guayaquil y Manta nuevamente no ganó (CNE, 2014b, págs. 191-242). Antes de efectuarse las elecciones se conoció el cambio de tendencias en el país. La paz del Ecuador depende del Gobierno, los ciudadanos y los contendientes en que se ajusten a la diversidad de partidos.

Ya de vuelta al texto y como se ha presentado en anteriores líneas, la figura del Presidente en campañas locales incidió en los ciudadanos. Los resultados del partido gobernante mostraron que está perdiendo su hegemonía política nacional en alcaldías.

El Gobierno, los ciudadanos y los contendientes deben comprender y asumir el resultado de las elecciones. En consecuencia, la idea central que sostuvo este relato fue que los resultados del partido gobernante mostraron que está perdiendo su hegemonía política nacional en alcaldías, según la prensa nacional privada.

Llegados a este punto y como se ha afirmado anteriormente el periódico público abordó el proceso eleccionario y la implicación del sufragio y en el caso del diario privado sobre la hegemonía del partido gobernante y sus resultados en el proceso eleccionario todo eso evidenció y definió el estilo periodista. Aunque ambos se expusieron en medios escritos el desarrollo de los temas fue importante, no obstante los retos de comunicar por el editorial es un reto; ya que la opinión en ambos textos fue latente a pesar que en la primera lectura el texto del diario público pareció informativo al enfocarse sobre los hechos más que en la opinión, de eso surgió la duda de si sería un editorial puesto que los argumentos para convencer no fueron tan notorios como en el caso del diario público. Con lo expuesto se finalizó el segundo nivel del estudio.

3. Nivel del contexto

En la Tabla 7 se ubicó el nivel del contexto, en el cual se expuso el contexto que llena de significación al texto tomando en cuenta qué contexto es reflejado en el discurso y qué tipo de discurso refleja a un discurso y, el estilo en relación a otro (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 132).

Tabla 7: nivel del contexto

Medio: titular	Situación definida por el narrrador	Contexto reflejado en el discurso	Relación con otros estilos	Tipo de discurso que reflejó el contexto
	¿Qué tipo de comunicación tiene lugar?			¿Qué tipo de comunicación se sostuvo?
El Telégrafo: "Un proceso que revela madurez y responsabilidad"	La situación de la democracia ecuatoriana y de los candidatos electos en los gobiernos locales.	El tipo de votación del proceso eleccionario. La participación de los ciudadanos en las elecciones del 23 de febrero de 2014. La responsabilidad de los candidatos electos de los gobiernos locales.	Estilo operativo, propagandístico, combativo, apologético y objetivo.	Discurso político - El proceso eleccionario de la democracia ecuatoriana.
El Comercio: "La voz de las urnas"	La situación de Alianza País en las alcaldías cantonales.	La participación de la figura Presidente en campañas locales. Los resultados de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga y Santo Domingo. Alianza País conitnúa como primera fuerza política en prefecturas. El cambio de tendencias que mostraron las encuestas. La convivencia de distinto signo es parte de la vivencia	Estilo operativo, propagandístico, apologético, didascálico y objetivo.	Discurso político - Alianza País está perdiendo su hegemonía en alcaldías cantonales.

Elaboración propia

Los indicadores de la Tabla 7 fueron la situación definida por el narrador, el contexto reflejado en el discurso, la relación con los estilos que no fueron utilizados de la Tabla 5 y el tipo de discurso que reflejó el contexto.

En *El Telégrafo* el enunciador situó la democracia ecuatoriana como proceso eleccionario y a los candidatos electos en los gobiernos locales. Por eso, el autor del editorial destacó el tipo de votación: las tradicionales papeletas y el mecanismo electrónico, y sobre eso, la participación de los ciudadanos en las elecciones del 23 de febrero de 2014, en este sentido se indicó que a diferencia de los otros procesos en los que se utilizó el mecanismo electrónico en esta ocasión las capacitaciones impartidas por el CNE en en el sector la Morita (Pichincha) y las provincias como Santo Domingo de los Tsáchilas y Azuay dieron resultados positivos (Ecuadorinmediato.com, 2014). Finalmente, la responsabilidad de los candidatos electos de los gobiernos locales.

En referencia a los estilos de la Tabla 5 que no utilizó fueron: operativo (dirige la atención hacia tareas de actividades culturales y económicas características de un momento dado), propagandístico (profundiza y amplía el conocimiento del lector para combatir ideologías hostiles y proporciona argumentos para los propagandistas que necesitan en su diario trabajo), combativo (acentúa la condena, protesta), apologético (editorial oficialista) y objetivo (expone hechos y principios con una actitud fría y alejada, se abstiene de emitir su propio juicio sobre el asunto). De ahí que este discurso fue político al abordar el proceso eleccionario de la democracia ecuatoriana.

Por el contrario, en *El Comercio* la narración ubicó la situación de la participación de la figura Presidente en campañas locales para afianzar la política oficialista (Eldiario.es, 2014) incidió en los ciudadanos; además que Alianza País en las alcaldías cantonales de las ciudades de Quito, Cuenca, Latacunga, Santo Domingo y Machala el movimiento gobiernista no obtuvo los resultados obtenidos en 2009 y en Guayaquil y Manta nuevamente no ganó (CNE, 2014b, págs. 191-242) y que Alianza País conitnúa como primera fuerza política en prefecturas (Le Quang, 2015).

Antes de efectuarse las elecciones se conoció el cambio de tendencias en el país (Larepublica.ec, 2014). La paz del Ecuador depende del Gobierno, los ciudadanos y los contendientes en que se ajusten a la diversidad de partidos.

Dicho lo anterior, el autor del editorial del medio privado al igual que el del medio público no utilizó los estilos: operativo, propagandístico, apologético y objetivo de la Tabla 5 y además dejó de lado el estilo didascálico (se refiere a exponer con seguridad y certeza de que cuanto dice debe ser necesariamente creído por los lectores). De eso es que el discurso expuesto fue político con la formación discursiva sobre Alianza País está perdiendo su hegemonía en alcaldías cantonales.

Al concluir con el contexto se evidenció el estilo expuesto de ambos enunciadores, ellos utilizaron elementos válidos y comprobables con la diferencia de un estilo que marca diferencia. En el caso de *El Telégrafo* no fue combativo puesto no acentuó el resultado de las elecciones, éste se quedó en el desarrollo del proceso eleccionario, ahora bien, el editorial de *El Comercio* desarrolló más argumentos con los cuales el lector deja la posibilidad de seleccionar los argumentos para procesarlos y de eso elegir qué postura tomar. Es así que el desarrollo del editorial determinó el estilo de ambos enunciadores.

4. Nivel ideológico

En este análisis del discurso, la cuestión ideológica implica analizar e inferir el mundo del narrador que se mantiene como real y no hacer la lectura desde la ideología del investigador o destinatario, lo que a su vez implicaría la recuperación de un discurso desencajándolo de su complejidad social (Van Dijk & Rodrigo, 1999, pág. 142).

Los indicadores para la Tabla 8 fueron las condiciones de producción del discurso, la representación del narrador, el imaginario, la formación discursiva y el frame.

Tabla 8: nivel ideológico

Medio: titular	Condiciones de producción del discurso	Representación subjetividad / sometimiento	Imaginario	Formación discursiva	Frame
El Telégrafo: "Un proceso que revela madurez y responsabilidad"	Discurso post electoral presentado en un medio público enfocado en el proceso eleccionario.	Acto perlocutivo	La democracia ecuatoriana ha mantenido falencias y el grupo o corriente vencedor puede afectar la gobernabilidad.	Los comicios de ayer (23 de febrero de 2014) revelaron la madurez de la democracia ecuatoriana.	Consecuencias del proceso eleccionario
El Comercio: "La voz de las urnas"	Discurso post electoral presentado en un medio privado enfocado en los resultados de Alianza País.	Acto perlocutivo	Los cambios de tendencia no alteran la gobernabilidad.	La hegemonía de Alianza País se está agrietando, a pesar de que conserva el listón de primera fuerza política en alcaldías cantonales y prefecturas.	Consecuencias de los resultados electorales

Elaboración propia

Ambos textos fueron realizados en acto perlocutorio al exponer las consecuencias o efectos sobre las acciones de los electores, en el medio público acentuó como los ciudadanos sufragaron con papeleta y el mecanismo electrónico porque el discurso fue post electoral desde un medio público y otro privado enfocados en el proceso eleccionario y los resultados de Alianza País respectivamente.

Es así que el imaginario utilizado por el enunciador de *El Telégrafo* fue que la democracia ecuatoriana ha mantenido falencias y que la el grupo o corriente vencedor puede afectar la gobernabilidad; mientras que *El Comercio* los hizo con los cambios de tendencia no alteran la gobernabilidad. Por ello la formación discursiva del primero fue sobre los comicios de ayer (23 de febrero de 2014) revelaron la madurez de la democracia ecuatoriana y del segundo en la hegemonía de Alianza País se está agrietando, a pesar de que conserva el listón de primera fuerza política en alcaldías cantonales y prefecturas.

Ambos periódicos defendieron de principio a fin el tema expuesto utilizando el frame de consecuencia, aunque el desarrollo de la opinión se observó más en el medio privado, las estrategias usadas en ambos medios hicieron enriquecedor el relato.

Aquí los aspectos de representación en el medio público dieron a entender que sí sería factible aplicar el voto electrónico a más ciudades del país puesto que no se presentaron inconvenientes en las elecciones seccionales de 2014 aunque dejó la incógnita marcada al estipular que quizás este proceso fue mucho más intenso en determinadas ciudades asumir, entonces asumir si fue por figura Presidente en las campañas locales de Alianza País o por la continuidad del partido gobernante para afianzar la política oficialista; además, advirtió sobre los retos, exigencias y el cumplimiento cabal de los ofrecimiento de campaña de los candidatos electos de los gobiernos locales para que se afronte con responsabilidad el mandato del pueblo.

Y en el caso del medio privado se enfocó en los resultados de las alcaldías de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Latacunga y Santo Domingo con respecto a Alianza País para establecer que la hegemonía de dicho movimiento se va agrietando en alcaldías a pesar que conserva el listón de primera fuerza política en prefecturas; también indicó que en general los resultados deben ser tomados con madurez por el Gobierno, los ciudadanos y los contendientes, pues sólo así podremos vivir en paz.

El problema puede darse en que los autores de los editoriales asumen que los lectores ya leyeron las noticias sobre el proceso eleccionario, es ahí donde recaen las inferencias del lector para emitir su propio razonamiento sobre el tema expuesto.

5. Conclusiones

En el Ecuador faltan investigaciones académicas que relacionen periodismo, opinión y elecciones seccionales. A pesar de que existen varios trabajos comunicacionales sobre las elecciones y su tratamiento en los medios de comunicación, los mismos ponen énfasis en el género informativo, mas no aportan a comprender el contenido expuesto en los medios desde los géneros de opinión siendo este una forma discursiva que analiza, interpreta y valora un hecho. De allí que este trabajo de investigación optó por un análisis de uno de los formatos del género de opinión en la prensa escrita del Ecuador.

Los periódicos producen notas que generan representaciones de la sociedad; en el caso del editorial, al manifestar la opinión del periódico sobre temas de importancia es posible determinar cómo se involucran los periódicos con determinadas opciones ideológicas y cómo desde esas líneas se percibe la postura del medio respecto a dichos sucesos pues en este caso se exterioriza cuál es su conducta ante el país (Valderrama, 2011, pág. 185).

El estudio de caso de esta investigación, las elecciones del 23 de febrero, fue clave pues el partido gobernante quería afianzar su política. Es así que, en el período pre electoral el presidente Correa participó en las campañas del Movimiento Alianza País; lo cual fue cubierto por la prensa privada y la prensa pública del país.

En ese escenario, este trabajo se planteó como pregunta guía el cómo se abordaron los resultados parciales en los editoriales de *El Telégrafo* y *El Comercio* al día siguiente del sufragio para las elecciones seccionales 2014.

Para responder a esa interrogante académica, se optó por aplicar la metodología del análisis del discurso. Este análisis fue de los elementos del discurso mediático, bajo la adaptación del modelo de Van Dijk y Rodrigo; lo que permitió abordar los datos generales de las unidades de investigación, el nivel del relato, el nivel del contexto y el nivel ideológico para analizar la exposición de los mensajes utilizados por los medios impresos seleccionados.

Una primera evidencia al aplicar esta metodología fue que los enunciadores de los editoriales, diario *El Comercio* y diario *El Telégrafo*, asumieron que el lector ya había leído las noticias del proceso eleccionario expuestas en el periódico antes de leer

los editoriales del día posterior a las elecciones. Esto puede verse como un arma de doble filo ya que se puede malinterpretar la formación discursiva, hacer uso de su credibilidad, entender el mensaje a medias y/o quedarse con dudas o con una lectura parcial del panorama político. Y es que el medio privado se enfocó en los resultados negativos de dicho partido, mientras que el medio público reveló las consecuencias del proceso eleccionario.

En el nivel del relato, se identificó que en el período post electoral, el 24 de febrero de 2014, las unidades de investigación de *El Telégrafo* y *El Comercio* expusieron temas distintos sobre las elecciones seccionales del 23 de febrero de 2014. El primero se limitó al proceso eleccionario intentando no emitir comentarios sobre los resultados; en este sentido, se apegó más a la información por lo que podría ser objetivo y, el segundo se refirió a los resultados del partido gobernante con referencia al anterior proceso de 2009.

En el nivel del contexto reflejó la situación del texto, es así que en *El Telégrafo* fue claro al decir que en el Ecuador existieron dos tipos de votaciones (tradicionales papeleta y el mecanismo electrónico), en las cuales los ciudadanos participaron con mayor experiencia y madurez; pues las capacitaciones del CNE fueron necesarias para que no existan problemas al sufragar por el mecanismo electrónico. También, se estableció la responsabilidad de los candidatos electos en los gobiernos locales.

En cambio *El Comercio* indicó los resultados negativos de Alianza País, pues en las ciudades de Quito, Latacunga, Santo Domingo, Machala y Cuenca el movimiento gobiernista no obtuvo los resultados obtenidos en 2009 y en Guayaquil y Manta nuevamente no ganó, a pesar de eso dicho movimiento conservó el listón de primera fuerza política en las prefecturas pues ganó una prefectura más que en 2009 contando con 10 prefecturas en la actualidad y precisó la importancia de respetar los resultados ya que sólo así podremos vivir en paz.

En el nivel ideológico, la eficacia del mensaje se destacó más en el medio privado, pues al ser combativo en relación a Alianza País especificó su contexto e identificó siete ciudades donde no logró resultados positivos dicho movimiento. Esto permitió ver la postura del medio frente a las elecciones, mientras que el medio público, en consideración al conteo rápido, prefirió centrarse en el proceso eleccionario; con lo cual destacó la participación de los ciudadanos con papeletas y mecanismo electrónico

dejando una duda en que quizá ese proceso fue más intenso en determinadas ciudades sin explicar el porqué.

De lo anterior se desprenden diferencias de forma y fondo entre los discursos mediáticos de ambos medios. Cuantitativamente, los datos generales expusieron que el medio privado tuvo mayor espacio que el medio público, pero al final no importó eso sino la forma de argumentar, pues así el mensaje es más eficaz a la hora de determinar un hecho.

Cualitativamente, se confirmó que *El Telégrafo* fue oficialista y que *El Comercio* fue opositor. El discurso expuesto en *El Telégrafo* y *El Comercio* no sólo significó una doble mirada sobre los procesos eleccionarios sino que, además, demostró que la forma discursiva argumentativa en lo político está siendo más usada por la prensa privada. La prensa pública hizo referencia a que la democracia está madurando, en ese caso y si es así, a puertas de otro proceso eleccionario surgen las preguntas: ¿por qué no hay un candidato representativo desde el partido de Gobierno? Y desde la prensa privada si Alianza País está perdiendo hegemonía, ¿por qué no hay una forma de oposición consolidada?

Eso coincidiría con el contexto específico de la relación de ambos medios con el Gobierno. En el caso de *El Telégrafo* que es un medio público prefirió no emitir comentarios sobre los resultados; pues indicó que la importancia radica en la responsabilidad de los candidatos electos al momento de cumplir su mandato. Y en el caso de *El Comercio* que ha tenido disputas con el Gobierno, sí fue directo en los resultados negativos del movimiento oficialista es así que acentuó lo ocurrido Quito y Guayaquil y enunció las ciudades de Cuenca, Manta, Machala, Latacunga y Santo Domingo.

Para posibles investigaciones en el ámbito profesional queda abierto el debate si un medio público debería presentar editoriales con un perfil cauto y la prensa privada le convendría exponer textos combativos sobre los temas políticos.

En ese escenario conclusivo del presente análisis del discurso, se deja constancia que el proverbio de Gonzalo Correas cobra vigencia porque “cada uno dice de la feria como le va en ella”.

Este trabajo académico aborda el análisis del discurso desde el género de opinión sobre las elecciones seccionales de 2014. Considerando que en la malla curricular de la carrera de Periodismo de la Institución existe dicha materia, se deja planteado que debe darse un énfasis con el propósito de que los y las estudiantes de periodismo tengan prácticas continuas del análisis profundo desde esos géneros, pues desde esas líneas los medios escritos analizan, interpretan y valoran un hecho. Ese tipo de prácticas, en general, podrían aportar para las investigaciones académicas que relacionen periodismo, opinión y elecciones presidenciales, legislativas y seccionales que, como se mencionó en líneas precedentes, son escasas.

6. Bibliografía

Abreu, C. (2001). *Periodismo iconográfico (VII). Hacia una definición de caricatura (1)*. Recuperado el 7 de mayo de 2016, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/102cabreuVII.htm

Aguilar, A. (2016). *Portafolio: La crisis de los medios: una mirada crítica*. Recuperado el 25 de abril de 2016, de http://www.gatopardo.com/portafolio/medios/crisis-de-los-medios/

Albuja, A. (2013). *El periodismo: en la dialéctica política ecuatoriana - Tomo uno.* Quito: Ediciones La Tierra.

——— (2013b). *El periodismo: en la dialéctica política ecuatoriana - Tomo dos.* Quito: Ediciones La Tierra.

Andes.info.ec. (2013). *Caricatura política: un recurso periodístico entre la exageración, el cuestionamiento y la crítica*. Recuperado el 7 de mayo de 2016, de http://www.andes.info.ec/es/noticias/caricatura-politica-recurso-periodistico-entre-exageracion-cuestionamiento-critica.html

——— (2014). *Rafael Correa ganó la presidencia hace nueve años y recuerda que "el país cambió para siempre"*. Recuperado el 25 de octubre de 2015, de http://www.andes.info.ec/es/noticias/rafael-correa-gano-presidencia-hace-nueve-anos-recuerda-pais-cambio-siempre.html

——— (2014b). *Diario HOY registraba graves problemas económicos catorce años antes de la vigencia de la Ley de Comunicación*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de http://www.andes.info.ec/es/noticias/diario-hoy-registraba-graves-problemas-economicos-catorce-anos-antes-vigencia-ley

——— (2014c). *Más de 51.000 adolescentes tienen derecho al voto facultativo en la frontera norte de Ecuador*. Recuperado el 31 de mayo de 2016, de http://www.andes.info.ec/es/noticias/mas-51000-adolescentes-tienen-derecho-voto-facultativo-frontera-norte-ecuador.html

——— (2014d). *Presidente de Ecuador llama a los ciudadanos a ratificar confianza en su proyecto político en las elecciones del domingo*. Recuperado el 30 de mayo de 2016, de http://www.andes.info.ec/es/noticias/presidente-ecuador-llama-ciudadanos-ratificar-confianza-proyecto-politico-elecciones

Andrade, J. (2012). *Sistema electoral ecuatoriano y participación de las mujeres en las elecciones legislativas 2006 y 2009*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Género y Desarrollo, Quito: FLACSO - Ecuador.

Araujo, L. (2009). *El voto a la distancia: entre la legitimación del estado y el ritual cívico de pertenencia*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Sociología, Quito: FLACSO - Ecuador.

Araujo, L. (2014). *Análisis de mensajes periodísticos y redes sociales, en el caso vigente de uso de vocabulario, con supuesta ofensa al Presidente de la República y otras autoridades, emitido a través del periódico El Comercio*. Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Social, Quito: UTE - Ecuador.

Arias, N. (1995). *Partidos políticos: ¿héroes o villanos?* Tesis de Maestría en Ciencias Políticas, Quito: FLACSO - Ecuador.

Atorresi, A. (1995). *Los géneros periodísticos: antología.* Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Ayala, E. (2012). *Paper Universitario: La prensa en la historia del Ecuador.* Recuperado el 25 de abril de 2016, de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/372/File/pdfs/SPONDYLUS/2012/Edicion%2066/EnriqueAyalaMora%20[HistoriaPrensa].pdf

——— (2013). Estudio introductorio. En A. Albuja Galindo, *El periodismo: en la dialéctica política ecuatoriana - Tomo uno* (págs. 7-68). Quito: Ediciones La Tierra.

Barrera-Agarwal, M. (2015). *Historia: Los combates de la Nueva Era*. Recuperado el 14 de Abril de 2016, de http://especiales.elcomercio.com/planeta-ideas/ideas/14-03-2015/combates-nueva-era-garcia-moreno

Bedoya, M. (2010). *Prensa y Espacio Público en Quito 1792 - 1840.* Quito: Fonsal.

Beltrán, U. (2009). *El proceso electoral: precampañas, campañas y resultado*. Recuperado el 18 de mayo de 2016, de http://www.redalyc.org/pdf/603/60328527004.pdf

Berrocal, S., & Rodríguez-Maribona, C. (1998). *Análisis básico de la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos.* Madrid: Editorial Universitas.

Blas, J. (2006). La gestión del vocabulario: el discurso mediático, entre la especialización y el habla. De la 'deslocalización' industrial a la ideológica. En J. Blas, M. Ávalos, & M. (. Velando, *Discurso y sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social* (págs. 329-340). Publicaciones de la Universitat Jaume: Castelló de la Plana.

Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico.* Madrid: Parainfo.

Bonilla, A. (1988). *En busca del pueblo perdido: el proceso de diferenciación de la izquierda marxista ecuatoriana durante la década del sesenta, analizado a través del discurso político*. Tesis de Maestría en Ciencias Políticas con Mención en Asuntos Latinoamericanos, Quito: FLACSO - Ecuador.

Borrat, H., & De Fontcuberta, M. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción - 1ra. ed.* Buenos Aires: La Crujía.

Burbano, A. (2001). *Autonomías y democracia en el Ecuador*. Tesis de Maestría en Derecho con mención en Derecho Económico, Quito: UASB – Ecuador.

Calderón, M. (2015). *Internet y política: deliberación, contienda y democracia en el Ecuador 2007-2013*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales con especialización en Estudios Políticos, Quito: FLACSO - Ecuador.

Calsamiglia, H., & Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso.* Barcelona: Ariel.

Caño, A. (2016). *Actualidad: Carta abierta del director de El País a la Redacción del periódico*. Recuperado el 24 de abril de 2016, de http://elpais.com/elpais/2016/03/03/actualidad/1457031570_991358.html

Champagne, P. (1999). La visión mediática. En P. Bourdieu, A. Sayad, R. Christin, P. Champagne, G. Balazs, L. Wacquant, y otros, *La miseria del mundo* (págs. 51-64). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Ciespal. (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador - Documento.* Recuperado el 29 de junio de 2016, de http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_300.pdf

——— (2009b). *El Gobierno y los medios: ¿Rafael Correa vs. Guadalupe Mantilla?* Recuperado el 30 de junio de 2016, de http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_301.pdf

——— (2014). *Mapa de medios digitales 2012.* Recuperado el 15 de abril de 2016, de http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf

CNE. (2013). *Elecciones 2014, con Conteo Rápido*. Recuperado el 30 de mayo de 2016, de http://cne.gob.ec/es/institucion/sala-de-prensa/noticias/141-elecciones-2014-con-conteo-rapido

——— (2014). *Estadísticas: Análisis de resultados - Elecciones 2014*. Recuperado el 12 de septiembre de 2015, de http://cne.gob.ec/documents/Estadisticas/Publicaciones/analisis%20de%20resultados%20-%20elecciones%202014.pdf

——— (2014b). *Atlas Electoral Ecuatoriano 2009 - 2014.* Quito: El Telégrafo.

Cordicom. (2014). *Documento: Resolución CORDICOM-2014-001* . Recuperado el 27 de abril de 2016, de http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/RESOLUCI%C3%93N-CORDICOM-%E2%80%93-2014-%E2%80%93-001.pdf

——— (2015). *Descargas: Resolución N° CORDICOM-PLE-2015-039 - Listado de medios nacionales.* Recuperado el 10 de marzo de 2016, de http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/RESOLUCION-LISTADO-MEDIOS-NACIONALES.pdf

——— (2015b). *Comunicados: Registro Público de Medios*. Recuperado el 15 de abril de 2016, de http://www.cordicom.gob.ec/rpm/

——— (2015c). *Comunicados: Datos estadísticos del Registro Público de Medios*. Recuperado el 15 de abril de 2016, de http://www.cordicom.gob.ec/informacion_rpm/

——— (2016). *Comunicados: Cordicom inicia con el proceso de Registros Públicos 2016*. Recuperado el 15 de abril de 2016, de http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-inicia-el-proceso-del-registro-publico-de-medios-2016/

Córdova, M. (2010). *Influencia del sistema electoral y sistema de partidos en los procesos de democratización: análisis comparado entre Chile y Ecuador*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Ciencia Política, Quito: FLACSO - Ecuador.

Correa, R. (2014). *Enlace Ciudadano Nro. 363 desde Cutuglagua, Pichincha [Archivo de video]*. Recuperado el 25 de noviembre de 2015, de https://www.youtube.com/watch?v=JpfHGrfXmo8

Cruz, P. (2009). *Comunicación y migración: análisis de un proceso de interactividad en los periódicos on line del Ecuador*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Comunicación, Quito: FLACSO - Ecuador.

Destruge, C. (1982). *Historia de la prensa de Guayaquil segunda edición. Tomo I.* Quito: Corporación Editora Nacional.

Donado, D. (2005). *De la información a la opinión: los géneros de opinión.* Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.

Ecuadorinmediato.com. (2014). *CNE apmlía capacitaciones en voto electrónico.* Recuperado el 22 de julio de 2016, de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818755824&umt=cne_amplia_capacitaciones_en_voto_electronico

Ecuavisa.com. (2014). *Elecciones en Ecuador: el oficialismo busca extender su poder local.* Recuperado el 31 de mayo de 2016, de http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/50624-elecciones-ecuador-oficialismo-busca-extender-su-poder-local

——— (2014b). *Presidente Correa: "Hemos tenido un importante revés en la capital"*. Recuperado el 31 de mayo de 2016, de http://www.ecuavisa.com/articulo/decision-2014/noticias/54216-presidente-correa-hemos-tenido-importante-reves-capital

——— (2014c). *Resultados preliminares del Conteo Rápido en varias provincias del país*. Recuperado el 31 de mayo de 2016, de http://www.ecuavisa.com/articulo/decision-2014/noticias/54240-resultados-preliminares-del-conteo-rapido-varias-provincias

Elcomercio.com. (2014). *Política: 'Súper' de Compañías cierra definitivamente diario Hoy*. Recuperado el 3 de abril de 2016, de http://www.elcomercio.com/actualidad/super-compania-cierra-definitivamente-diario.html

——— (2014b). *Grupo El Comercio a sus lectores y anunciantes*. Recuperado el 10 de mayo de 2016, de http://www.elcomercio.com/actualidad/grupoelcomercio-lectores-anunciantes.html

——— (2015). *Actualidad: Distinción a la Excelencia para Diario El Comercio*. Recuperado el 18 de mayo de 2016, de http://www.elcomercio.com/actualidad/distincion-excelencia-diario-elcomercio-rediseno.html

Eldiario.es. (2014). *Política: El oficialismo buscará extender su poder local en las elecciones de Ecuador*. Recuperado el 18 de junio de 2016, de http://www.eldiario.es/politica/oficialismo-buscara-extender-elecciones-Ecuador_0_217328266.html

Eleccionesenecuador.com. (2014). *¿Donde aplicará el voto electrónico en Ecuador este 2014?* Recuperado el 30 de mayo de 2016, de

http://www.eleccionesenecuador.com/informacion-voto-electronico-elecciones-139.html

Eltelegrafo.com.ec. (2014). *Noticias: El Telégrafo ganó 9 premios a la excelencia, 3 reconocimientos y la inclusión entre los mejores diarios (Infografía)*. Recuperado el 18 de mayo de 2016, de http://tinyurl.com/hftglmd

——— (2015). *Noticias: El Telégrafo EP, primer diario público*. Recuperado el 12 de octubre de 2015, de http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/el-telegrafo-ep-primer-diario-publico

——— (s.f.). *Quiénes somos*. Recuperado el 25 de febrero de 2015, de http://www.eltelegrafo.com.ec/quienes-somos

Eluniverso.com. (2002). *Nuestro Director: Una vida fecunda*. Recuperado el 30 de abril de 2016, de http://www.eluniverso.com/2002/11/08/0001/912/38BAD950A56E4E978962C0EC1F399FD7.html

——— (2006). *Obra lleva nombre de ex director de El Universo*. Recuperado el 30 de abril de 2016, de http://www.eluniverso.com/2006/05/05/0001/18/9E89791C54E847779B6FBA65728E5997.html

——— (2012). *CNJ ordena publicar en medio oficialista.* Recuperado el 14 de junio de 2016, de http://www.eluniverso.com/2012/08/25/1/1355/orden-publicar-medio-oficialista.html

——— (2014). *AP lograría el 38,7% de dignidades que se eligieron en últimos comicios.* Recuperado el 24 de abril de 2016, de http://www.eluniverso.com/noticias/2014/04/07/nota/2628481/ap-lograria-387-dignidades-que-se-elegian-ultimos-comicios

Erazo, L. (2014). *Democracia directa en Ecuador y Colombia, la revocatoria del mandato para alcaldes: factores que determinan la recurrencia ciudadana para su utilización*. Tesis de Maestría en Políticas Públicas, Quito: FLACSO - Ecuador.

Fernández, M. (2015). *El editorial. Un género periodístico abierto al debate.* España: Editorial Comunicación Social C.S.

Fundamedios.org. (2013). *Presidente rompe tres diarios y advierte con aplicar Ley*. Recuperado el 30 de junio de 2016, de

http://www.fundamedios.org/alertas/presidente-rompe-tres-diarios-y-advierte-con-aplicar-ley/

——— (2014). *Diario deja de circular en papel y denuncia escenario adverso con la Ley de Comunicación*. Recuperado el 25 de abril de 2016, de http://www.fundamedios.org/alertas/diario-deja-de-circular-en-papel-y-denuncia-escenario-adverso-con-la-ley-de-comunicacion/

Galán, L. (2016). *Opinión: El futuro de la edición impresa*. Recuperado el 24 de abril de 2016, de http://elpais.com/elpais/2016/03/19/opinion/1458345194_251377.html

García, P. (2010). *La comunicación política: estrategias de comunicación de la campaña del Ing. Paúl Carrasco para la Prefectura del Azuay en las elecciones 2009*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Cuenca: UPS - Ecuador.

Gargurevich, J. (1982). *Géneros periodísticos.* Quito: Belén.

——— (2000). *Géneros periodísticos.* Quito: Quipus, Ciespal.

Gómez, J. (2006). *Los periódicos guayaquileños en la historia 1821-1997.* Guayaquil: Archico Histórico del Guayas.

Gómez, D. (2014). *Estado, partidos políticos y sociedad civil en el Ecuador: 1935-1940*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Sociología, Quito: FLACSO - Ecuador.

González, E., & Bernabeu, N. (2008). *El periódico.* Ministerio de Educación Cultura y Deporte, Centro de Investigación y Documentación Educativa.

González, J. (2004). *Estudio sobre el párrafo - Documento.* Recuperado el 20 de junio de 2016, de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/660958/estudio_gonzalez_estudlinguist_2004.pdf?sequence=1

González, S. (1999). *Géneros periodísticos 1: periodismo de opinión y discurso- 2da ed.* México: Trillas.

Graham, K. (1973). *La Página Editorial. The Washington Post.* México: Gernika.

Grijelmo, Á. (2014). *El estilo del periodista - 8va edición.* Madrid: Prisa Ediciones.

Gutiérrez, L. (2005). El titular: puerta de la información. En C. Velásquez, L. Gutiérrez, S. Alberto, J. Torres, & J. Valderrama, *Manual de géneros periodísticos* (págs. 27-42). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Gutiérrez, S. (2010). *Discurso periodístico: una propuesta analítica*. Recuperado el 20 de junio de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2010000200007

Haro, N. (1992). *La participación de las mujeres en los partidos políticos: memoria del curso "mujer, cambio social y desarrollo*". Tesis de Maestría en Ciencias Políticas, Quito: FLACSO - Ecuador.

Hernando, L. (2000). *El discurso periodístico.* Madrid: Verbum.

Hidalgo, G. (2012). *El nuevo traje del emperador, relativismo y oposición entre representación y participación: estudio de la democracia ecuatoriana en contexto comparativo sudamericano (1978-2011).* Tesis de Maestría en Ciencias Políticas, Quito: FLACSO - Ecuador.

Hualpa, N. (2002). *Los partidos políticos como instituciones de democracia en el Estado de Derecho ecuatoriano*. Tesis de Maestría en Derecho con mención en Derecho Constitucional, Quito: UASB - Ecuador.

Jaén, O. (21 de junio de 2016). Historia del periódico digital Eltelgrafo.com.ec. (G. Ortiz, Entrevistador)

Larepublica.com.ec. (2014). *Jaime Nebot y Mauricio Rodas encabezan encuestas de Cedatos.* Recuperado el 9 de julio de 2016, de http://www.larepublica.ec/blog/politica/2014/02/12/jaime-nebot-mauricio-rodas-encabezan-encuestas-cedatos/

——— (2015). *El Comercio registró a su nuevo dueño*. Recuperado el 29 de abril de 2016, de http://www.larepublica.ec/blog/politica/2015/01/13/el-comercio-registro-nuevo-dueno/

Le Quang, M. (2015). *Documentos: Análisis cuantitativo del Moviemiento Alianza País.* Recuperado el 25 de noviembre de 2015, de http://www.alianzapais.com.ec/images/documentos/ipp/05-03-2015-analisis_electoral_para_la_militancia.pdf

López, A. (2009). *El Titular: Manual de titulación periodística.* México: Alfaomega.

López, G. (2001). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública: Las elecciones de generales 2000 en la prensa española*. Tesis Doctoral, Valencia: Universidad de Valencia - España.

Machado, J. (2013). *Revivir o morir: la reestructuración editorial del diario Hoy*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Quito: UCE - Ecuador.

Martínez, J. (1974). *Redacción periodística: los estilos y los géneros en la prensa escrita.* Barcelona: A.T.E.

——— (2012). *Curso general de redacción periodística 5ta edición.* Madrid: Paraninfo.

Mejía, L. (2015). *Estándares de calidad periodística de la entrevista televisiva en la campaña política de las elecciones presidenciales de febrero de 2013 de ecuador. Estudio de caso.* Tesis en Comunicación con mención en Periodismo para Radio, Prensa y Televisión, Quito: PUCE – Ecuador.

Méndez, G. (2009). *Uniendo y abriendo caminos: La actoría política de las mujeres indígenas en el movimiento indígena ecuatoriano*. Maestría en Ciencias Sociales, programa de Género y Desarrollo Quito: FLACSO – Ecuador.

Mera, M. (2015). *Análisis del ciberactivismo político de las campañas electorales de Augusto Barrera y Mauricio Rodas para alcalde de Quito en la red social Facebook.* Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Quito: UCE - Ecuador.

Metroecuador.com. (2015). *La Superintendencia de Comunicación amonesta a diario público El Telégrafo.* Recuperado el 15 de julio de 2016 de http://www.metroecuador.com.ec/noticias/la-superintendencia-de-comunicacion-amonesta-a-diario-publico-el-telegrafo/AzUnbh---c2ESz1k9RkY86/

Meyenberg, Y. & Lugo, J. (2011). *Palabra y poder. Manual del discurso político*. México: Grijalbo.

Mogollón, M. (2012). *Análisis Semiótico de la Campaña Electoral del Ecuador 2009. Estudios de las Estrategias Comunicativas de los Candidatos a la Alcaldía de Quito: Alianza País y Movimiento Municipalista Vive*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Quito: UPS - Ecuador.

Molina, R. (1989). *Análisis evaluativo de cuatro campañas electorales elecciones (Elecciones 1989)*. Tesis de Diploma de Postgrado en Análisis y Motivación de la Decisión Política, Quito: FLACSO - Ecuador.

Nash, M. (2005). *Inmigrantes en nuestro espejo: inmigración y discurso periodístico en la prensa española.* Barcelona: Icaria editorial.

Newslinereport.com. (2016). *Nace TVC Televicentro, nuevo canal ecuatoriano*. Recuperado el 15 de mayo de 2016, de http://www.newslinereport.com/tv/nota/nace-tvc-televicentro-nuevo-canal-ecuatoriano

Nogales, N. (2011). *Diseños institucionales y calidad de la democracia*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Ciencias Políticas, Quito: FLACSO - Ecuador.

Páez, A. (2003). *Los orígenes de la Izquierda Ecuatoriana*. Tesis de Maestría en Ciencias Políticas con mención en Asuntos Latinoamericanos, Quito: FLACSO - Ecuador.

Pazmiño, D. (2014). *Análisis de contenido político dentro de las publicaciones de los diarios El Comercio y El Telégrafo en las elecciones presidenciales del 2013*. Tesis de Licenciatura en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Quito: UDLA – Ecuador.

Peña, J. (2012). *La izquierda y el desafío ambiental*. Tesis de Maestría en Ciencias Políticas, Quito: FLACSO - Ecuador.

Pimentel, L. (2005). *El relato en perspectiva: estudio de teoría narrativa - Tercera edición.* Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Quesada, M. (2007). *Periodismo de sucesos.* Madrid: Editorial Síntesis.

RAE. (2014). *Diccionario de la lengua española: Decano*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de http://dle.rae.es/?id=BvC8dJG

——— (2014b). *Diccionario de la lengua española:Periódico*. Recuperado el 28 de abril de 2016, de http://dle.rae.es/?id=SdLXckw

——— (2014c). *Diccionario de la lengua española: Mayestático*. Recuperado el 18 de mayo de 2016, de http://dle.rae.es/?id=OfNRGhn

Ribadeneira, J. (2006). *El Comercio 100 años de historia y testimonios.* Quito: El Comercio.

Ricaurte, C., & PlanV. (2015). *Historias: El retrato de "El Fantasma" y la venta de El Comercio.* Recuperado el 29 de abril de 2016, de http://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-retrato-el-fantasma-y-la-venta-el-comercio

Rincón, S. (2012). *¿Por qué la crisis de los periódicos impresos? Diez casos emblemáticos en todo el mundo*. Recuperado el 5 de mayo de 2016, de http://www.sinembargo.mx/18-09-2012/366102

Rivadeneira, R. (1997). *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación.* Argentina: Editorial Trillas.

Rojo, C. (1984). *1984: Mujer y elecciones: análisis del voto femenino en Quito.* Quito: Ildis.

Romano, A. (2015). *La apatía política en democracia*. Tesis de Maestría en Ciencia Política, Quito: FLACSO – Ecuador.

Sabés, F., & Verón, J. (2009). *La eficacia de los sencillos. Introdución a la práctica del periodismo.* Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Salas, M. (2004). *La gestión de la información en los periódicos virtuales nacionales*. Tesis de Maestría Andina en Comunicación y Sociedad con mención en Políticas Públicas para Internet, Quito: FLACSO - Ecuador.

Sancho, F. (2004). *En el corazòn del periódico.* Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, S.A (EUNSA).

Sandoval, G. (2012). *Campañas presidenciales y comportamiento electoral: análisis de las elecciones presidenciales del año 2006 en el Ecuador*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Ciencia Política, Quito: FLACSO - Ecuador.

Santillán, R. (2006). *El lenguaje en el periodismo de opinión.* Quito: Quipus, Ciespal.

Segovia, S. (2013). *Democracia participativa y organizaciones sociales en Quito. Del dicho al hecho: la implementación del Sistema de Gestión Participativa en la zona centro*. Tesis de Maestría en Ciencias Políticas, Quito: FLACSO - Ecuador.

Serafini, M. (2013). *El párrafo - Documento.* Recuperado el 20 de junio de 2016, de http://www.uv.mx/personal/lenunez/files/2013/06/LR06_TiposdeParrafosSerafini.pdf

Simbaña, C. (2014). *El mensaje de las notas informativas publicadas por el diario El Comercio y El Telégrafo sobre el candidato Rafael Correa durante el cierre de campaña electoral en febrero 2013*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Quito: UCE - Ecuador.

Soria, S. & Villarroel, L. (2014). *Influencia de la propaganda electoral emitida por televisión durante el periodo electoral diciembre 2012 – febrero 2013, en el proceso de sufragio facultativo.* Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Quito: FLACSO - Ecuador.

Stubbs, M. (1987). *Análisis del discurso.* Madrid: Alianza.

Torres, A. (2012). *El Marketing Político a través de Facebook y su incidencia en las elecciones presidenciales del Ecuador en el 2013, en los jóvenes de 18 a 23 años de la Universidad San Francisco de Quito*. Tesis de Licenciatura en Marketing, Quito: USFQ - Ecuador.

TSE. (1989). *El proceso electoral ecuatoriano.* Quito: Corporación Editora Nacional.

——— (1989b). *Los partidos políticos: documentos básicos.* Quito: Corporación Editora Nacional.

——— (1990). *Legislación electoral ecuatoriana.* Quito: Corporación Editora Nacional.

——— (1990b). *Análisis de los procesos electorales.* Quito: Corporación Editora Nacional.

Umpierrez, S. (2014). Una mirada electoral al nuevo mapa subnacional. *Gaceta de Análisis Político-Electoral*, 4-5.

Valderrama, J. (2011). El editorial, el artículo yla columna, géneros para convencer. En V. García, & L. Gutiérrez, *Manual de géneros periodísticos. Segunda edición* (págs. 178-220). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Van Dijk, T., & Rodrigo, I. (1999). *Análisis del discurso social y político.* Quito: Abya-Yala.

Veintimilla, K. (2014). *Análisis comparativo del tema La Cobertura Mediática Sobre "Fuga De Reos Del Centro Penitenciario La Roca" en los periódicos El*

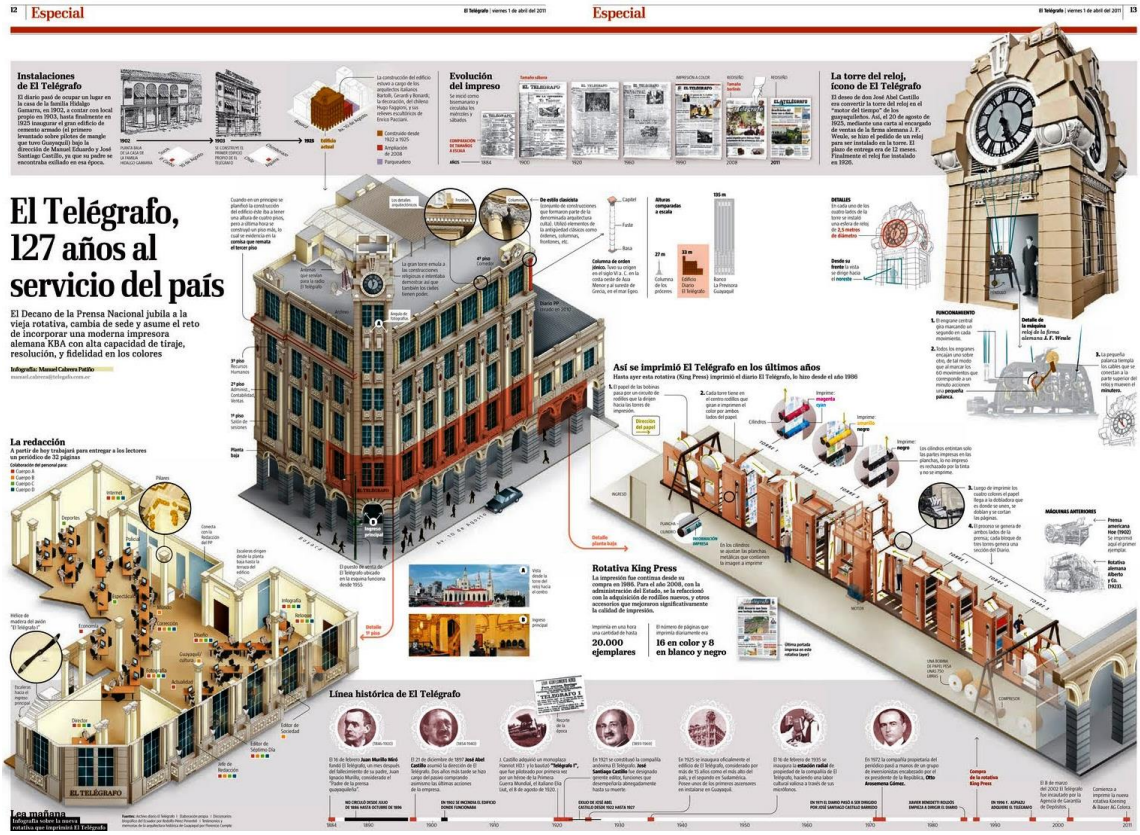
Comercio y El Telégrafo. Tesis de Licenciatura en Comunicación con mención en Periodismo para prensa, radio y televisión, Quito: PUCE - Ecuador.

Vivaldi, M. (1998). *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo (Análisis diferencial).* Madrid: Editorial Paraninfo.

Zeas, S. (2014). *El antes y después de Rafael Correa*. Recuperado el 25 de octubre de 2015, de http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/y-despues-de-rafael-correa.html

7. Anexos

Anexo 1: "El Telégrafo, 127 años al servicio del país"
El Telégrafo



Infografía tomada de *El Telégrafo*
Mayo 2015

Anexo 2: información sobre el Registro Público de Medios 2016

Conversación vía Twitter con el Consejo De Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación
Abril 2016