

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura

Escuela de Comunicación

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PERIODISMO
PARA PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

“Análisis de la figura de Fabricio Correa y su discurso en los
medios de comunicación”

Leticia Estefanía Celi Ramos

Directora: Claudia Arteaga

Diciembre, 2012

*A mi madre, Carmen, por todos los consejos, lágrimas, abrazos,
esfuerzo y ánimos en estos años de estudio, y por enseñarme
cosas que ninguna escuela ha podido*

Agradecimientos

A mi familia, la que aún está y la que ya no, por ser el soporte de todos estos años.

A los amigos y compañeros, que fueron parte siempre de mi formación.

A los profesores y todos los que, de una u otra manera, ayudaron en el desarrollo de este trabajo. A esta carrera, llena de comas y de traspasos. Y a la política ecuatoriana, tan variopinta y espectacular, siempre con un toque nacional, siempre defendida a capa y espada, y siempre causando molestias durante los almuerzos

Tabla de contenidos

Introducción.....	1
Capítulo 1: Antecedentes.....	4
1.1. Los inicios de los Correa.....	4
1.2. El caso Tahuín.....	10
1.3. El caso Ivanhoe.....	12
1.4. Los medios de comunicación en el Ecuador.....	15
1.5. Diario Expreso: la primera entrega de El Holding.....	17
Capítulo 2: Marco teórico y metodología.....	18
2.1. Los medios físicamente.....	18
2.1.1. Morfología del espacio redaccional.....	19
2.1.1.1. Títulos.....	20
2.1.1.2. Imágenes.....	20
2.1.1.3. Textos.....	20
2.1.2. Valorización.....	21
2.1.2.1. La ubicación.....	21
2.1.2.2. Los títulos.....	22
2.1.2.3. La presentación.....	22
2.1.2.4. Análisis de la valorización.....	23
2.2. La cobertura periodística.....	25
2.2.1. Temario, pauta o agenda.....	25
2.2.1.1. Inclusión, exclusión, jerarquización y tematización.....	27
2.2.1.2. La <i>agenda-setting</i>	27
2.2.2. Tematización.....	31
2.2.3. Telepolítica.....	33
2.3. El discurso.....	34
2.3.1. Definición y límites de discurso.....	34
2.3.1.1. El discurso escrito.....	35
2.3.2. El discurso noticioso.....	36
2.3.2.1. El estilo periodístico.....	37
2.3.2.2. La sintaxis periodística.....	38
2.3.2.3. Fuentes y citas.....	39

2.3.3. El discurso político.....	39
2.3.3.1. Definición y límites de discurso político.....	39
2.3.3.2. Características del discurso político.....	41
2.3.3.3. Temas.....	42
2.3.3.4. Carisma.....	45
2.3.3.4. Presente vs. futuro y pasado vs. presente.....	46
2.3.3.5. Nosotros vs. Ellos.....	47
2.3.3.6. Léxico.....	48
2.3.3.7. Sintaxis.....	48
2.3.3.8. Retórica.....	49
2.3.3.9. Estructuras de expresión.....	50
2.4. Metodología.....	50
Capítulo 3: Análisis.....	52
3.1. Registro de identificación de los periódicos escogidos.....	52
3.2. Análisis morfológico de prensa.....	54
3.2.1. Valorización de las noticias.....	54
3.3. Análisis de cobertura.....	56
3.4. Análisis de discurso periodístico y político.....	68
3.4.1. Sintaxis.....	68
3.4.2. Fuentes y citas.....	68
3.4.3. La figura de Fabricio Correa.....	71
3.4.3.1. Nosotros vs. Ellos.....	74
3.4.3.2. Presente vs. pasado.....	75
3.4.3.3. Léxico.....	76
3.4.3.4. Retórica.....	78
3.4.3.5. Carisma y populismo.....	81
Conclusiones.....	83
Bibliografía.....	89
Anexos.....	91

Introducción

El presente trabajo pretende estudiar la construcción de figuras públicas a través de los medios de comunicación. Se analizará la evolución del discurso noticioso hasta la consolidación del personaje en la opinión pública a través del estudio de las apariciones en la prensa.

La publicación de un tema no es fortuita, responde a diferentes criterios de valorización. Además, la omisión o la inclusión de un determinado asunto dentro de un periódico revelan un criterio editorial de posicionamiento del tema en la opinión pública.

“La prensa puede no ser exitosa la mayoría del tiempo en decir a la gente qué pensar, pero es sorprendentemente exitosa en decir a sus lectores de qué pensar”¹, dice Bernard Cohen. Bajo esta afirmación, la repetición diaria de un tema lo ubica en el pensamiento y en el hablar de las personas.

Fabricio Correa, hermano del Presidente de la República, Rafael Correa, saltó a la fama el 14 de junio de 2009 por sus contratos con el Estado por 80 millones de dólares estadounidenses. Anteriormente, había aparecido con frecuencia a partir de su supuesta intervención en la asignación del Bloque 20 a la petrolera Ivanhoe, por la que Cotundo Minerales le puso una demanda.

Sin embargo, a partir de la publicación de *Expreso* sobre los contratos que mantenía con el Estado, el hermano mayor del Jefe de Estado ha aparecido en los medios de comunicación con mucha más frecuencia, y el discurso del Gobierno y el de los medios ha cambiado en forma paulatina: Fabricio Correa pasó a ser parte de la oposición, en gran parte debido a los espacios que la prensa le brindaba. Ese proceso es el que esta disertación

¹ Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton, Princeton University Press, 1963, p. 120, citado por Maxwell McCombs y Donald Shaw, op. cit., p. 177.

intentará revelar: cómo los medios apoyaron la figura del mayor de los Correa hasta consolidarlo como líder de oposición.

El análisis de este estudio se enfocará en tres ejes:

1. El análisis de la valorización de las noticias, de acuerdo con la propuesta de Jacques Kayser.
2. El análisis de la cobertura de prensa, según la teoría de la *agenda-setting*, desarrollada por Maxwell McCombs, y los procesos de tematización.
3. El análisis del discurso, noticioso y político, desde la perspectiva de Teun van Dijk.

Para el desarrollo de la disertación, se escogieron tres diarios: *Hoy*, *Expreso* y *El Telégrafo*. El primero es un matutino quiteño crítico al Gobierno de Rafael Correa, con fuerte presencia en sus páginas de opinión. El segundo es un matutino guayaquileño, responsable de la investigación inicial que reveló los contratos del hermano del Presidente con el Estado. El tercero es un matutino público, con sede en Guayaquil, afín al Gobierno.

El período de estudio será del 15 de junio de 2009 al 15 de junio de 2010: un día después de la primera publicación de *El Holding*, la serie de *Expreso* que expone la investigación sobre los contratos de Fabricio Correa.

La importancia de este análisis radica en que el hermano del Primer Mandatario sigue siendo una figura actual: participó activamente por el “No” en la Consulta Popular del 7 de mayo con su lema “Esta vez no, ñaño”, y ahora tiene un movimiento político, Equipo, con el que intentaría hasta llegar a la Presidencia².

Sin embargo, la importancia que tiene el personaje en esta etapa se debe a la que se le dio en el tiempo de los contratos, época en la que se construyó su figura como opositor

² Esto lo asegura Fabricio Correa en una entrevista del 8 de octubre de 2011 con Jorge Ortiz, en 24/7, en el portal LaRepublica.ec, <http://www.larepublica.ec/blog/politica/2011/10/08/fabricio-correa-si-quiero-ser-presidente/>

al Gobierno, algo que nació de los funcionarios oficialistas, pero que fue afianzada por los medios de comunicación.

La presente disertación se divide en tres capítulos. El primero trata los antecedentes, en donde se relata la situación de los medios de comunicación en el Ecuador, los inicios de los hermanos Correa y las diferentes ocasiones en que el hermano mayor ha salido en la prensa. Además, se relata la publicación de la primera entrega de la serie *El Holding*.

El segundo capítulo desarrolla el marco teórico. En éste, se ahonda en la teoría del análisis morfológico de los periódicos planteado por Jacques Kayser; la cobertura de las noticias, la construcción del temario, la selección de temas, la teoría de la *agenda-setting*, desarrollada por Maxwell McCombs, y el proceso de tematización, y finalmente, se profundiza en el análisis del discurso noticioso y político, de acuerdo con Teun van Dijk.

El tercer capítulo realiza el análisis en sí, desde los tres ejes previamente descritos, para comprobar, o no, que la prensa tuvo un papel activo en la formación de Fabricio Correa como líder de oposición, según revelan las encuestas.

Capítulo 1: Antecedentes

1.1. Los inicios de los Correa

Rafael Correa Delgado nació el 6 de abril de 1963 en Guayaquil. Estudió Economía en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, donde obtuvo el título de economista. Es además master en Artes en Economía de la Universidad Católica de Lovaina la Nueva (Bélgica), master en Ciencias en Economía de la Universidad de Illinois (EEUU) y doctor Ph.D. de la misma universidad (2001).

Correa se dedicó también a la docencia. Trabajó como asistente de cátedra durante su formación académica y fue nombrado profesor principal del Departamento de Economía de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) en 1993. Se desempeñó asimismo como instructor del Departamento de Economía en la Universidad de Illinois entre 1997 y 2001, y ejerció como director del Departamento de Economía de la USFQ entre ese año y 2005³.

Se desempeñó también como director administrativo-financiero de los proyectos de educación financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo en el período 1992-1993 y como director financiero de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil entre 1988 y 1989⁴.

En 2005, fue ministro de Economía en el Gobierno de Alfredo Palacio. Se mantuvo cuatro meses a cargo de esta Cartera de Estado, y durante ese tiempo, “se mostró escéptico ante la firma de un Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos”⁵ y declinó el consejo del Fondo Monetario Internacional (FMI). Después de que el Banco Mundial detuviera un préstamo alegando cambios en el fondo de estabilización de ingreso de crudo, Correa salió del Gobierno de Palacio.

³ “Rafael Correa”, en línea: http://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/correa_rafael.htm, fecha de acceso al documento: 13 de diciembre de 2011

⁴ Página oficial de la Presidencia de la República:

http://www.presidencia.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=78

⁵ “Rafael Correa”, *Wikipedia*, en línea: http://es.wikipedia.org/wiki/Rafael_Correa

Rafael Correa es casado con Anne Malherbe, de nacionalidad belga, con quien tiene tres hijos. A inicios de 2006, creó junto con un grupo el movimiento político Alianza País, con el que se postuló para la Presidencia de la República.

La primera vuelta electoral se desarrolló el 15 de octubre de 2006. Los candidatos que fueron calificados a la segunda vuelta, al no conseguir la mayoría absoluta (50% más uno de los votos), fueron Álvaro Noboa, con 26%, y Rafael Correa, con 22%.

La segunda vuelta electoral se realizó el 26 de octubre de 2006. Correa obtuvo 57% de los votos. El 15 de enero de 2007, Rafael Correa asumió la Presidencia.

Durante la campaña electoral de Correa en 2006, apareció por primera vez su hermano mayor, Fabricio. Él, sin embargo, ya había aparecido en la prensa en pasadas ocasiones: la devolución de fondos del puente de Punta Carnero y el caso Tahuín.

José Fabricio Correa Delgado tiene 51 años, es casado y tiene cinco hijos. Es ingeniero mecánico graduado en la ESPOL. Su página web oficial⁶ lo define como un “católico practicante, (que) procura vivir la Doctrina Social de la Iglesia Católica, la cual comparte con su esposa e hijos”.

“El diseño y venta de estaciones de bombeo para piscinas camaroneras y fincas bananeras, a principios de los noventa, marcó el inicio de su exitosa carrera empresarial”⁷. Es dueño de la empresa Aplitec, dedicada al “diseño y fabricación de turbomaquinarias y equipos para manejo, conducción, almacenamiento y adecuación de fluidos así como la concepción y construcción, a través de su filial Helptec, de proyectos hidráulicos para control de inundaciones, riego y generación hidroeléctrica”⁸. En la página web de la

⁶ <http://www.fabriciocorreadelgado.com>. Su “semblanza” aparece como escrita el 2 de diciembre de 2010, poco más de siete meses después de la publicación de *Expreso* y cuando ya era muy conocido por la ciudadanía.

⁷ Juan Carlos Calderón y Christian Zurita, *El Gran Hermano*, Paradiso Editores, Quito, 2010, p. 106.

⁸ <http://www.fabriciocorreadelgado.com>

Superintendencia de Compañías⁹, Aplitec consta con un capital suscrito de 1 000 000 dólares estadounidenses, y Helptec, de 1 000 800 dólares estadounidenses.

Desde 1998, con la crisis de las camaroneras por la enfermedad mancha blanca, incursionó como contratista del sector público. Se desempeñó bajo esa modalidad durante el Gobierno de Gustavo Noboa (que fue el presidente de Aplitec hasta 1996). En una entrevista colgada en YouTube y a la que se dirige desde la página oficial de Fabricio, él le recuerda al Presidente: “Gustavo Noboa fue nuestro padre espiritual”¹⁰. El 18 de abril de 2000, durante la inauguración del puente de Punta Carnero, Fabricio pidió la palabra al Presidente Noboa y le entregó un cheque por el valor que había sobrado de la construcción de dicho puente.

Desde 2005, es presidente de la Cámara Ecuatoriano-Brasilera, sede en Guayaquil. Se desempeña también como contratista de Interagua.

Fabricio Correa es hincha del Club Sport Emelec, como el Presidente. Con relación a este tema, ha aparecido también varias veces en la prensa. Por ejemplo, él fue el encargado de anunciar la nacionalización del guardameta argentino Marcelo Elizaga en febrero de 2007. Fabricio estuvo involucrado en gestiones para que retorne Marco Mondaini, uno de los más importantes jugadores que tuvo Emelec en 2006; el tema se manejó extraoficialmente en el club y no tuvo resultados, pero trascendió que las gestiones las manejó Correa junto a empresarios como Federico Zenck. Su hijo Juan José estuvo probándose en el club azul durante algún tiempo, en 2009.

En 2005, incursionó en la venta de llamadas a celulares por Internet, pero el negocio fracasó.

⁹ Dato verificado el 13 de diciembre de 2011 en la página oficial de la Superintendencia de Compañías: <http://www.supercias.gob.ec/>

¹⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=BYvlprnBudY>

Durante la campaña a la Presidencia de Correa en 2006, sus hermanos Fabricio y Pierina tomaron parte activa. “El aspirante (Rafael Correa) ha dicho que prefiere que su familia no se involucre en la campaña, pero su hermano mayor, Fabricio, colabora con él consiguiendo fondos”¹¹. El tema de la recaudación de fondos tomaría nuevos rumbos algún tiempo más tarde, con la socialización de unos videos después de la muerte del jefe guerrillero de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) alias “Mono Jojoy” (en julio de 2009) y con publicaciones del portal WikiLeaks (en abril de 2011).

Pocos meses después de que Rafael asumiera el mando y de algunos problemas con el Congreso, el Tribunal Supremo Electoral llamó a Consulta Popular para decidir si se debía o no convocar a una Asamblea Constituyente que redactara una nueva Constitución. El 15 de abril de 2007, los ecuatorianos acudimos a las urnas a responder la pregunta: “¿Aprueba usted, que se convoque e instale una Asamblea Constituyente con plenos poderes de conformidad con el estatuto electoral que se adjunta, para que se transforme el marco institucional del Estado y elabore una nueva Constitución?”. Con 81,72% a favor del “Sí”, se comenzó a planificar las elecciones para conformar la Asamblea Nacional Constituyente.

En la campaña para elegir a los asambleístas constituyentes, Fabricio y Pierina Correa anunciaron la creación del movimiento político Revolución Ciudadana Democrática (RCD). El 30 de abril de 2007, el Presidente Correa ofreció una rueda de prensa sólo para comunicar que rechazaba el uso de las iniciales de su nombre y apellido (RCD) para crear un movimiento político. “Estamos en contra de todo tipo de caciquismo y de culto a la personalidad”, precisó Correa¹².

Las elecciones para asambleístas constituyentes se realizaron el 30 de septiembre de 2007. El oficialismo obtuvo mayoría: 69,47% de los votos como conjunto, lo que les

¹¹ “Correa tiene tres burós”, diario *Hoy* (Quito), 23 de agosto de 2006, p. 2.

¹² “Correa desautoriza a sus hermanos”, diario *Hoy* (Quito), 1.º de mayo de 2007, p. 3.

otorgaba 80 escaños de los 130. La Asamblea Nacional Constituyente se instaló el 30 de noviembre de 2007 en Montecristi, Manabí.

La siguiente ocasión en que F. Correa aparece en los medios es el caso del “Caovideo”, en enero de 2008. El video muestra que “dos hombres, Cao Lay Muñoz, al que denominan el hombre del maletín, y Bolívar López solicitan al asambleísta de AP por Esmeraldas Gabriel Rivera que vote contra el texto final de la nueva Constitución”¹³. Uno de ellos aseguró que había ofrecido grandes sumas de dinero a los hermanos del Presidente.

La próxima aparición importante de Fabricio Correa fue en abril de 2008. El 2 de ese mes, el hermano del Presidente fue asaltado. Pocas semanas después, los criminales responsables de este hecho fueron capturados; y a fines de junio, sentenciados en el Tribunal Tercero de Garantías Penales ocho de los 14 imputados en el crimen: cuatro, como autores del hecho, a seis años de reclusión menor ordinaria, y cuatro, como cómplices, a tres años.

El 14 de junio de 2008, el hermano del Presidente presentó una demanda por injurias contra Fernando Villavicencio, dirigente de la Coordinadora de Movimientos Sociales, por declaraciones que éste hiciera. Villavicencio aseguró en una entrevista en Ecuavisa: “El paso fundamental que estamos pidiendo del Gobierno es que se libere de su círculo de negociadores. Principalmente, yo le pido al Presidente (Rafael) Correa que le mande de vacaciones a su hermano, Fabricio Correa”¹⁴. El caso no prosperó porque el juicio prescribió tras dos años de la citación de la querrela.

El 1.º de julio de 2008, Fabricio planteó una demanda por injurias en el juzgado Noveno de lo Civil de Guayaquil en contra el secretario jurídico de la presidencia, Alexis Mera, y Erick Sonne Bolek, representante de la compañía Vallejo Araujo S. A., por

¹³ “Gobierno graba otro intento de compra de votos”, diario *Hoy* (Quito), 23 de enero de 2008, p. 3.

¹⁴ “F. Correa demanda a dirigente social”, diario *El Universo* (Guayaquil), 14 de junio de 2008, p. 5, sección principal.

declaraciones de este primero en un juicio de propiedad intelectual entre Vallejo Araujo y Aplitec.

En 2003, Aplitec demandó a Vallejo Araujo por derechos de propiedad intelectual porque comercializó una bomba de idénticas características a una desarrollada por Fabricio, y cuyos derechos cedió a Aplitec, con otra marca. En mayo de 2007, el Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo falló a favor de Vallejo Araujo “porque no se cumplió con lo previsto con la Ley de Propiedad Intelectual”¹⁵. Alexis Mera se desempeñó como abogado de Vallejo Araujo durante ese litigio.

En la demanda de 2008, F. Correa asegura que Mera, como abogado en aquel juicio, realizó las siguientes declaraciones injuriosas: “Fabricio Correa y su empresa Aplitec S.A. han utilizado esta demanda con evidente afán de chantaje judicial para evitar pagar sus obligaciones con Vallejo Araujo S.A. y con la deliberada intención de inducir a engaño a ustedes, señores magistrados”.

La indemnización que Fabricio pedía era de 5 millones de dólares estadounidenses. El 25 de mayo de 2011, la Segunda Sala de lo Civil de la Corte Provincial de Justicia del Guayas desechó el recurso de apelación interpuesto por Correa dentro del juicio que le seguía al secretario Jurídico de la Presidencia por daño moral.

Casi ocho meses después de instalada, la Asamblea Constituyente cesó sus funciones el 24 de julio de 2008, y un día después, presentó la nueva Constitución, que se sometió a referéndum para que el pueblo ecuatoriano apruebe o no su texto.

El 28 de septiembre de 2008, los ecuatorianos acudimos una vez más a las urnas. “¿Aprueba usted el texto de la nueva Constitución Política de la República elaborado por la Asamblea Constituyente?”, fue la pregunta. Con el 63,93% de los votos a favor, la nueva Constitución fue aprobada.

¹⁵ “Juez acepta demanda de hermano de mandatario”, diario *El Universo* (Guayaquil), 23 de julio de 2008, p. 5, sección principal.

Según lo previsto en el Régimen de Transición de la nueva Constitución, se llamó a elecciones para todas las dignidades, desde Presidente hasta alcaldes, para el 26 de abril de 2009. En una sola vuelta y con 51,99% de los votantes a su favor, Rafael Correa fue reelegido para la Presidencia en el período 2009-2013. De igual manera, Alianza País obtuvo 61 de los 124 escaños de la Asamblea Nacional.

1.2. El caso Tahuín

En 2001, el Gobierno de Gustavo Noboa sacó a concurso el proyecto múltiple Tahuín. Este comprende control de inundaciones, riego para 8 000 hectáreas de terreno, agua potable para Arenillas, Huaquillas y el norte del Perú, generación hidroeléctrica, manejo ambiental y ecoturismo en la provincia de El Oro. Ésta, a más de 10 km de Arenillas, es una zona desértica fronteriza con el Perú. Se trata de un proyecto ambicioso del que se esperaban muchos beneficios para la provincia.

La Corporación para el Desarrollo Regional de El Oro (Codeloro) convocó al concurso y la obra se adjudicó a una empresa poco conocida para la época: Aplitec, de la cual Noboa había sido Presidente antes de incursionar en la política, ahora a cargo del entonces joven ingeniero Fabricio Correa.

Aplitec recibió un anticipo de \$1 115 728 para iniciar la obra de parte del Banco del Estado, pero ésta tuvo problemas desde el inicio debido, por ejemplo, al transporte de materiales desde una carretera lejana.

Codeloro concedió tres prórrogas a la fecha tope por varias razones: un paro provincial, el invierno, la demora en la expropiación de algunos terrenos y el cambio de planos durante la ejecución de la obra.

En septiembre de 2002, un informe de fiscalización daba cuenta de la baja capacidad de trabajo y determina que hubo insuficientes obreros y equipos, retraso en el

suministro de materiales y un capital operativo deficiente. El 13 de septiembre de 2002, el director ejecutivo de Codeloro, Gonzalo Cobo, notificó a la representante legal de Aplitec, Marcela Minchala, la intención de terminar unilateralmente el contrato.

La notificación formal a Aplitec de la culminación de la relación contractual se dio el 5 de noviembre de 2002. Sin embargo, la empresa presentó recursos de amparo para frenar la resolución que rescindía el contrato, posibilidad que fue negada por los conjuces.

La obra llevaba, según el contratista, 86% de avance cuando el contrato fue dado por terminado. Sin embargo, Aplitec fue incluida por la Contraloría en la lista de contratistas incumplidos con el Estado.

En febrero de 2003, Aplitec demandó a Codeloro ante el Tribunal de lo Contencioso Administrativo de Guayaquil para que se declare la terminación del contrato por causas imputables al organismo y que se lo condene a pagar una indemnización por perjuicios.

En el desarrollo del proceso en el Tribunal de lo Contencioso Administrativo, Aplitec planteó recurrir a un arbitraje independiente de la Corte para resolver las controversias. Éste pasó al Tribunal de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil. Pero en 2006, el representante de Codeloro “elevó una consulta al procurador general del Estado respecto a si procedía o no el arbitraje solicitado por la empresa de Fabricio Correa”¹⁶: su hermano, Rafael Correa, acababa de pasar a la segunda vuelta electoral para la Presidencia. El entonces Procurador del Estado, José María Borja, decidió que el arbitraje procedía.

En 2007, Codeloro pasó a ser el Instituto Nacional de Riego (INAR). Su creación promete retomar Tahuín.

¹⁶ “Tahuín puso de Fabricio Correa en la lista de incumplidos”, diario *Hoy* (Quito), 1.º de mayo de 2007, p. 3.

El 30 de enero de 2009, Aplitec fue retirada de la lista de contratistas incumplidos con el Estado¹⁷.

1.3. El caso Ivanhoe

El primer escándalo en el que se vio envuelto Fabricio Correa durante el Gobierno de su hermano con respecto a contrataciones con el Estado se dio en diciembre de 2008, pocas semanas antes de que se cumplan dos años del mandato de Rafael Correa.

Varios medios publicaron el 11 de diciembre de 2008 que tanto Fabricio Correa como Ivanhoe Energy y sus filiales en Latinoamérica y Ecuador “enfrentaban una demanda civil en una corte distrital del Colorado (EEUU) por presuntos actos de corrupción en un negocio de explotación petrolera en el campo Pungarayacu (Napo)”¹⁸. El demandante es Jack Grynberg, presidente de Cotundo Minerales, a su vez propiedad de RSM Production Corporation y Archidona Minerales (ambas propiedad de Grynberg).

Ivanhoe Energy Ecuador era la sucursal extranjera de Ivanhoe Energy Inc., con sede en Vancouver (Canadá). Ejercía como apoderado de la empresa en el Ecuador Carlos Aníbal Espinoza Sánchez. El presidente ejecutivo de Ivanhoe Energy Inc. era Robert M. Friedland, y el copresidente ejecutivo, David R. Martin.

En marzo de 2006, Cotundo Minerales obtuvo la concesión sobre 77 070 hectáreas del Bloque 3-A, donde se encuentra el campo Pungarayacu, por un período de 30 años. Jack Grynberg buscó entonces una tecnología que le permitiera el procesamiento de arena de crudo. Fue así como se enteró de Ivanhoe y se puso en contacto con Martin. Grynberg otorgó a Martin información sobre el campo e informes sobre su compañía, y acordaron verbalmente trabajar en asociación estratégica en Pungarayacu. Ivanhoe, de hecho, realizó

¹⁷ Dato verificado el 13 de diciembre de 2011 en la base de datos de Proveedores Incumplidos y Adjudicatarios Fallidos de la página oficial del Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP):

<http://www.incop.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/EP/EmpReporteIncumplidos.cpe?sg=1>

¹⁸ Juan Carlos Calderón y Christian Zurita, op. cit., p. 28.

una asociación estratégica con Petrobrás para explotar depósitos de crudo al este de Pungarayacu.

Sin embargo, Grymberg pidió la información de vuelta pues nunca obtuvo una demostración de la técnica. “Poco después, conoció que la patente sobre el proceso de Ivanhoe expiraba en 2009 y nunca había tenido aplicación comercial”¹⁹.

Con los anuncios de cambios a la Ley de Minería a inicios de 2008, Cotundo pidió al Gobierno declarar una condición de fuerza mayor bajo los términos de permiso para invertir en Pungarayacu.

La concesión del bloque fue revertida al Estado en abril de 2008, tras un mandato de la entonces Asamblea Constituyente, que nacionalizó el depósito de arenas de alquitrán de Pungarayacu.

El 8 de octubre de 2008, Ivanhoe y Petroecuador firmaron un contrato de servicios para la explotación y mejoramiento del crudo del campo Pungarayacu, la reserva de crudos pesados más grande del Ecuador. Ivanhoe utilizaría una tecnología propuesta por ellos (tecnología HTL, Heavy to Light oil) para la transformación del crudo pesado en liviano, de manera que sea más fácil de transportar por el Oleoducto de Crudos Pesados (OCP). El Presidente Correa asistió a la firma del contrato, así como el Gabinete Presidencial, el Presidente ejecutivo de Petroecuador, contralmirante Luis Jaramillo, y el vicepresidente de Petroproducción, comandante Camilo Delgado.

El contrato se firmó sin licitación previa, pues el artículo 17 de la Ley de Hidrocarburos establece que “los contratos de obras o servicios específicos para exploración y explotación de crudo son aquellos en que las personas jurídicas se comprometen a ejecutar obras a favor de Petroecuador, en donde existe aporte de

¹⁹ *Íbid.*, p 39.

tecnología, capitales y equipos, a cambio de una remuneración”, e Ivanhoe presentó una tecnología única y patentada.

Petroecuador entregó el Bloque 20 a Ivanhoe el 25 de mayo de 2009. La explotación se haría en tres fases; en la primera, se esperaba obtener unos 30 mil barriles de crudo por día.

En su demanda, presentada el 20 de noviembre de 2008 en Colorado (EEUU), Grynberg aseguraba que “los demandados planificaron, participaron, y actuaron activamente en concierto (...) para estafar, robar y llevarse los beneficios, abundantes ganancias y beneficios económicos a través de robo de información confidencial”²⁰.

Aseguraba asimismo que Fabricio Correa actuó sobre el Estado para el otorgamiento del Bloque 20 (donde está el campo Pungarayacu) a Ivanhoe, y que el hermano del Mandatario “exigía dinero y valiosos regalos de sus codemandados (Robert M. Friedland y David R. Martin) como pago por agilizar el otorgamiento de la concesión del Bloque 20 a Ivanhoe”²¹.

El 9 de diciembre, el hermano del Presidente presentó una demanda contra Cotundo Minerales en el juzgado Vigésimo Noveno de lo Civil en Guayaquil en la que exigía una indemnización de 50 millones de dólares estadounidenses por daño moral.

Ivanhoe, por su parte, respondió también a la querrela impuesta por Grynberg. Mediante un comunicado, explicó que la acusación no tenía fundamento y que Grynberg tenía un bastante amplio historial de demandas en sus negocios.

En noviembre de 2009, la Secretaría General de Comunicación (SECOM) indicó mediante un comunicado que la Corte Distrital de Colorado “desestimó la existencia de corrupción por parte del Estado ecuatoriano en la concesión del campo petrolero

²⁰ Íbid., p. 29

²¹ Íbid., p. 30.

Pungarayacu a la compañía Ivanhoe”²². El juez a cargo, Walker D. Miller, resolvió asimismo que se sancionaría a Grynberg y a su abogado, Roger A. Jatko, “por realizar acusaciones de corrupción temerariamente, sin contar con evidencias para demostrar tales acusaciones”²³.

La Fiscalía también declaró inocente a Fabricio según su investigación.

Durante la demanda, el Presidente Correa fue muy enfático en defender a su hermano, al igual que los funcionarios de Gobierno. Llegó al extremo de declarar que renunciaría a la Presidencia si se descubriera algo irregular con respecto al contrato con Ivanhoe, al que llamó “uno de los más transparentes en la historia del país”²⁴. “Si en esa inversión (Ivanhoe), se prueba que se actuó de manera deshonesto para otorgar dicho contrato, mi cargo estará a disposición del pueblo ecuatoriano”²⁵, dijo el Primer Mandatario.

1.4. Los medios de comunicación en el Ecuador

El Gobierno de Correa se ha caracterizado por una constante tensión con los medios de comunicación. El proyecto de Ley de Comunicación, llamada también “Ley Mordaza”, generó varias reacciones de los medios a escala nacional e internacional, al igual que de organismos de derechos humanos, defensores de la libertad de expresión y asociaciones de diarios y periodistas.

²² “Corte estadounidense desestima existencia de corrupción por parte del Estado ecuatoriano”, diario *El Ciudadano* (Quito), 17 de noviembre de 2009, p. 2.

²³ *Ibid.*, p. 2.

²⁴ “Correa acepta que se impuso en el contrato con Ivanhoe”, diario *El Comercio* (Quito), 14 de noviembre de 2008, p. 3.

²⁵ “Gobierno defiende al hermano del Presidente Correa”, diario *El Universo* (Guayaquil), 13 de diciembre de 2008, p. 4, sección principal.

De acuerdo con un estudio de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) a escala nacional sobre el desarrollo mediático en el Ecuador²⁶, el 67,75% de los ciudadanos cree que los medios publican preferentemente contenidos de su interés, y el 75,49% de los ciudadanos cree que los medios publican contenidos que son de interés público.

Dentro de un ambiente tenso entre el Gobierno y los medios de comunicación, el 49,95% de la ciudadanía piensa que los periodistas son honestos frente a un 46,85% que piensa que son corruptos. De igual manera, el 45,35% cree que los medios de comunicación son honestos frente a un 51,74% que piensa que son corruptos. Pese a ello, un 63,47% de los ciudadanos a escala nacional piensa que los contenidos de las noticias son justos e imparciales.

Cada día, se editan en el Ecuador más de 900 000 ejemplares de diarios de alcance local, regional y nacional, lo que suma una audiencia de lectura de más de 4,5 millones de personas, lo que representa el 41,28% de la población de 10 años en adelante²⁷.

Los periódicos en el Ecuador se caracterizan por ser los más influyentes orientadores de la opinión pública nacional, debido a que sus editoriales y noticias marcan la agenda del resto de medios de comunicación en el país. Aunque la prensa pierde lectores cada año, un titular de primera página puede ser reproducido por la mayoría de noticieros de televisión, radio y portales web²⁸.

La preferencia del público ecuatoriano por la crónica roja se expresa en los tirajes de los diarios a escala nacional. *El Extra*, cuyo contenido es básicamente crónica roja, mujeres semidesnudas y deportes, tiene un tiraje tres veces superior a su más cercano competidor (tiene un tiraje de 330 000 ejemplares de lunes a viernes, en comparación con los 92 300 ejemplares de *El Universo*).

²⁶ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), “Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador – 2011”, en línea: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001925/192563s.pdf>, formato PDF, fecha de acceso al documento: 7 de septiembre de 2011.

²⁷ Rodrigo Jordán y Allen Panchana, “Los medios de comunicación en Ecuador”, en línea: <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>, formato PDF, fecha de acceso al documento: 9 de septiembre de 2011

²⁸ Rodrigo Jordán y Allen Panchana, op. cit.

De acuerdo con un estudio de Ibope-Time²⁹, la mayoría de ecuatorianos (44,54% de los consultados) dedica entre 15 minutos y media hora a un periódico; el 29,99% le dedica entre media y una hora, y el 16,51%, menos de 15 minutos. Solo el 8,3% de los encuestados lee un diario entre una y dos horas.

1.5. Diario *Expreso*: La primera entrega de *El Holding*

Según se narra en el libro *El Gran Hermano*, Fabricio Correa tuvo una reunión con el equipo de periodistas el jueves anterior a la publicación de la serie. Fabricio la llamó “conversación” y no “entrevista”, pero en ella, confirmó la información e incluso dio más datos sobre la investigación.

El fin de semana anterior a la edición que revela los contratos, ya se publicaron avances de lo que se trataría. Ese domingo, se realizaban las elecciones de Juntas Parroquiales y parlamentarios andinos.

Frente a los avances de la investigación que se publicaron en el diario, en la Enlace Ciudadano de ese sábado, el Presidente ya anunció: “Como no pueden enlodar la imagen del Presidente porque nuestra credibilidad se basa en nuestra identidad, van a tratar de atacar a familiares del Presidente... Le va a tocar el turno a mi hermano, acuérdense de lo que digo”³⁰.

La primera entrega de la serie *El Holding* se publicó en diario *Expreso*, de Guayaquil, el domingo 14 de junio de 2009. El titular a tres columnas de la nota principal de la portada dice: “Obra pública: contratos vinculados con Fabricio Correa superan los 80 millones de dólares” (ver anexo 4).

²⁹ Rodrigo Jordán y Allen Panchana, op. cit.

³⁰ Enlace sabatino del Presidente desde Guaytacama, Cotopaxi, el 13 de junio de 2008.

Capítulo 2: Marco teórico y metodología

2.1. Los periódicos físicamente

Los periódicos, el medio de comunicación más antiguo, se encargan de dar a conocer las noticias en una determinada frecuencia: pueden ser diarios, semanarios, quincenales, etc. Sin embargo, una de las características principales de la información es que no puede contener juicios de valor ni opiniones del redactor, lo que se llama objetividad.

La esencia de la información periodística y el sustento de sus publicaciones es la noticia, pues contiene los hechos novedosos y de coyuntura de la jornada previa a su publicación. Las noticias, según Ascanio Guevara, proceden de tres fuentes:

1. porque el periodista ha presenciado los hechos,
2. porque una agencia de prensa ha transmitido lo principal para elaborar una noticia
3. porque la narrativa se ha verificado con un soporte documental.

Si se incluye una opinión en una nota periodística, debe nombrarse la fuente y no recurrir al anonimato, “porque las opiniones ejercen más o menos influencia según quien las emita”³¹.

Las noticias contienen siempre un titular, cuyas características, junto con la ubicación en la página, determinan la importancia, y un *lead* o entradilla, que debe capturar el interés del lector y dar detalles sobre lo que se va a tratar más adelante.

Generalmente, las noticias se elaboran como una pirámide invertida, es decir, los datos se organizan de mayor a menor importancia, a través de la respuesta a las 5W (por sus iniciales en inglés): qué, quién, cuándo, dónde y por qué.

³¹ Alfredo Ascanio Guevara, *Análisis del discurso político*, México D.F., editorial Trillas, 2010, p. 41.

Un diario tiene ciertas características que lo constituyen como tal y, de una u otra manera, van a influir en la elaboración de la información. Kayser recomienda compilar información clave del periódico, como: nombre, lugar de residencia, indicaciones que acompañan al nombre, periodicidad, momento de aparición, tiraje, fecha de su primer número, precio, características excepcionales de su vida, formato, número de páginas e impresor.

Ahora, “la página es materialmente el componente clave del periódico”, dice Kayser. “Su unidad física, puramente formal, encierra una sustancia tan estrechamente asociada a las otras páginas que no es admisible aislarla”³². Hace aquí una excepción, la página uno, portada o primera plana, con independencia relativa.

Dentro del periódico, se distinguen dos espacios: aquel destinado a la publicidad y aquel no publicitario, destinado a la redacción. Mar de Fontcuberta llama a estos grupos el espacio redaccional, “que incluye todo tipo de mensajes informativos, de opinión o entretenimiento, ligados a una actualidad inmediata o general, tanto escritos como gráficos”, y el espacio publicitario, que incluye avisos y anuncios³³.

2.1.1. Morfología del espacio redaccional

Kayser³⁴ habla de que el espacio de la redacción es “la sustancia” de un periódico, en el que se distinguen tres elementos: títulos, ilustraciones y textos. “La representación física de las noticias es un importante elemento de análisis, pues representa un endoso del editor del diario para indicar lo que, según su opinión, se debería leer primero o lo que merece determinada atención”, dice Wilbur Schram³⁵.

³² Jacques Kayser, *El periódico: estudios de morfología, de metodología y de prensa*, Quito, Ciespal, 1966, p. 41.

³³ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*, Buenos Aires, La cirugía ediciones, 2006, p. 55.

³⁴ Jacques Kayser, op. cit., p. 43.

³⁵ Wilbur Schram, “The nature of news”, *Journalism Quarterly*, 26: 259-269, citado por Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 27.

2.1.1.1. *Títulos*

Los títulos o titulares se distinguen principalmente por su presentación y por su estilo. “El título está destinado a llamar la atención del lector sobre una información, sobre un artículo o sobre su conjunto, señalándole objetiva o espectacularmente la materia que allí se trata”³⁶.

Tienen una gran importancia, “al punto de constituir uno de los aspectos más característicos de la fisonomía de un periódico y uno de los que más se cuenta para favorecer la venta del producto”³⁷.

El título complejo es un conjunto que se forma por el epígrafe o antetítulo, el título en sí mismo, y el subtítulo o sumario. Este conjunto se denomina titulado o a veces, “titulaje”, señala Kayser.

Ocupan también un espacio considerable. El porcentaje que se refiere a éstos en cuanto al periódico tiende también a ser grande.

2.1.1.2. *Imágenes*

Kayser agrupa dentro de imágenes a la ilustración fotográfica, a los dibujos, a las caricaturas, a las tarjetas y también a los cuadros estadísticos y a los gráficos³⁸. Para el análisis, considera a las leyendas o pies de foto como un “apéndice” de la ilustración.

2.1.1.3. *Textos*

Los textos, como define Kayser mismo, son todo lo que no es publicidad, títulos ni imágenes³⁹. Los textos de un periódico son muy diversos, “pero forman un conjunto,

³⁶ Jacques Kayser, op. cit., p. 43.

³⁷ *Ibid.*, p. 43.

³⁸ *Ibid.*, p. 47.

³⁹ *Ibid.*, p. 48.

inclusive si están diseminados a través de las páginas del periódico, sin vinculación entre ellos”⁴⁰.

2.1.2. Valorización

La valorización, según Kayser, se basa en varios aspectos, y estos son los que desvían, atraen, acrecientan, disminuyen o neutralizan la atención del lector⁴¹. Estos elementos son la ubicación, los títulos y la presentación.

2.1.2.1. La ubicación

Paginación

“La ‘uno’ es la página de las prioridades”⁴², dice Kayser. La portada o primera plana en los periódicos ecuatorianos siempre va a sacar la información más destacada del día.

A partir de allí, la siguiente conclusión es que se le ha otorgado poca importancia a un texto cuando éste aparece en las “páginas malas”: las páginas pares, con excepción de la última, la contraportada. La excepción a eso sería que el texto sea reportado en la portada mediante una indicación.

Lugar en la página

“La mayor parte de los lectores lee un periódico de izquierda a derecha y de arriba a abajo”⁴³, señala Kayser. De ahí, afirma que el lugar privilegiado es la cabeza de la primera columna o columnas a la izquierda, más aún si es en la portada.

⁴⁰ Íbid., p. 48.

⁴¹ Íbid., p. 79.

⁴² Íbid., p. 80.

⁴³ Íbid., p. 81.

2.1.2.2. *Los títulos*

Importancia real

a. Columnaje. El ancho de un título dentro de la página determina su importancia.

“Un título que ocupa todo el ancho de la página impresiona más que un título a varias columnas (...) y todo título que sobrepasa la mitad del ancho de página valoriza notablemente el texto que presenta”⁴⁴.

b. Altura. La altura que ocupa un título puede incluso compensar su débil extensión en el columnaje⁴⁵.

c. Espacio. Longitud y altura juntas, como elemento, pueden formar “una mancha o un claro” que puede ser más impresionante que la longitud y la altura⁴⁶.

Importancia relativa

Esta se determina con relación a los otros títulos que se presenten en la página. “La importancia real de un título depende del ambiente o medio: dosificación y vecindad de noticias ‘rosadas’ o ‘negras’, de los asuntos que ‘hacen pensar’ y de los que distraen, de los hechos diversos y de la política...”⁴⁷.

2.1.2.3. *La presentación*

Ilustración

Un texto que tenga una ilustración tiene ya de por sí mayor importancia que uno que no tenga ninguna imagen. “Si ha sido el único ilustrado o si es el mejor ilustrado, su valorización se hará de manera especial”⁴⁸.

⁴⁴ *Íbid.*, p. 81.

⁴⁵ *Íbid.*, p. 82.

⁴⁶ *Íbid.*, p. 82.

⁴⁷ *Íbid.*, p. 82.

⁴⁸ *Íbid.*, p. 84.

Tipografía

Son mayormente valorizados textos con tipografía diferente, excepcional o insólita, que usan caracteres diferenciados, subrayados, mayúsculas, negritas, itálicas, etc.⁴⁹.

2.1.2.4. Análisis de la valoración

Para la valoración de un medio sobre determinada noticia, Kayser sugiere atribuir un valor a cada una de las características enumeradas que determinan este valor.

Si se parte de que la valoración es la suma de la ubicación, los títulos y la presentación:

$$V = U + T + P^{50}$$

se pueden atribuir valores a cada una de estos elementos, así:

$$V (100) = U (40) + T (40) + P (20)^{51}$$

Entonces, Kayser propone los siguientes valores:

Ubicación (40)

Inserción en la “uno”, portada	30
Cabeza de la columna de la izquierda	10

Kayser anota que “para todo texto que no figura en la portada, los coeficientes para la cabeza de la columna izquierda, los títulos y la presentación serán reducidos a la mitad”⁵². Sugiere además otorgar 2 puntos a la ubicación y la cabeza de columna izquierda en la portada.

⁴⁹ *Íbid.*, p. 85.

⁵⁰ *Íbid.*, p. 90.

⁵¹ *Íbid.*, p. 91.

⁵² *Íbid.*, p. 91.

Títulos (40)

Importancia absoluta (30)

Columnaje (15):

Título sobre seis columnas	15
Título sobre cinco columnas	12
Título sobre tres o cuatro columnas	8
Título sobre dos columnas	3
Título sobre una columna	1

Altura (5):

Título que sobrepase la media columna	5
Título que sobrepase el tercio de columna	4
Título que sobrepase el cuarto de columna	2

Espacio (5):

Título cuyo espacio sobrepasa dos columnas	5
Título cuyo espacio sobrepasa una columna y media	4
Título cuyo espacio sobrepasa una columna	2

Caracteres (5):

Escala a determinarse del 1 al 5

Importancia relativa (10):

Prioridad n.º 1	10
Prioridad n.º 2	5

Presentación (20)

Ilustración	15
Tipografía	5

2.2. La cobertura periodística

A pesar de los mensajes que se puedan enviar en los textos de opinión, la persuasión sobre los lectores es relativa⁵³, y “seguramente tiene más importancia la función de señalar una agenda que el público debería al menos conocer”⁵⁴.

Los medios de comunicación son los que se encargan de darle importancia a un tema u otro, “un estatus”, llama Ascanio Guevara, a los problemas públicos, las personas, instituciones y movimientos sociales. “Los medios legitiman los acontecimientos porque, aparentemente, lo narrado por ellos es suficientemente significativo para atraer el interés público”⁵⁵.

Como ya se dijo, el espacio de un periódico se divide en dos espacios: el redaccional y el de la publicidad. “La diferencia entre cada bloque es que el primero (espacio redaccional) es decidido por el medio y el segundo, por los avisadores”⁵⁶, dice De Fontcuberta.

2.2.1. Temario, pauta o agenda

El contenido de la superficie redaccional es llamado pauta o temario. “Es el resultado final de un proceso por el cual un medio decide ofrecer y jerarquizar unas determinadas informaciones a la opinión pública y eliminar otras”⁵⁷. El temario se define como el “conjunto estructurado y estructurante de todo periódico (...), donde todos los hechos noticiables seleccionados pasan a ser temas de actualidad narrados y agrupados por

⁵³ Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 43.

⁵⁴ *Ibid.*, p. 43.

⁵⁵ *Ibid.*, p. 44.

⁵⁶ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 55.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 55.

áreas y secciones”⁵⁸. El temario que se presenta al público “resulta de decisiones día a día de muchos periodistas y sus supervisores acerca de las noticias del momento”⁵⁹.

“El periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla”⁶⁰, dice Lorenzo Gomis. De ahí la importancia del temario, ya que, gracias a los medios, la gente percibe la realidad “no con la fugacidad de un instante, sino como un período consistente”⁶¹.

El temario de un medio no se conforma solamente de la información que se haya incluido en la publicación, sino también de aquella que se omitió. “Tan responsable es un medio de lo que ofrece como de lo que omite”⁶², dice Fontcuberta.

“No es el azar el que convierte en numerosas o escasas las informaciones sobre un tema político”, dice Violette Morin⁶³. La repetición de temas en los diarios forma la opinión pública; de hecho, “los medios construyen el presente social mediante sucesivos temarios a partir de hechos seleccionados”⁶⁴.

Esta elección que realice un medio sobre las noticias crea diferencias entre varios medios, que no siempre dan la misma cobertura a un mismo problema. “El énfasis que cada uno le otorga a sus asuntos específicos marca diferencias en el modo de pensar y en su papel en la percepción de cuestiones sociales”⁶⁵. Es decir, el contenido de cada medio se compone de información que comparte con otros e información propia.

Sin embargo, la elaboración de un temario denota la valoración de cierta información sobre otra y, a su vez, denota la intención de transmitir a su público la

⁵⁸ Héctor Borrat, citado por Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 57.

⁵⁹ Maxwell McCombs, “The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion”, en línea: <http://www.scribd.com/doc/67079651/McCombs>, formato PDF, fecha de acceso al documento: 16 de octubre de 2011, p. 2.

⁶⁰ Lorenzo Gomis, citado por Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 56.

⁶¹ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 56.

⁶² *Ibid.*, p. 56.

⁶³ Violette Morin, *Tratamiento periodístico de la información*, Barcelona, Moutón y ATE, 1974, p. 20, citada por Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 23.

⁶⁴ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 57.

⁶⁵ Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 81.

información en ese orden. “No se trata de que el público piense igual que el medio, aunque suceda así muchas veces, sino de que hable, comente, tenga opinión y otorgue importancia a los mismos temas y con la misma intensidad que el medio”⁶⁶.

2.2.1.1. *Inclusión, exclusión, jerarquización y tematización*

Según de Fontcuberta, el contenido de un temario se decide mediante cuatro operaciones:

- Inclusión de la información
- Exclusión de la información
- Jerarquización de la información
- Tematización de la información.

La inclusión y la exclusión “suelen explicarse por factores de tipo cuantitativo”⁶⁷: el tiempo y el espacio de una edición pueden impedir la difusión de alguna información, por lo que es necesario una selección que implicaría que algunas noticias queden eliminadas.

La selección responde a tres factores⁶⁸: la demanda de información del público, el interés de un medio de dar a conocer un hecho y el propósito de sectores de la sociedad de informar al público distintos hechos de su interés a través de los medios.

En el acto de nombrar se encuentra el poder de incluir o excluir, de calificar o descalificar, de legitimar o no, de dar voz, de convertir un hecho en un acontecimiento público. Este poder se concentra en quien elige la noticia de primera página, en aquel que selecciona la foto, en el encargado de decidir los espacios que van a ocupar las diferentes informaciones, en el que finalmente determinará si un hecho se convierte en crónica o no⁶⁹.

2.2.1.2. *La agenda-setting*

Los medios de comunicación son, aparte de productos de consumo, “actores clave de la sociedad de la información (...) encargados de construir y transmitir las bases, las

⁶⁶ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 57.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 58.

⁶⁸ *Ibid.*, p. 58.

⁶⁹ Berger, citado por Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 59.

imágenes y los calores que una sociedad necesita para recuperarse y perpetuarse”⁷⁰, incluso, muchas veces, son “el único contacto que pueden (los ciudadanos) tener con la política”⁷¹.

Los periódicos proveen una serie de señales acerca de la prominencia de los temas en las noticias diarias -la nota principal en la portada, noticias en primeras planas, titulares con tipografía grande (...). Estas señales, repetidas día tras día, comunican efectivamente la importancia de cada tema. En otras palabras, los medios pueden establecer la agenda para la atención del público hacia un pequeño grupo de asuntos alrededor de los cuales se forma la opinión pública.⁷²

Según Walter Lipmann⁷³, los medios son la fuente principal de las “imágenes en nuestras cabezas” acerca de la vasta cantidad de asuntos públicos: “Lo que sabemos del mundo está grandemente basado en lo que los medios deciden contarnos”. El resultado de esta visión mediatizada es que las prioridades de los medios influyen fuertemente las prioridades del público. Sin embargo, tal como explica Cohen, “la prensa puede no ser exitosa la mayoría del tiempo en decir a la gente qué pensar, pero es sorprendentemente exitosa en decir a sus lectores de qué pensar”⁷⁴. Se habla entonces de un proceso de persuasión, en el que se guía a la gente a hablar de determinados temas.

Según McCombs⁷⁵, los temarios o agendas se definen en torno a objetos. Estos objetos son las cosas en las cuales la atención de los medios y del público está ubicada. Estos objetos, además, tienen atributos, es decir, características que lo describen. “Para cada objeto, hay además una agenda de atributos porque cuando los medios o el público piensan y hablan sobre un objeto, algunos atributos son enfatizados mientras otros reciben menos atención y algunos no reciben ninguna atención”⁷⁶. De esta manera, la agenda de asuntos o temas que presentan los medios “influyen acerca de qué son las imágenes en

⁷⁰ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 59.

⁷¹ Maxwell McCombs y Donald Shaw, “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *The Public Opinion Quarterly*, 26 (1972): 176, en línea: <http://www.scribd.com/doc/57007853>, fecha de acceso al documento: 16 de octubre de 2011.

⁷² Maxwell McCombs, op. cit., p. 1.

⁷³ Walter Lippmann, *Public opinion*, Nueva York, Macmillan, 1922, p.29. citado por Maxwell McCombs, op. cit., p. 2.

⁷⁴ Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton, Princeton University Press, 1963, p. 120, citado por Maxwell McCombs y Donald Shaw, op. cit., p. 177.

⁷⁵ Maxwell McCombs, op. cit., p. 5.

⁷⁶ *Ibid.*, p. 5.

nuestra cabeza”⁷⁷, y asimismo, la agenda de atributos para cada asunto, figura pública u otros objetos influencia las figuras mismas que el público mantiene en mente.

Así, la *agenda-setting* o fijación del orden temático afirma que los medios influyen en la forma en la que la gente ve el mundo de tres maneras⁷⁸: estableciendo temas sobre los que la gente debe hablar, ofreciendo las perspectivas que debe adoptar sobre los temas de los que habla y jerarquizando su importancia.

Según la teoría de la *agenda-setting*, el público percibe que los hechos que los medios seleccionan son los que se debe conocer y sobre los que hay que opinar. Ese establecimiento de prioridades consigue que un tema se convierta “en foco de atención pública, de pensamiento y de discusión, y es el primer peldaño en la formación de la opinión pública”⁷⁹. Los aspectos de un asunto que se cubren en las noticias y el énfasis en esos aspectos marcan una considerable diferencia en cómo las personas ven ese tema. “Del patrón de la cobertura total de las noticias, el público aprende lo que los periodistas consideran que son los asuntos importantes y quiénes son las figuras públicas del día”⁸⁰.

Sin embargo, los medios disponen la *agenda-setting* solo cuando los ciudadanos perciben que sus historias son relevantes. Esto se explica mediante un rasgo psicológico básico: la necesidad de orientación, y este grado de necesidad de orientación varía entre un individuo y otro. La necesidad de información se define por dos componentes⁸¹: la relevancia y la incertidumbre.

La relevancia es la “condición que determina el nivel de necesidad de información de cada individuo”⁸²; si el nivel de relevancia es bajo para un individuo, la necesidad de orientación es baja también. La incertidumbre, entonces, actúa cuando la relevancia es alta

⁷⁷ *Ibid.*, p. 6.

⁷⁸ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 59.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 59.

⁸⁰ Maxwell McCombs, op. cit., p. 8.

⁸¹ *Ibid.*, p. 9.

⁸² *Ibid.*, p. 9.

y determina la necesidad de información. Si la incertidumbre es poca, la persona siente que entiende básicamente el tema y no necesita mayor información; pero si la incertidumbre es alta, la necesidad de orientación lo es también y estos individuos son los ávidos consumidores de noticias.

“Cuando los medios proveen de información que los ciudadanos encuentran relevante y útil (...), hay una audiencia sustancial y hay una influencia de los medios en la prioridades que los ciudadanos asignan a los asuntos de un día”⁸³. Entonces, con la prominencia de un tema o asunto, se enlaza la formación de opiniones de la audiencia. McCombs da un ejemplo: con el incremento de prominencia de figuras públicas en las noticias, más personas pueden moverse de una posición neutral y formar una opinión acerca de estas personas.

Según la teoría, hay tres mecanismos base que se utilizan para poder manejar la información según la *agenda-setting*⁸⁴:

- Tamaño o extensión: Se refiere al número de páginas en un periódico, el número de caracteres de la nota, o el espacio televisivo o radiofónico que le brinden a una noticia.
- Frecuencia: Se refiere al día en que salió la noticia (los días lunes la gente está más al tanto de lo que acontece, ya que compra más periódicos el día domingo), qué tanto seguimiento se le dio al acontecimiento y cuántos días salió en los primeros bloques o planas.
- Lugar o ubicación: Se refiere a la parte en la que fue agendada la noticia en un periódico, la plana en la cual fue colocada la nota.

⁸³ Íbid., p. 11.

⁸⁴ “Teoría del establecimiento periodístico de temas”, *Wikipedia*, en línea: http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_establecimiento_period%C3%ADstico_de_temas

2.2.2. Tematización

La tematización es la colocación de un tema en el centro de la opinión pública, “es el proceso de formación de la opinión pública en la sociedad”⁸⁵. Sin embargo, este proceso se da solo en algunos temas, en los que se centra la atención del público.

“La función de tematización es relevante porque nos muestra uno de los roles más importantes de los *mass media*, con especial incidencia en el ámbito de la política”⁸⁶, dice Miguel Rodrigo Alsina.

La tematización, más que exponer temas, centra la atención en determinados temas; “de esta forma, las noticias se asocian a términos más generales”⁸⁷. “Tematizar, desde un punto de vista más concreto, significa disponer de criterios no sólo argumentativos, sino de conveniencia útil y de influencia práctica, con base en la cual un determinado tema debe inscribirse en la ‘agenda política’ de una colectividad nacional”⁸⁸.

La opinión pública, según explica Alsina recogiendo la idea de Giorgio Grossi en su artículo “La comunicazione politica tra partiti e mass media”, es el “lugar de producción de efectos de realidad públicamente relevantes, es la definición y la negociación colectiva del sentido de determinados procesos y decisiones”⁸⁹.

Sin embargo, en la tematización, Alsina habla de un “sistema informativo”, es decir, no es un solo medio el que tematiza un acontecimiento sino varios, “el sistema informativo en general”. “Un tema repetido por distintos medios entra en el círculo de atención pública por el efecto de adición o eco”⁹⁰.

⁸⁵ Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, op. cit., p. 57.

⁸⁶ Miguel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós Ediciones, 1993, p. 106.

⁸⁷ *Ibid.*, p. 107.

⁸⁸ C. Marletti, *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione politica*, Turin, RAI, 1985, p. 25, citado por Miguel Rodrigo Alsina, op. cit., p. 107.

⁸⁹ Giorgio Grossi, “La comunicazione politica tra partiti e mass media”, *Comunicare politica* (Milán): 26, citado por Miguel Rodrigo Alsina, op. cit., p. 106.

⁹⁰ Miguel Rodrigo Alsina, op. cit., p. 107.

Por otro lado, la tematización es también concretada por la discusión de la modalidad de memorización de los temas por el público, según Agostini⁹¹. “La memorización por el público es condición *sine qua non* de la tematización”⁹², dice Alsina.

En la construcción del temario, el público recuerda la información en tres niveles⁹³:

- La etiqueta de mayores problemas
- La especificación del tema principal, su causa y soluciones
- Pros y contras de las soluciones propuestas y sus autores

En la prensa, se dan estos tres niveles, mientras que en la TV solo se da el primero. De ahí, Agostini concluye que la tematización es una de las funciones de la prensa frente a los medios audiovisuales.

En la tematización, para Agostini, se dan complejas consideraciones que se juntan tres grupos: consideraciones en cuanto a la cualidad de la información ofrecida, consideraciones en cuanto a la política editorial, y consideraciones en cuanto a la línea editorial del periódico. Otra variable a considerar es el ámbito de la prensa: nacional o local.

Según Agostini, existe una tipología de los casos en los que puede producirse la tematización:

- Casos excepcionales. “Estos casos contradicen el carácter potencialmente racional de la tematización”⁹⁴, ya que se trata de lo que el autor llama una “tematización involuntaria”, en donde se produce una selección ideológica e irreflexiva propia de la rutina periodística.

⁹¹ A. Agostini, “La tematizzazione. Selezione e memoria dell’informazione giornalistica”, *Problemi dell’Informazione*, n. 4: 539, citado por Miguel Rodrigo Alsina, op. cit., p. 108.

⁹² Miguel Rodrigo Alsina, op. cit., p. 108.

⁹³ M. Benton y P. J. Frazier, “The agenda-setting function of mass media at three levels of ‘information molding’”, *Communication Research*, citado por Miguel Rodrigo Alsina, op. cit., p. 108.

⁹⁴ Miguel Rodrigo Alsina, op. cit., p. 109.

- Grandes cuestiones de la vida colectiva. Son los problemas políticos, económicos, culturales, de costumbres y morales, que se pueden tratar informativamente o de forma espectacular.
- Todas las iniciativas propias de un periódico de profundizar de modo autónomo en determinado tema.

Dice Alsina que los dos primeros casos son de información obligada. “La ley de la concurrencia del sistema occidental de la prensa impone que no se pueda ignorar la información”⁹⁵; es decir, la coyuntura dicta que algunos hechos no se pueden dejar fuera del temario de un diario, y la coyuntura misma puede dictar la tematización.

En el tercer caso, son hechos no determinados por la actualidad vivida. “En este caso, la organización del trabajo periodístico está más preprogramada y es más autónoma con relación al acontecer”⁹⁶. De darse un caso de tematización en algo que no responde a la coyuntura, es el periódico mismo el que lo decide.

2.2.3. Telepolítica

Según Giovanni Sartori, la democracia y la opinión pública van de la mano. “A la democracia representativa le es suficiente, para existir y funcionar, con el hecho de que el público tenga opiniones *suyas*, nada más, pero, atención, nada menos”⁹⁷.

La televisión basa su contenido en las imágenes. En el caso de las noticias, éstas no existen si no hay imágenes para mostrarse. Sin embargo, a diferencia que los periódicos, la televisión y la radio no necesitan ser leídas, por lo que cualquier persona que hable el idioma puede entender.

⁹⁵ *Íbid.*, p. 110.

⁹⁶ *Íbid.*, p. 110.

⁹⁷ Giovanni Sartori, “Homo Videns”, en línea: <http://www.scribd.com/doc/13042160/Giovanni-Sartori-Homo-Videns>, formato PDF, fecha de acceso al documento: 4 de abril de 2012, p. 23.

Desde este punto de vista se crea una sociedad “teledirigida”, según habla Sartori, que está envuelta en un círculo vicioso. Los sondeos de opinión que se muestran en las noticias revelan tendencias de una sociedad que solo se informa de lo que la televisión informa. Lo que sucede es que la TV omite ciertos temas por la dificultad de obtener imágenes, como son los internacionales.

Los políticos muchas veces basan sus decisiones en los sondeos de opinión. Sin embargo, como explica Sartori⁹⁸, la opinión de la gente puede cambiar de acuerdo a la manera en que esté formulada la pregunta. De igual forma, las respuestas pueden responder a una necesidad de contestar algo y no necesariamente a una opinión basada en creencias.

2.3. El discurso

2.3.1. Definición y límites del discurso

“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”⁹⁹.

Casamiglia y Tusón hablan de que, desde el punto de vista discursivo, “hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto”¹⁰⁰. Por lo tanto, no solo el discurso sino también el texto o el habla tienen siempre una finalidad que, claro, va cambiando de acuerdo al contexto.

El discurso, indiscutiblemente, está atravesado por lo ideológico. Foucault indica que, de hecho, tiene mucho que ver con el poder: “El discurso no es simplemente aquello

⁹⁸ *Ibid.*, p. 24.

⁹⁹ Teun A. Van Dijk e Iván Rodrigo Mendizábal, *Análisis del discurso social y político*, Quito, Abya-Yala, 1999, p. 104.

¹⁰⁰ Helena Casamiglia y Amparo Tusón, *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel, 2001, p. 15.

que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse”¹⁰¹.

Un concepto más amplio de discurso es aquel de Sánchez Parga: “El discurso es algo más que representación; es decir, rebasando los efectos de la estructura social como simple ideología, se presenta también como un exponente de la constitución de los actores sociales y sus prácticas”¹⁰².

Los discursos, al ser coherentes, tienen ciertas reglas y normas para su elaboración. Como se habla de que el discurso tiene una finalidad, la coherencia del discurso tiene que llevar a ese objetivo.

2.3.1.1. *El discurso escrito*

La escritura está presente en la sociedad por miles de años. Sin embargo, en comparación con el habla, “al modo escrito se le otorga más calor y prestigio por ser este el vehículo de la expresión política, jurídica y administrativa, de la expresión cultural y de la comunicación periodística”¹⁰³.

Casamiglia y Tusón hablan de que el texto escrito ha alcanzado un “prestigio” inalcanzable por la mayoría de actividades orales ordinarias.

Los textos escritos tienen unas características de permanencia en el tiempo que el texto oral no tiene. Estos se exponen, se archivan y circulan, desde los más simples hasta los más elaborados, es decir, su información es durable¹⁰⁴.

¹⁰¹ Michel Foucault, *El orden del discurso*, México D.F., Grupo de publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, s/f, citado por Teun Van Dijk e Iván R. Mendizábal, op. cit., p. 122.

¹⁰² Teun Van Dijk e Iván R. Mendizábal, op. cit., p. 119.

¹⁰³ Helena Casamiglia y Amparo Tusón, op. cit., p. 73.

¹⁰⁴ *Íbid.*, p. 75.

Elementos no verbales de la escritura

Si bien un texto sin un lector pierde todas las características del habla como expresiones faciales, movimientos y gestos, hay objetos reales que hacen de soporte del texto escrito.

“El soporte de la comunicación escrita se materializa en objetos reales, autónomos, que aparecen en contextos materiales determinados”¹⁰⁵. Genette, citado por Casamiglia y Tusón, llama paratexto a este conjunto de códigos semióticos.

Casamiglia y Tusón hablan de cuatro aspectos para determinar las condiciones paratextuales¹⁰⁶ (tratado en el análisis morfológico):

- El material del soporte: papel, piedra, valla, ordenador, etc.
- El formato: medida del papel, tamaño de la página, cantidad de páginas, etc.
- Tipografía y diseño gráfico: la disposición de los componentes gráficos, la estética, tipografía, tamaño de la letra, etc.
- La combinación de otros códigos semióticos.

2.3.2. El discurso noticioso

Van Dijk habla de la noticia como “un tipo de texto o discurso tal como es expresado, utilizado o hecho público en los medios periodísticos o los medios de información pública”¹⁰⁷. Empero, plantea más adelante que cabe separar la noticia como ítem físico y la noticia en el sentido de su significado: la información.

¹⁰⁵ Íbid., p. 86.

¹⁰⁶ Íbid., p. 86.

¹⁰⁷ Teun A. Van Dijk, *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona, Ediciones Paidós, 1990, p. 17.

Sin embargo, a través de la noticia se puede construir la realidad. “La noticia no se caracteriza como una imagen de la realidad, que puede ser correcta o deformada, sino como un marco a través del cual se construye rutinariamente el mundo social”¹⁰⁸.

Así como la elección de los contenidos a publicarse esconde un objetivo de colocación de un tema en la opinión pública, las noticias, en cambio, representan una realidad que es en sí misma una construcción ideológica, basada en las definiciones dadas por las fuentes acreditadas y escogidas por los periodistas¹⁰⁹.

2.3.2.1. *Estilo periodístico*

“El estilo es el resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones opcionales de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado”¹¹⁰, dice Van Dijk.

En la actualidad, se afirma que no hay estilo “neutro” o “ningún estilo”, todo uso del lenguaje se reconoce como poseedor de un estilo¹¹¹.

Éste está siempre controlado por su contexto comunicativo. En el caso de los medios, el estilo sería las características que se asocian con éste.

Dentro de estas características, se reconoce, por ejemplo, que no hay casi ningún acto del habla que se refiera al lector: no hay, así, ningún “usted” en las noticias. “De ahí que, estilísticamente, lo lógico sea una distanciación con respecto al usualmente implícito lector”¹¹².

Ahora, los lectores constituyen un grupo grande de personas, por lo que se puede considerar a las noticias como un discurso público. Esto significa que una cantidad de

¹⁰⁸ *Íbid.*, p. 22.

¹⁰⁹ *Íbid.*, p. 28.

¹¹⁰ *Íbid.*, p. 49.

¹¹¹ *Íbid.*, p. 109.

¹¹² *Íbid.*, p. 112.

conocimiento generalmente compartido, creencias, normas y valores debe ser presupuesta para que la noticia sea inteligible¹¹³; el estilo debe llevar los indicadores de esas presuposiciones.

El estilo periodístico es además impersonal, producido por organizaciones institucionalizadas y no por individuos, por lo que no solo no hay “usted” sino que tampoco hay un “yo”.

Además, este estilo “está controlado por los posibles temas del discurso informativo”¹¹⁴. Estos se determinan por la coyuntura.

Muestra también características de comunicación formal, que se explican por la naturaleza impersonal e institucional de los textos. Es así que “los coloquialismos cotidianos, el estilo del lenguaje hablado y los registros lexicales específicos son inapropiados y se admiten solo entre comillas”¹¹⁵.

Finalmente, por los procesos de producción y edición de noticias, y para evitar errores, “la sintaxis y la lexicalización deben también estandarizarse”¹¹⁶. Las limitaciones de espacio pueden también requerir un estilo compacto y directo.

2.3.2.2. *La sintaxis periodística*

“La sintaxis de la oración en el discurso periodístico puede ser bastante compleja”¹¹⁷, señala Van Dijk. Se refiere a que no hay muchas oraciones de cláusula simple, sino que los periódicos están llenos de oraciones complejas con varias cláusulas.

¹¹³ Íbid., p. 113.

¹¹⁴ Íbid., p. 114.

¹¹⁵ Íbid., p. 114.

¹¹⁶ Íbid., p. 115.

¹¹⁷ Íbid., p. 116.

Van Dijk argumenta que, tras un análisis de la prensa, se descubrió en periódicos tanto del primer como del tercer mundo que la extensión promedio de la oración es de 25 palabras y que existían 2,5 cláusulas en promedio dentro de la cláusula principal.

2.3.2.3. Fuentes y citas

Tal como indica Van Dijk, la mayor parte de las noticias trata acontecimientos que no permiten testigos oculares; entonces, los periodistas obtienen la información de otros medios, agencias o informes ajenos. “Su objetividad debe imponerse de diferentes maneras, y la estrategia retórica utilizada consiste en una sutil utilización y citación de las fuentes”¹¹⁸.

Existe además una jerarquización de fuentes de acuerdo a su fiabilidad. “Las fuentes de élite no sólo se consideran de más valor informativo, sino también más fiables como observadores y emisores de opiniones”¹¹⁹.

Las citas de las fuentes son utilizadas como descripciones más cercanas a la verdad y más fiables. “Las citas no solamente convierten el informe periodístico en algo más vivo, sino que son indicaciones directas de lo que se dijo en realidad y, a partir de ahí, de lo que es verdad-cómo-acto-verbal (sic)”¹²⁰.

2.3.3. El discurso político

2.3.3.1. Definición y límites del discurso político

El lenguaje político que forma parte de un discurso se definiría como aquel que busca tener influencia sobre sus receptores “para lograr el poder como acto de decisión o

¹¹⁸ *Íbid.*, p. 29.

¹¹⁹ *Íbid.*, p. 130.

¹²⁰ *Íbid.*, p. 130.

de sanción”¹²¹. Lasswell habla de que el lenguaje de la política es el lenguaje del poder y, por ende, de la toma de decisiones, lo cual supone tendencias, noticias controversiales y debates¹²².

Según Alfredo Ascanio Guevara, la ciencia política se interesa principalmente por la forma masiva de comunicar por dos razones fundamentales¹²³:

1. Por las consecuencias persuasivas directas o indirectas, mediatas o inmediatas que la comunicación masiva pueda tener sobre el sistema político (...).
2. Por la naturaleza de la audiencia, relativamente grande, anónima y heterogénea, ya que las apelaciones a la coherencia personal tendrán poca influencia y, por eso, se apela a las pertinencias de las normas sociales en su contexto específico.

Van Dijk define rápidamente discurso político como “aquello dicho por sus autores o actores, los políticos”¹²⁴, y define políticos como aquellos que “son pagados para que hagan sus actividades (políticas), y son elegidos o nombrados como los jugadores centrales en la política”¹²⁵.

Desde este punto de vista, cualquier pronunciamiento que realice un político sería un discurso político; sin embargo, Van Dijk habla de una relación texto-contexto, que es la que define el discurso: se puede encontrar casos de sujetos no políticos que brindan un discurso político o de políticos que, hablando de su vida personal, por ejemplo, no tratan un discurso político.

En el primer caso, dice Van Dijk, “una vez que ubicamos la política y sus discursos en la esfera pública, muchos otros participantes en la comunicación política aparecen sobre

¹²¹ Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 22.

¹²² Harold Lasswell, *Lenguaje of Politics: Studies in Quantitative Semantics*, Cambridge, The MIT Press, 1965, p. 8, citado por Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 22.

¹²³ Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 16.

¹²⁴ Teun A. Van Dijk y Rodrigo Mendizábal, op. cit., p. 12

¹²⁵ *Íbid.*, p. 13.

el escenario¹²⁶. De hecho, la actividad política incluye a la gente (entendida como ciudadanía, votantes, incluso “el pueblo”), miembros de grupos de presión, activistas, disidentes, y, en este punto, se puede incluir también a la familia de los políticos si es que toman parte en la esfera pública.

En este caso, se limita también el discurso a cuando los participantes del discurso político actúan como actores políticos, y por lo tanto, “como participantes en acciones políticas como gobernar, protestar, estar disconformes o votar¹²⁷. Es decir, la relación del discurso con su contexto es la que lo hace político.

En el segundo caso, “los políticos hablan políticamente también (o únicamente) si ellos y su habla están contextualizados en sucesos comunicativos como reuniones de Gabinete, jornadas parlamentarias, campañas proselitistas, entrevistas con medios, prácticas burocráticas, etc.”¹²⁸.

Si se categoriza a los actores políticos de la esfera pública, el discurso político de más alto nivel, no hay duda, es el del Jefe de Estado. La agenda informativa de los medios gira en torno a las actividades del Primer Mandatario. “En este discurso (el del presidente), pueden encontrarse palabras o temas claves que deben aparecer con elevada frecuencia y con determinada orientación o valencia, lo cual le otorga peculiaridades retórico-ideológicas al mensaje político, porque se toma algún tipo de partido sobre el discurso¹²⁹.”

2.3.3.2. *Características de discurso político*

Aparte de la delimitación de que este discurso habla de temas políticos, es público y es hablado por una persona dentro de actos que se considerarían políticos, hay ciertas características que lo denotan como tal. “Tanto en la política como en la ciencia política, el

¹²⁶ *Íbid.*, p. 13.

¹²⁷ *Íbid.*, p. 15.

¹²⁸ *Íbid.*, p. 15.

¹²⁹ Alfredo Ascanio Guevara, *op. cit.*, p. 23.

discurso es visto primariamente como un tipo de acción política y como parte del proceso político”¹³⁰.

Van Dijk dice que se puede hablar de una “jerga” política, que define como palabras típicamente de esa rama. Sin embargo, no se puede reservar ciertas estructuras meramente a los géneros políticos y sus contextos.

Empero, se puede hablar más de una actitud en cuanto al discurso político. “La ‘lengua oficial’ de las decisiones de Gobierno o de la jerga legal de los presupuestos, leyes y regulaciones es un tanto discursiva, política y legalmente mandataria”¹³¹, dice Van Dijk.

La elección de las palabras que se usan en un discurso no es, obviamente, fortuita; se seleccionan con criterios que pueden responder al fin que tenga un discurso. En el caso político, se pueden utilizar “porque enfatizan o no las opiniones y actitudes políticas, acopian apoyos, manipulan la opinión pública, fabrican el consenso político, o legitiman el poder político”¹³².

2.3.3.3. *Temas*

Como ya se dijo en la definición del discurso político, el tema es una delimitación para éste. Sin embargo, el abanico de temas a abordarse en éste es bastante amplio, aunque se puede hablar de tópicos preferidos.

“Ante todo, el discurso político será primariamente sobre política”, dice Van Dijk¹³³. Según Sidney Verba, la cultura política es un sistema de creencias empíricas expresadas mediante símbolos y valores, los cuales definen la situación dentro de la cual una acción política cualquiera tiene lugar¹³⁴. La cultura política, de hecho, es un aspecto

¹³⁰ Teun A. Van Dijk e Iván R. Mendizábal, op. cit., p. 28.

¹³¹ *Íbid.*, p. 38.

¹³² *Íbid.*, p. 38.

¹³³ *Íbid.*, p. 39.

¹³⁴ Sidney Verba, “The Political Culture Approach”, *The Conduct of Political Inquire* (Nueva Jersey), 1970: p. 208, citado por Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 17.

significativo de la política, igual que las actitudes políticas de los líderes de opinión a través de los llamados actos del habla¹³⁵.

En Latinoamérica, y en el Ecuador principalmente, un elemento que ha estado siempre presente en el discurso político, más allá de que el que hable sea de izquierda o de derecha, es el populismo. Es decir, el discurso político ecuatoriano ha sido elaborado, desde el retorno a la democracia, siguiendo la estructura del populismo.

“Se trata de un movimiento profundamente clasista y que puede incluso sacrificar la democracia que proclama en aras de permanecer en el poder”, dice Ascanio Guevara¹³⁶.

Alexandre Dorna habla de siete elementos básicos del populismo¹³⁷:

- El fin justifica los medios
- Las imágenes que se manejan se relacionan con símbolos en su vestimenta y en sus formas de actuar y realizar sus arengas o propuestas.
- Se necesita un contacto mítico con la masa
- Se opone con energía al orden establecido y a las élites políticas y empresariales
- Se inclina hacia las teorías conspirativas y es capaz de recurrir a la violencia
- Es un modelo nostálgico que coloca su mirada en el pasado
- Sacrifica el acto de gobernar para impulsar sus creencias

El populismo se centra además en la imagen de un líder carismático, “de contacto directo, caluroso y con energía contagiosa”, que usa mucho los símbolos¹³⁸.

Dorna asimismo además características presentes en este discurso que van más allá de los límites geográficos y de las diferencias culturales¹³⁹:

- Lenguaje simple, con pocos términos técnicos, fácilmente comprensibles.

¹³⁵ Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 17.

¹³⁶ Íbid., p. 144.

¹³⁷ Íbid., p. 144.

¹³⁸ Íbid., p. 145.

¹³⁹ Alexandre Dorna, “Materiales para el estudio del discurso político populista”, en línea: <http://psicologia.academia.cl/dorna.doc>, formato DOC, fecha de acceso al documento: 14 de diciembre de 2011, p. 51

- Fuerte presencia de promesas construidas en voz pasiva, sin actante explícito, pero describiendo con energía un impulso colectivo y una visión de futuro.
- Bipolarización del discurso generalmente actitudinal (por o contra), polémica y tajante. Por un lado, nosotros y por otro, los otros, connotados negativamente.
- El elogio del pueblo; la identificación a veces folklórica con sus raíces, atraviesa los discursos.
- La crítica de las élites dirigentes se transforma en *leitmotiv* como corolario de la lucha contra el statu quo impuesto por el *establishment*, la clase política y las fuerzas ilegítimas.
- La asunción discursiva se hace en torno de un “yo” siempre puesto por delante, así como otros pronombres personales: “conmigo, mi país, mis compatriotas...”.
- Hay siempre una oposición “ellos-nosotros”, y un “nosotros” que engloba al pueblo y al orador en un todo dinámico: “nuestra patria, nuestro porvenir...”.
- Los principales referentes son: la nación, el pueblo, el “nosotros”, la élite (connotada negativamente), la patria, los ricos, los abandonados, la soberanía...
- La utilización masiva de figuras retóricas particularmente: la repetición, la metáfora, la alegoría, la ironía, la antítesis, la parábola...
- El léxico, la gramática y la semántica están ahí para producir una suerte de música, con ritmo que hechiza.
- El orador utiliza a menudo la tercera persona hablando de sí mismo, a fin de poner en escena su propio personaje y teatralizar sus actos.
- El estilo es directo, con un hablador franco que rompe el discurso vacío tradicional de la clase política y de los funcionarios de la tecnocracia.
- La utilización masiva de una semántica con fuerte carga afectiva, que por analogía, reemplaza fácilmente la demostración de la lógica formal.

- Referencia permanente de la historia de la nación a fin de subrayar la pertenencia, la proximidad y las raíces personales.
- Dramatización y teatralización de los desafíos y las elecciones políticas.
- Gestualidad firme y rítmica, en que las palabras claves son puntuadas de manera repetida.
- Llamado a la cohesión nacional en torno a símbolos y a palabras claves que devuelven a viejos clivajes ideológicos.
- Evocación de los grandes mitos (nacionales) fundadores y fuerte explotación hábil de la leyenda y de las imágenes populares.

A pesar de que ya hemos tenido a muchos líderes populistas, la figura no cambia de discurso pero, como parte él, rechaza las viejas prácticas.

“Las experiencias que han tenido los individuos con el proceso político de un país conforman la cultura política de la nación, y la manera de aprender algo de esa cultura es conocer el sistema de creencias (la ideología) de sus principales líderes, pues sus juicios afectan y, a su vez, son afectados por la norma o manera como opera la política”¹⁴⁰, dice Verba.

Van Dijk habla de que hay ciertos temas que son preferidos por el discurso político, que se pueden determinar por la coyuntura del país.

2.3.3.4. *Carisma*

El concepto de carisma, según Max Weber, se enfoca en dos ideas centrales. Por un lado, las características del líder carismático, y por el otro, el reconocimiento que recibe por parte de sus seguidores, que lo legitima. La definición de carisma de Weber es la siguiente:

¹⁴⁰ *Íbid.*, p. 17.

Debe entenderse por *carisma* la cualidad, que pasa por extraordinaria (condicionada mágicamente en su origen, lo mismo si se trata de profetas que de hechiceros, árbitros, jefes de cacería o caudillos militares), de una personalidad, por cuya virtud se la considera en posesión de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas -o por lo menos específicamente extracotidianas y no asequibles a cualquier otro-, o como enviados de dios, o como ejemplar y, en consecuencia, como jefe, caudillo, guía o líder. El modo como habría de valorarse “objetivamente” la cualidad en cuestión, sea desde un punto de vista ético, estético u otro cualquiera, es cosa del todo indiferente en lo que atañe a nuestro concepto, pues lo que importa es como se valora “por los dominados” carismáticos, por los “adeptos”¹⁴¹.

La extraordinariedad del líder le permite ejercer dominación sobre sus adeptos. No se trata de poder puesto que no se trata de imponer su voluntad sino de dominación sobre los seguidores, lo que implica cierta obediencia.

Weber habla de tres tipos de dominación: la racional o burocrática, la tradicional y la carismática. El líder carismático, en el tercer tipo de dominación, no está rodeado de una burocracia y, menos aún de una burocracia profesional, sino de un grupo de seguidores unidos al líder por camaradería de amor, por empatía, por el propio vínculo del carisma (al profeta lo siguen sus discípulos, al príncipe guerrero, su séquito).

2.3.3.5. *Presente vs. futuro y pasado vs. presente*

El discurso político suele estar orientado hacia el futuro. Un tema preferido puede ser los cambios que se han realizado o no, y para esto es necesaria la comparación.

“Es muy común en muchos de los discursos políticos el hecho que las referencias al presente tienden a ser negativas y las que se refieren al futuro, positivas”¹⁴², dice Van Dijk con referencia al discurso oficial y al inicio de un Gobierno. Sin embargo, el discurso de la oposición no es diferente: “También se refiere negativamente al presente y positivamente al futuro”¹⁴³.

¹⁴¹ Max Weber, “Economía y sociedad”, en línea: <http://www.scribd.com/doc/21074496/Weber-Economia-y-sociedad-1>, formato PDF, fecha de acceso al documento: 4 de abril de 2012, p. 1.

¹⁴² Teun A. Van Dijk e Iván R. Mendizábal, op. cit., p. 43.

¹⁴³ *Íbid.*, p. 43.

Según Van Dijk, las referencias al pasado son ambiguas. “Los conservadores pueden aludir a los “buenos tiempos pasados”, del mismo modo que pueden volverse ambientalistas progresivos que se refieren a la naturaleza “no depredada”, como aún los socialistas se ocupan de la solidaridad, la lucha de clases y el beneficio del bienestar que ahora pueden estar siendo destruidos”¹⁴⁴.

2.3.3.6. *Nosotros vs. Ellos*

Gran parte del discurso político se enfoca en evaluaciones, que la mayoría de las veces, son polarizadas. Se trata de evaluaciones positivas de NOSOTROS y negativas de ELLOS: “Mientras NOSOTROS somos democráticos, ELLOS no lo son, y en tanto, NUESTROS soldados, o aquellos que comparten nuestra causa (compañeritos), son combatientes de libertad, los OTROS son obviamente terroristas”¹⁴⁵.

De igual manera, lo que se pretende con esta polarización es minimizar NUESTROS errores mediante la exageración de los de ELLOS. NUESTROS errores serán pequeños deslices, “excepciones e incidentes”, y las descripciones serán mínimas y generalizadas.

“Esta polarización semántica de la dimensión evaluativa de macroproposiciones semánticas es funcional y efectiva en el proceso político, la competencia por votos, el apoyo y la pugna por la supervivencia política y la legitimación”¹⁴⁶, concluye Van Dijk.

Asimismo, NUESTRO grupo será descrito en términos positivos, frente a ELLOS. Dice Van Dijk que, además, los predicados sobre NOSOTROS se harán más bien “de

¹⁴⁴ *Íbid.*, p. 43.

¹⁴⁵ *Íbid.*, p. 44.

¹⁴⁶ *Íbid.*, p. 45.

manera explícita que implícita, directa que indirecta y afirmativa más que presupuesta”¹⁴⁷.
NUESTRAS buenas acciones tenderán asimismo a ser descritas con abundancia.

2.3.3.7. *Léxico*

Cada situación coyuntural tiene palabras preferidas por los políticos que salen de acuerdo a ella. Sin embargo, hay un léxico característico que responde a una elección de este con determinados motivos.

Los adversarios, enemigos, oposición serán descritos en términos negativos. “Considerando que NOSOTROS podemos tener principios morales, los OTROS son fundamentalistas, y en tanto nosotros podemos ser persistentes, los otros son radicales”¹⁴⁸.

El habla política utiliza eufemismos para tratar malas acciones o malos hábitos. Se habla de bombas “pacificadoras” o “daños colaterales”.

El uso de palabras como *nosotros* es inclusivo y puede significar, por ejemplo, alianzas.

2.3.3.8. *Sintaxis*

El estilo sintáctico define también la intención de un discurso. “Se da con el uso de pronombres, variaciones en el orden de las palabras, uso de categorías específicas sintácticas, construcciones pasivas y activas, nominaciones, cláusulas cerradas, sentencias complejas y otras maneras de expresar significados subyacentes”¹⁴⁹.

¹⁴⁷ *Íbid.*, p. 51.

¹⁴⁸ *Íbid.*, p. 55.

¹⁴⁹ *Íbid.*, p. 56.

El uso del plural, como ya se indicó anteriormente, tiene muchas implicaciones, como “alianzas, solidaridad (...) dependiendo de la pertinente cohesión del grupo interno que puede estar siendo construido en el contexto actual”¹⁵⁰.

El orden que se da a las palabras en una oración juega un papel muy importante en el discurso. Según explica Van Dijk, puede tener dos funciones políticas: “el de énfasis o el de mitigación mediante la más o menos colocación destacada de palabras o frases, y donde los medios que subyacen en papeles semánticos se enfocan en él”¹⁵¹.

2.3.3.9. *Retórica*

Se ocupa básicamente de la función persuasiva o estilística de un texto. De hecho, la retórica clásica se describió como el “arte” de persuadir a la gente en el marco de la Asamblea Política. Sin embargo, puntualiza Van Dijk, bajo el uso negativo de la palabra *retórica*, se incluyeron nociones como la verborrea, la deshonestidad y lo inmoral.

La presencia de la retórica “comúnmente tiene funciones persuasivas y, por lo tanto, importancia política en un contexto político de comunicación”¹⁵². “Cuando el lenguaje trata de tener influencias sobre sus receptores para lograr el poder como acto de decisión o de sanción, entonces podemos hablar de la función del lenguaje político”¹⁵³, dice Ascanio Guevara.

Van Dijk señala a la repetición, ya sea de sonidos, formas de oración o significados, como “una de las estrategias importantes que merecen atención respecto de los significados preferidos en modelos mentales y su memorización en intentos de persuasión o luego, de recordación”¹⁵⁴. Violette Morin habla de que la repetición de una

¹⁵⁰ *Íbid.*, p. 56.

¹⁵¹ *Íbid.*, p. 57.

¹⁵² *Íbid.*, p. 59.

¹⁵³ Alfredo Ascanio Guevara, *op. cit.*, p. 22.

¹⁵⁴ Teun A. Van Dijk e Iván R. Mendizábal, *op. cit.*, p. 59.

palabra o de un tema en diversas proposiciones puede hacer variar el significado de la estructura narrativa, porque “una elevada frecuencia o repetición de un tema, al compararse con otro asunto, puede en efecto develar una estrategia contraria a lo que se pensaba en principio de su lectura, y por ello, permite comprender mejor lo que se ha escrito”¹⁵⁵.

El estilo “verborrea”, por ejemplo, se utilizará para describir a detalle las acciones beneficiosas propias o los errores de la oposición. Las hipérboles, lítoles y eufemismos servirán para describir situaciones “en demasía”.

Sin embargo, hay figuras aún importantes, las que “parecen obedecer a un principio de sustitución, para usar y expresar un concepto diferente de lo que uno esperaría en el contexto actual”¹⁵⁶: el caso de la ironía, la metonimia y la metáfora.

2.3.3.10. Estructuras de expresión

Las estructuras de la expresión tienen una función indirecta en el énfasis en determinado significado, por ejemplo. El tono de voz y la entonación puede influir en la atención y comprensión de los que escuchan.

En el caso gráfico, se puede hablar de la tipografía y el tamaño de la fuente, los colores y las fotografías, como se ve en el análisis morfológico.

2.4. Metodología

El presente trabajo se realizará en tres puntos:

1. Se realizará un análisis de la valorización de acuerdo a los parámetros y valores planteados por Jacques Kayser en *El periódico: estudios de morfología*. Para esto, se

¹⁵⁵ Alfredo Ascanio Guevara, op. cit., p. 23.

¹⁵⁶ Teun A. Van Dijk e Iván R. Mendizábal, op. cit., p. 60.

realizará una matriz y se sacará el promedio total cada 15 o 16 días, dependiendo del mes, para observar la evolución de la valorización y comparar entre los tres periódicos.

2. Se analizará la cobertura mediante el conteo, igual, cada 15 o 16 días, de días con noticias sobre Fabricio Correa, días en que el tema sale en la portada, días en que el tema es la nota principal de la portada, días en que la nota es la principal de la página en la que está publicada y días en que ésta ocupa más del 50% de la página. De acuerdo con esto, se analizará la aplicación de la *agenda-setting* y la tematización por parte de los medios analizados.

3. Se utilizarán los puntos que sugiere Van Dijk en *Análisis del discurso político* y se analizará en las noticias sintaxis, fuentes y citas, mientras que del discurso político, se analizará el Nosotros vs. Ellos, el presente vs. futuro, el léxico y la retórica.

Capítulo 3: Análisis

3.1. Registro de identificación de los periódicos escogidos

Diario Hoy

- Nombre del periódico: Hoy
- Lugar de residencia: Quito, Ecuador
- Indicaciones que acompañan al nombre: “Miembro de la AEDEP y de la SIP”
- Periodicidad: Diaria
- Momento de aparición: Matutino
- Difusión: Nacional
- Tiraje: 42 300 de lunes a viernes, 52 875 los sábados y domingos
- Fecha del primer número: 7 de junio de 1982
- Precio: De lunes a viernes ¢50, sábado ¢65 y domingo \$1
- Formato: Estándar
- Número de páginas y número de columnas por página: entre 48 y 109 páginas;
6 columnas por página
- Nombre y dirección del impresor: Edimprés S.A., av. Mariscal Sucre y Catón
Cárdenas, Quito

Diario Expreso

- Nombre del periódico: Expreso
- Lugar de residencia: Guayaquil, Ecuador
- Indicaciones que acompañan al nombre: “De Guayaquil en la vida nacional”
- Periodicidad: Diario
- Momento de aparición: Matutino

- Difusión: Nacional
- Tiraje: 80 761 de lunes a viernes, 76 330 los sábados, y 104 387 los domingos
- Fecha del primer número: 25 de julio de 1973
- Precio: ¢40 entre semana, ¢60 sábados y domingos
- Formato: Estándar
- Número de páginas y número de columnas por página: entre 40 y 60 páginas; 6 columnas por página
- Nombre y dirección del impresor: Granasa S.A., av. Carlos J. Arosemena kilómetro 2.5 y av. Las Monjas, Guayaquil

Diario El Telégrafo

- Nombre del periódico: El Telégrafo
- Lugar de residencia: Guayaquil, Ecuador
- Indicaciones que acompañan al nombre: “El primer diario público”; posteriormente, cambió esta indicación por el tradicional título que mantenía antes de pasar al Estado, “El decano de la prensa nacional”
- Periodicidad: Diario
- Momento de aparición: Matutino
- Difusión: Nacional
- Tiraje: 40 000 entre semana y fines de semana
- Fecha del primer número: 16 de febrero de 1884; refundación el 17 de marzo de 2008
- Precio: ¢25
- Formato: Estándar

- Número de páginas y número de columnas por página: entre 40 y 60 páginas; 6 seis columnas por página
- Nombre y dirección del impresor: Editogran S.A., av. Carlos Julio Arosemena km 1.5, Guayaquil

3.2. Análisis morfológico de prensa

3.2.1. Valorización de las noticias

Para realizar un balance de la valorización que los tres periódicos escogidos le dieron a los temas relacionados con Fabricio Correa, se promedió quincenalmente de acuerdo con los valores asignados por Kayser.

		HOY	EXPRESO	EL TELÉGRAFO
2009	15/jun - 30/jun	86.25	78.75	40.25
	01/jul - 15/jul	58.80	39.83	17.33
	16/jul - 31/jul	34.16	37.03	13.13
	01/ago - 15/ago	2.30	11.63	4.00
	16/ago - 31/ago	10.31	14.66	0.00
	01/sep - 15/sep	38.83	21.30	26.60
	16/sep - 30/sep	47.13	34.20	3.17
	01/oct - 15/oct	24.20	14.60	2.50
	16/oct - 31/oct	31.03	19.09	3.69
	01/nov - 15/nov	20.53	10.97	0.00
	16/nov - 30/nov	3.57	6.07	0.00
	01/dic - 15/dic	1.17	14.17	1.93
16/dic - 31/dic	1.66	0.81	0.75	
2010	01/ene - 15/ene	9.40	2.90	0.00
	16/ene - 31/ene	0.97	0.88	0.00
	01/feb - 14/feb	0.68	0.00	0.00
	15/feb - 28/feb	0.00	0.00	0.00
	01/mar - 15/mar	2.10	0.00	0.00
	16/mar - 31/mar	10.46	1.21	0.00
	01/abr - 15/abr	0.00	0.63	0.00
	16/abr - 30/abr	0.83	0.77	0.00
	01/may - 15/may	5.90	0.00	0.00
	16/may - 31/may	5.75	1.84	0.00
01/jun - 15/jun	15.63	2.00	0.00	

Tabla 1 - Promedio de valorización quincenal

El balance de la valorización muestra que las noticias fueron de más a menos en los primeros dos meses después de la publicación de *Expreso*. Ya para la primera quincena de agosto, se puede notar un descenso en cuanto a la valorización de las informaciones que hablan del hermano del Presidente.

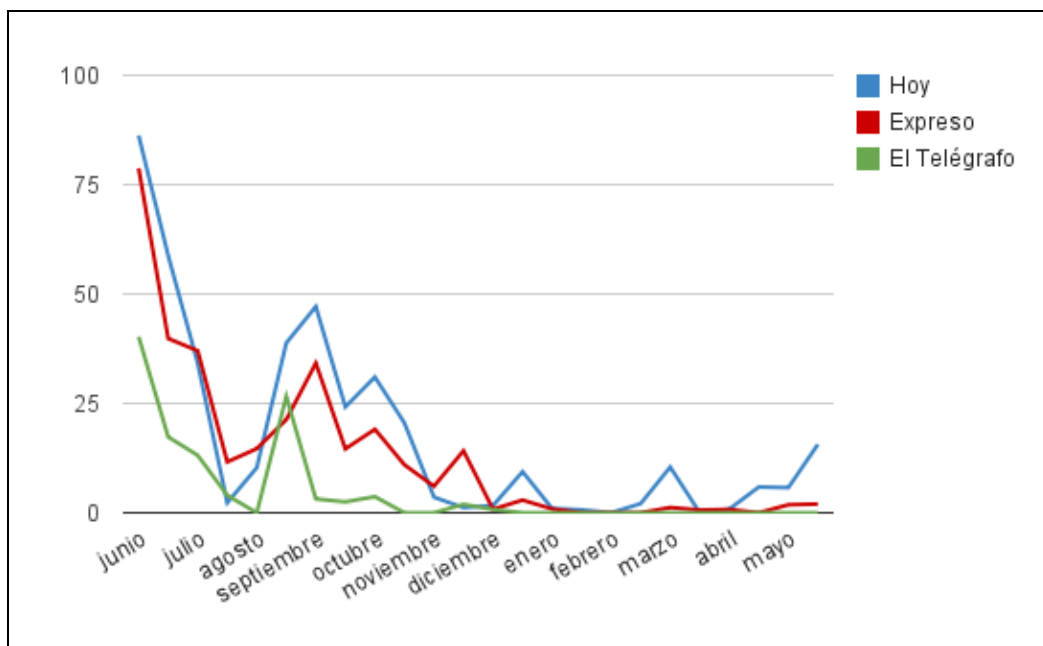


Figura 1 - Promedio de valorización de noticias de junio 2009 a junio 2010

La comparación entre los tres medios de comunicación arroja como resultado que la valorización de la información por parte de los dos diarios privados es mayor en más del 50% a la del diario público, *El Telégrafo*.

El análisis muestra también que la importancia dada por el diario *Hoy* es mayor a la de *Expreso*, algo que refleja la tendencia del medio quiteño, por más que haya sido el guayaquileño el que “destapó” la polémica.

Solo en la quincena de publicación del tema de los contratos de Fabricio Correa con el Estado, se aprecia ya que el promedio de valorización otorgado por *Hoy* (86.25) es mayor al de *Expreso* (78.75) y mayor en más del 50% a aquel de *El Telégrafo* (40.25).

En la segunda quincena de septiembre, la comparación resulta también importante. El 23 de ese mes, el hermano del Presidente se presenta primero en la Fiscalía del Guayas

y luego en la Fiscalía General con “pruebas de corrupción”. En este período, el promedio de valorización de *Hoy* (47.13) sigue siendo superior al de *Expreso* (34.2), mientras que el de *El Telégrafo* es mínimo (3.17).

Desde que se inicia 2010, la cobertura baja drásticamente, sin embargo, el caso más drástico es el del diario público. En *El Telégrafo*, desde el cambio de año, no se da ninguna información que incluya a Fabricio Correa, en comparación con los otros dos diarios, cuya cobertura al hermano del Presidente se reduce pero no hasta llegar a ninguna noticia sobre él.

Los otros periódicos, en cambio, sí dan algunas informaciones que nombran a Fabricio Correa, sobre todo porque él está presto a hablar y criticar al Gobierno, y le dan cobertura a lo que él diga. Además de presentarse en público, el hermano del Presidente planteó una demanda en 2008 contra Alexis Mera, tema que dio de qué hablar después de los contratos y las denuncias.

3.3. Análisis de la cobertura

Como en la valorización, la tendencia de cobertura de noticias en los diarios fue decreciendo.

Diario *Hoy*, en el período del 15 de junio de 2009 al 15 de junio de 2010, registró un total de 134 días de cobertura de temas relacionados con Fabricio Correa, lo que representa un 36.61% de días cubiertos en un año. En el mismo período, diario *Expreso* publicó noticias sobre el tema en un total de 98 días (26.78% de días cubiertos en un año).

Por otro lado, *El Telégrafo* muestra un total de 42 días con publicaciones que se relaciona con el hermano del Presidente, lo que da un 11.48% de días cubiertos durante un año, menos del 50% de los días cubiertos por los dos diarios privados.

Esta omisión de la información por parte de *El Telégrafo* refleja que los lectores del periódico estaban menos al tanto de lo que sucedía con el hermano del Presidente que los de los otros diarios. El Gobierno vio las denuncias de Fabricio como un intento de desestabilizar al Régimen, por lo que no fueron publicadas en el diario público. Incluso, recién publicada la investigación de *Expreso*, el Presidente llamó a los ciudadanos a informarse solo a través de los medios oficiales: *El Telégrafo* y *El Ciudadano*.

Los porcentajes de días en que se publicaron notas sobre Fabricio Correa llevan la misma tendencia que los promedios de valorización. Para la primera semana de agosto, el número de noticias por quincena baja drásticamente: de porcentajes altos de números de días de cobertura, se pasa a porcentajes menores al 20% (tres días con noticias).

		HOY		EXPRESO		EL TELÉGRAFO	
		noticias	%	noticias	%	noticias	%
2009	15/jun - 30/jun	16	100.00	15	93.75	11	68.75
	01/jul - 15/jul	11	73.33	12	80.00	6	40.00
	16/jul - 31/jul	9	56.25	10	62.50	6	37.50
	01/ago - 15/ago	3	20.00	3	20.00	2	13.33
	16/ago - 31/ago	7	43.75	5	31.25	1	6.25
	01/sep - 15/sep	10	66.67	6	40.00	6	40.00
	16/sep - 30/sep	15	100.00	10	66.67	2	13.33
	01/oct - 15/oct	8	53.33	5	33.33	2	13.33
	16/oct - 31/oct	11	68.75	8	50.00	4	25.00
	01/nov - 15/nov	10	66.67	6	40.00	0	0.00
	16/nov - 30/nov	3	20.00	1	6.67	0	0.00
	01/dic - 15/dic	3	20.00	4	26.67	1	6.67
16/dic - 31/dic	2	12.50	1	6.25	1	6.25	
2010	01/ene - 15/ene	4	26.67	3	20.00	0	0.00
	16/ene - 31/ene	1	6.25	1	6.25	0	0.00
	01/feb - 14/feb	1	7.14	0	0.00	0	0.00
	15/feb - 28/feb	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/mar - 15/mar	3	20.00	0	0.00	0	0.00
	16/mar - 31/mar	3	18.75	2	12.50	0	0.00
	01/abr - 15/abr	0	0.00	1	6.67	0	0.00
	16/abr - 30/abr	1	6.67	1	6.67	0	0.00
	01/may - 15/may	2	13.33	0	0.00	0	0.00
	16/may - 31/may	5	31.25	2	12.50	0	0.00
01/jun - 15/jun	6	40.00	2	13.33	0	0.00	
TOTAL	134	36.61	98	26.78	42	11.48	

Tabla 2 - Número de días con noticias sobre Fabricio Correa y porcentaje

La cobertura de *El Telégrafo* al tema es siempre menor a la de *Hoy*, y siempre menor o igual a la de *Expreso*. En el primer mes y medio después de la publicación de *El Holding*, período en que la noticia estaba siendo discutida en el Gobierno, en que autoridades y figuras se pronunciaban sobre el asunto y en que la mayoría de gente ya conocía el tema, la comparación del promedio de días con noticias entre los tres medios arroja que, al igual, los días de publicación son mucho mayores en los dos periódicos privados, lo que refleja un afán de exclusión del tema por parte de el diario público.

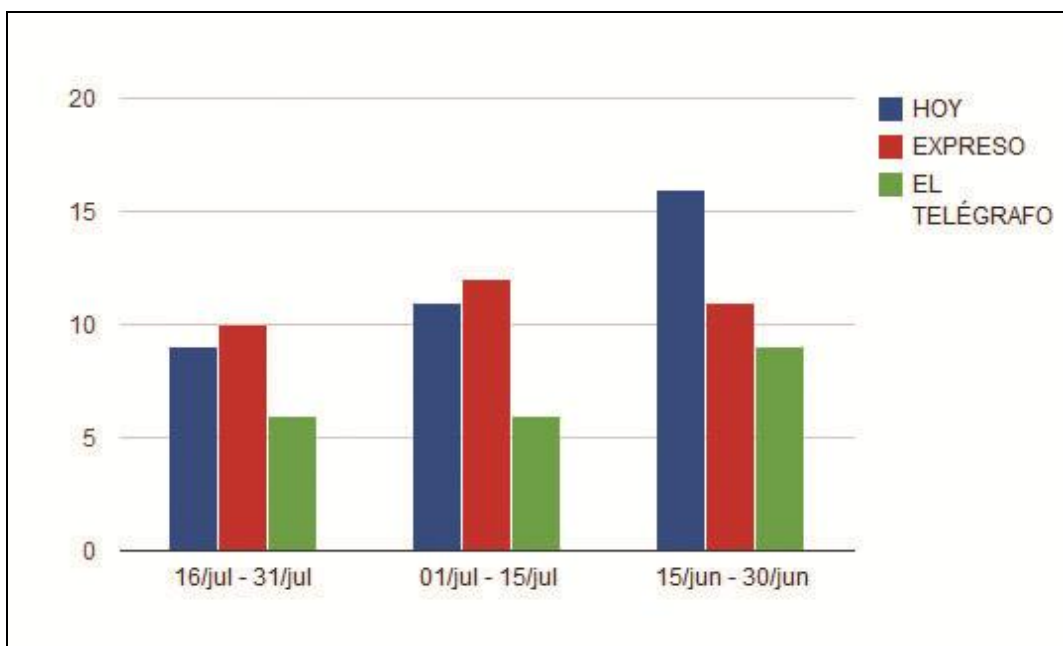


Figura 2 - Días con información sobre Fabricio Correa

Sobre el número de días que se publicó una información sobre Fabricio Correa, se sacó el porcentaje de veces que aparecía el avance de esta nota en página uno o portada (Tabla 3) y se analizó a su vez las veces que, de estar en la portada, era la nota principal en esta página (Tabla 4), ya sea por su ubicación en la parte alta de la primera columna de la izquierda, por el tamaño grande de su tipografía o por la utilización de fotografías o gráficos grandes que ocupen gran porcentaje de la página.

Los datos de la Tabla 3 demuestran, tal como ha sido la tendencia, que *El Telégrafo* dio menos importancia a lo que sucedía con el hermano del Presidente al no colocar información sobre él en la primera plana. Desde la quincena del 16 de septiembre de 2009 hasta el final del período analizado, 15 de junio de 2010, no apareció ni una sola vez información relacionada con el mayor de los Correa en la página uno, lo que se explica también porque, desde el cambio de año, no hay ninguna información en las páginas internas sobre que mencione al hermano del Presidente.

		HOY		EXPRESO		EL TELÉGRAFO	
		noticias	%	noticias	%	noticias	%
2009	15/jun - 30/jun	15	93.75	13	86.67	6	54.55
	01/jul - 15/jul	10	90.91	5	41.67	2	33.33
	16/jul - 31/jul	6	66.67	6	60.00	1	16.67
	01/ago - 15/ago	0	0.00	2	66.67	0	0.00
	16/ago - 31/ago	2	28.57	3	60.00	0	0.00
	01/sep - 15/sep	8	80.00	3	50.00	4	66.67
	16/sep - 30/sep	8	53.33	6	60.00	0	0.00
	01/oct - 15/oct	5	62.50	2	40.00	0	0.00
	16/oct - 31/oct	5	45.45	2	25.00	0	0.00
	01/nov - 15/nov	2	20.00	1	16.67	0	0.00
	16/nov - 30/nov	1	33.33	1	100.00	0	0.00
	01/dic - 15/dic	1	33.33	2	50.00	0	0.00
	16/dic - 31/dic	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2010	01/ene - 15/ene	1	25.00	0	0.00	0	0.00
	16/ene - 31/ene	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/feb - 14/feb	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	15/feb - 28/feb	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/mar - 15/mar	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/mar - 31/mar	2	66.67	0	0.00	0	0.00
	01/abr - 15/abr	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/abr - 30/abr	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/may - 15/may	1	50.00	0	0.00	0	0.00
	16/may - 31/may	1	20.00	0	0.00	0	0.00
	01/jun - 15/jun	2	33.33	0	0.00	0	0.00
TOTAL	70	52.24	46	46.94	13	30.95	

Tabla 3 - Días en que las notas salen en portada y porcentaje

Sin embargo, el porcentaje de veces que la información sale en portada es del 30.95%, cifra que no parece tan baja si no se toma en cuenta que se está hablando de 13

notas en portada en 366 días. De estas 13 noticias, sólo cuatro son escogidas como noticia principal en la primera plana, lo que corresponde al 30.77%

En cuanto a *Hoy*, las dos primeras quincenas posteriores a la publicación de *El Holding* muestran porcentajes de aparición en portada de más del 90% (93.75% en la segunda quincena de junio y 90.91% en la primera quincena de julio), lo que revela la importancia que el diario dio al tema, haciendo que aparezca en portada 25 días en un mes.

En total, en el 52.24% de los días en que se publica información referente a Fabricio Correa, ésta aparece en la página uno. De esta cifra, el 28.57% (20 notas) aparece como noticia principal en la primera plana.

Expreso, por su parte, mostró publicaciones en primera plana mayores a las de *El Telégrafo* pero menores que las de *Hoy*, a pesar de que el matutino guayaquileño fue el responsable de que se revelaran los contratos de Fabricio Correa con el Estado.

En el caso de este diario guayaquileño, en total, el tema se publicó en portada 46.94% de las veces (46 días). De éstas, 12 veces aparece la información como noticia principal de la apretura del diario, lo que equivale a un 26.09%, cifra que resulta baja para el diario que publicó la investigación original de los contratos de Fabricio.

A pesar de que el porcentaje de noticias que son principales en la portada es superior en *El Telégrafo*, se debe considerar que el número de días que este periódico publica información referente al hermano del Presidente es mucho menor al de los otros dos diarios analizados.

En cuanto a los tipos de noticias, se ha diferenciado entre noticias principales –casi siempre ubicadas en la cabeza de columna izquierda de la página y con un porcentaje de más del 25% de la superficie de la página-, noticias secundarias y cortos (llamados “Ocho líneas” en *Hoy*).

		HOY		EXPRESO		EL TELÉGRAFO	
		noticias	%	noticias	%	noticias	%
2009	15/jun - 30/jun	7	46.67	7	53.85	2	33.33
	01/jul - 15/jul	5	50.00	0	0.00	0	0.00
	16/jul - 31/jul	2	33.33	0	0.00	1	100.00
	01/ago - 15/ago	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/ago - 31/ago	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/sep - 15/sep	3	37.50	0	0.00	1	25.00
	16/sep - 30/sep	1	12.50	2	33.33	0	0.00
	01/oct - 15/oct	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/oct - 31/oct	0	0.00	1	50.00	0	0.00
	01/nov - 15/nov	1	50.00	0	0.00	0	0.00
	16/nov - 30/nov	0	0.00	1	100.00	0	0.00
	01/dic - 15/dic	1	100.00	1	50.00	0	0.00
16/dic - 31/dic	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
2010	01/ene - 15/ene	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/ene - 31/ene	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/feb - 14/feb	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	15/feb - 28/feb	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/mar - 15/mar	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/mar - 31/mar	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/abr - 15/abr	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/abr - 30/abr	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/may - 15/may	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/may - 31/may	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/jun - 15/jun	0	0.00	0	0.00	0	0.00
TOTAL	20	28.57	12	26.09	4	30.77	

Tabla 4 - Número de notas principales en portada y porcentajes

El tratamiento del tema como información principal en su página se mantuvo en los tres diarios durante un mes y medio posterior a la publicación; de ahí, salvo pocas excepciones, lo predominante fue las noticias secundarias, por lo que el tema perdió importancia, mas no vigencia.

La publicación de la información como nota principal va siempre acompañada de una fotografía o de algún tipo de gráficos. Además, muchas veces, las notas principales se componen de otras notas inferiores, las que se llaman notas amarradas o fijas, que desarrollan un tema relacionado bajo el mismo gran titular y que pueden contar a veces con una tipografía diferente a aquella del texto primario.

En los tres diarios, durante el primer mes y medio después de la publicación de *El Holding*, el 50% o más de las notas publicadas son notas principales, lo que dio importancia al tema en el período inmediatamente posterior. Después, para principios de agosto, el porcentaje de informaciones principales en su página se reduce, hasta llegar al 0% de cobertura en el caso de *Hoy*.

		HOY		EXPRESO		EL TELÉGRAFO	
		principal	secundaria	principal	secundaria	principal	secundaria
2009	15/jun – 30/jun	87.50	12.50	93.33	6.67	72.73	27.27
	01/jul - 15/jul	72.73	27.27	66.67	33.33	66.67	33.33
	16/jul - 31/jul	66.67	22.22	60.00	40.00	50.00	50.00
	01/ago - 15/ago	0.00	0.00	33.33	66.67	50.00	50.00
	16/ago - 31/ago	14.29	28.57	40.00	40.00	0.00	100.00
	01/sep - 15/sep	40.00	60.00	66.67	16.67	83.33	16.67
	16/sep - 30/sep	33.33	66.67	40.00	20.00	50.00	50.00
	01/oct – 15/oct	25.00	75.00	40.00	40.00	50.00	50.00
	16/oct – 31/oct	45.45	36.36	50.00	50.00	0.00	100.00
	01/nov - 15/nov	40.00	60.00	0.00	100.00	0.00	0.00
	16/nov - 30/nov	0.00	66.67	100.00	0.00	0.00	0.00
	01/dic – 15/dic	0.00	100.00	75.00	0.00	100.00	0.00
16/dic – 31/dic	0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	100.00	
2010	01/ene - 15/ene	50.00	50.00	0.00	100.00	0.00	0.00
	16/ene - 31/ene	0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00
	01/feb – 14/feb	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	15/feb – 28/feb	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	01/mar - 15/mar	0.00	66.67	0.00	0.00	0.00	0.00
	16/mar - 31/mar	33.33	33.33	0.00	100.00	0.00	0.00
	01/abr – 15/abr	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00
	16/abr – 30/abr	0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00
	01/may - 15/may	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	16/may - 31/may	0.00	60.00	0.00	50.00	0.00	0.00
01/jun – 15/jun	50.00	16.67	0.00	100.00	0.00	0.00	

Tabla 5 - Porcentaje de noticias principales y secundarias

Dentro de el espacio que se otorga dentro de una página para el desarrollo de la nota, las noticias principales suelen ocupar –incluidos gráficos, fotografías y notas amarradas- muchas de las veces más del 50% de la superficie informativa de la hoja.

Esta consideración, sobre todo tomando en cuenta que los diarios analizados no destinan más de tres páginas a la información sobre política, significa la asignación de un

espacio considerable para el tema. Además, la frecuente falta de espacio frente a la cantidad de informaciones surgidas durante la jornada hace que el otorgamiento de más de 50% de una página para un tema otorgue gran importancia a dicha noticia.

		HOY		EXPRESO		EL TELÉGRAFO	
		noticias	%	noticias	%	noticias	%
2009	15/jun - 30/jun	14	87.50	13	86.67	1	9.09
	01/jul - 15/jul	7	63.64	4	33.33	4	66.67
	16/jul - 31/jul	3	33.33	5	50.00	3	50.00
	01/ago - 15/ago	0	0.00	0	0.00	1	50.00
	16/ago - 31/ago	1	14.29	0	0.00	0	0.00
	01/sep - 15/sep	2	20.00	1	16.67	4	66.67
	16/sep - 30/sep	4	26.67	1	10.00	1	50.00
	01/oct - 15/oct	2	25.00	1	20.00	1	50.00
	16/oct - 31/oct	4	36.36	3	37.50	0	0.00
	01/nov - 15/nov	2	20.00	0	0.00	0	0.00
	16/nov - 30/nov	0	0.00	1	100.00	0	0.00
	01/dic - 15/dic	0	0.00	2	50.00	1	100.00
	16/dic - 31/dic	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2010	01/ene - 15/ene	1	25.00	0	0.00	0	0.00
	16/ene - 31/ene	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/feb - 14/feb	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	15/feb - 28/feb	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/mar - 15/mar	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/mar - 31/mar	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/abr - 15/abr	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	16/abr - 30/abr	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	01/may - 15/may	1	50.00	0	0.00	0	0.00
	16/may - 31/may	0	0.00	0	0.00	0	0.00
01/jun - 15/jun	0	0.00	0	0.00	0	0.00	

Tabla 6 - Número de noticias que ocupan más del 50% de página y porcentaje

De igual manera, la asignación de más de media página a una noticia significa que la información que se va a dar en ella será amplia, que probablemente se usen más fuentes y que, por lo tanto, el lector va a estar más al tanto de la situación.

Una deducción que harán los lectores del diario es que, ya que se ha otorgado tanto espacio y recursos a determinada publicación, el tema merece la atención y merece ser leído; además, llaman la atención las fotografías y las noticias fijas y amarradas dentro de otra nota, así como el uso de color en muchas de estas publicaciones.

La principal diferencia en cuanto a espacio otorgado se da en los primeros 15 días después de la publicación de *Expreso*. El porcentaje de días en que se publicó información desarrollada en más del 50% de una página es marcadamente superior en los diarios privados frente al 9.09% de *El Telégrafo* (Figura 3).

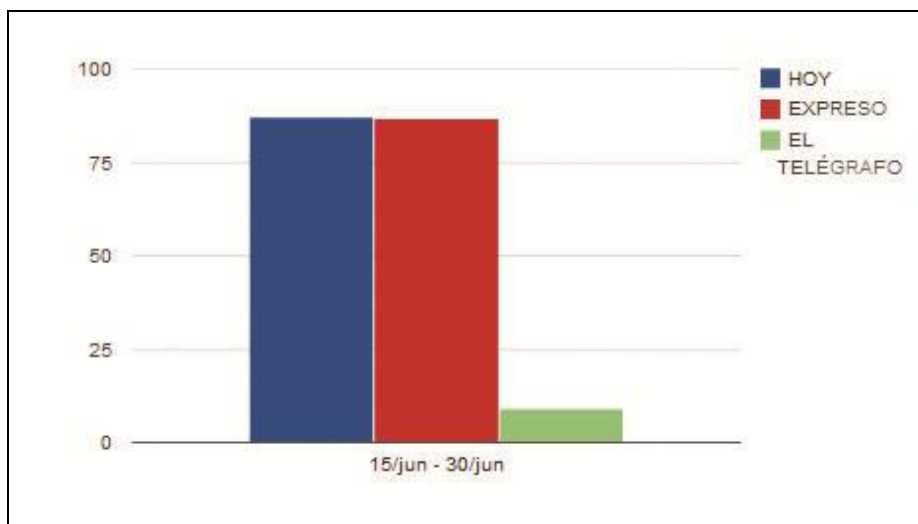


Figura 3 - Porcentaje de noticias que ocupan más del 50% de la página

Todos estos factores influyen en la construcción del temario de los medios. En las redacciones, se decide que el tema de los contratos de Fabricio Correa debía salir con frecuencia y debía también aparecer, por la importancia que se le otorgó al tema, en la primera plana.

Sin embargo, en la construcción del temario de *El Telégrafo*, se omitió muchas veces la información sobre Fabricio Correa, algo que derivaría en unos lectores mal informados sobre el acontecer nacional. Además, nunca se dio en el diario público un resumen de la investigación de *Expreso* o del porqué de la polémica; el periódico simplemente se redujo a hacer eco de las autoridades.

La exclusión de información en contraste con los otros medios por parte del matutino público respondería entonces a un criterio de selección que, en este caso, sería el interés del medio en no dar a conocer el hecho, por su cercanía al Régimen.

Juan Carlos Calderón, autor del libro *El Gran Hermano* y uno de los investigadores de la publicación de *Expreso*, explicó que la “mezquindad” de información por parte de *El Telégrafo* respondería a que el diario público estaba aún en proceso de consolidación como tal: “*El Telégrafo*, que es un diario que en ese momento está iniciando sus procesos de diario público, yo creo que son mucho más cautos, mucho más precavidos porque era un tema que efectivamente afectaba al Gobierno y por tanto se portan mezquinos, diría yo, con la información”¹⁵⁷.

En el caso de *Hoy*, la información de éste es muchas veces repetida entre otros medios privados. Sin embargo, la cobertura es más amplia por la tendencia conocida del matutino, crítico al Gobierno.

La repetición del tema a lo largo de los días respondería también a criterios de selección, en este caso, de demanda de información por parte del público y de interés del medio de dar a conocerlo.

Expreso da importancia media al tema, presentado por ellos mismo. A pesar del “escándalo” que provocó, no se abusó del uso en la primera plana, por ejemplo. Al igual que en *Hoy*, la selección se basaría tanto en la demanda de información como en el interés del medio de dar a conocer, este último en mayor medida ya que es este diario el que se encargó de hacer la investigación y, por obvias razones, le interesa que se conozca.

La construcción de la *agenda-setting* se da por la repetición día tras día en cada diario durante casi todo el primer mes y medio después del 15 de junio de 2009, sobre todo en los dos diarios privados analizados. Esta repetición coloca el tema, debido a que los medios decidieron hablar sobre él, en el centro de la opinión pública, diciéndole a la gente sobre qué pensar, de qué hablar.

¹⁵⁷ Entrevista a Juan Carlos Calderón, coautor del libro *El Gran Hermano*. Quito, 24 de abril de 2012.

En el caso de la repetición de los temas en los diarios, a pesar de los distintos enfoques éstos, establece un tema del que la gente puede hablar, jerarquiza su importancia y ofrece perspectivas que la gente adopta.

Esto refleja un proceso de tematización, en el cual se centra la atención de los lectores en la figura de Fabricio Correa. En este, actúa un sistema informativo, compuesto por distintos medios a manera de eco.

Para que se produzca la tematización, es necesaria la memorización colectiva del tema. La repetición influye en esta, pero además está la etiqueta de “mayor problema”.

El tema de los contratos de Fabricio Correa recae además en la tipología de casos para la tematización, y que cambia de acuerdo al medio:

- Caso excepcional, tematización involuntaria: en el caso de *Hoy* y *El Telégrafo*, que se encuentran frente a un tema del que no se puede dejar de publicar por la coyuntura.
- Gran cuestión de la vida colectiva: problema político, en este caso, manejado con una dosis de espectacularidad, sobre todo por *Hoy*.
- Iniciativa propia de un periódico de profundizar en un tema: el caso de *Expreso*, que realiza primero la investigación y después el seguimiento del caso.

Pero, a pesar de que se da un proceso de tematización, éste se realiza solo en los primeros meses después de la publicación original de *Expreso*. Ya para finales de octubre de 2009, el 88.97% conocía o había oído hablar de Fabricio Correa, según una encuesta de CMS recogida por *Expreso*¹⁵⁸, y para este tiempo, ya se había dejado un poco de lado el tema de los contratos y sus investigaciones para otorgar espacio a las denuncias de corrupción en el Gobierno que realizaba el hermano del Presidente.

¹⁵⁸ “Fabricio Correa, popular pero causa resistencia”, diario *Expreso* (Guayaquil), 3 de noviembre de 2009, p. 3.

Es entonces, a partir de las denuncias, que Fabricio Correa comienza a aparecer en temas no relacionados a sus contratos con el Estado: se habla, por ejemplo, de que asistirá a las Fiestas de Quito y se le dedica una página completa en *Expreso* para hablar de su fiesta de cumpleaños, donde se utilizó la temática de gánsteres y truhanes (ver anexo 5).

Sin embargo, es el mayor de los Correa el que busca aparecer en los medios de comunicación a través de apariciones públicas, como las que hace con las denuncias de corrupción en la Fiscalía.

Juan Carlos Calderón habla de una “auto-construcción” de Fabricio Correa con ayuda de los medios de comunicación. “(Él) toma iniciativas mediáticas fuertes con las cuales empieza con denuncias sistemáticas a varios ministros, a varios sectores de la administración pública del Gobierno de su hermano”¹⁵⁹.

Calderón menciona una simbiosis entre los medios y Fabricio Correa: “Fue un acto mas bien simbiótico en el cual algunos sectores de medios, sobre todo electrónicos, sí intentaron usar al personaje, intentaron mostrar un personaje que se convirtiera o que fuera una voz opositora”. Para el periodista, la apertura que le dio la prensa al personaje se da para cubrir un vacío en la oposición y porque se convirtió en un actor mediático simpático y con características poco comunes.

Posteriormente, el hermano del Jefe de Estado se dedica a opinar, básicamente, sobre cualquier tema del que considere necesario hacerlo. Se encuentra titulares como: “Fabricio sospecha de la compra de turbinas” (*Expreso*, 4-01-2010), “F. Correa dice que Gobierno ilusionó a la isla Puná” (*Expreso*, 19-03-2010), “Fabricio: ‘Gobierno de Rafael es un fracaso’” (*Hoy*, 26-03-2010), “F. Correa: Es sano terminar estos 4 años” (*Expreso*, 16-03-2010), “F. Correa: El país está asqueado” (*Expreso*, 23-04-2010), “Fabricio: de

¹⁵⁹ Entrevista a Juan Carlos Calderón, coautor del libro *El Gran Hermano*. Quito, 24 de abril de 2012.

ánimos a asambleístas fiscalizadores” (*Hoy*, 23-04-2010), solo por nombrar algunos ejemplos.

Estos casos de opinión sobre temas de interés público no se publican en *El Telégrafo*, que deja de lado el tema desde el inicio de 2010.

3.4. Análisis del discurso periodístico y político

3.4.1. Sintaxis

Las oraciones en los diarios analizados cumplen con lo descrito por Van Dijk: la mayoría tiene incisos y oraciones subordinadas, es decir, varias cláusulas.

En cuanto a la estructura de las oraciones, se analizó los *leads* de las noticias y se obtuvo que, en casi ningún caso, se trata de oraciones simples con una sola cláusula:

- En diario *Hoy*, solo el 25.39% de las noticias en el año tienen un primer párrafo de más de una oración.
- En *Expreso*, en el mismo período, 19.39%.
- En *El Telégrafo*, 4.76%.

Si bien la estructura de pirámide invertida indica que se responda a las preguntas básicas en el *lead*, se pueden utilizar para cubrir ese requerimiento varias oraciones y no sólo una muy larga y llena de incisos y de subordinadas, que dificultan la comprensión.

3.4.2. Fuentes y citas

Para el estudio de las fuentes, se tomó en cuenta declaraciones y entrevistas publicadas en notas periodísticas a manera de cita o paráfrasis, incluyendo el nombre del emisor. De igual manera, se consideraron entrevistas publicadas como tal.

Es así que las citas más recurrentes utilizadas en los tres medios fueron de Fabricio Correa y del Presidente Rafael Correa. Les siguen principalmente, dependiendo del medio,

Joffre Campaña, abogado del hermano del Presidente; el Contralor General del Estado, Carlos Pólit; asambleístas tanto del oficialismo como de la oposición; el secretario jurídico de la Presidencia, Alexis Mera (quien es muy mencionado por Fabricio); etc.

Los porcentajes de uso de fuentes y citas revelan que Fabricio Correa es de largo el más citado en los tres medios analizados. Curiosamente, el porcentaje de notas de *El Telégrafo* que lo citan es mayor al de *Hoy* y al del *Expreso*.

En cuanto a Rafael Correa, es también el más citado por el diario público, aunque en mucho menor dimensión, lo que se refleja asimismo en los otros periódicos. Esto se explicaría porque el Presidente decidió por un tiempo dejar de hablar sobre el tema de los contratos de su hermano con el Estado y delegó esto a Ricardo Patiño, entonces ministro coordinador de la Política.

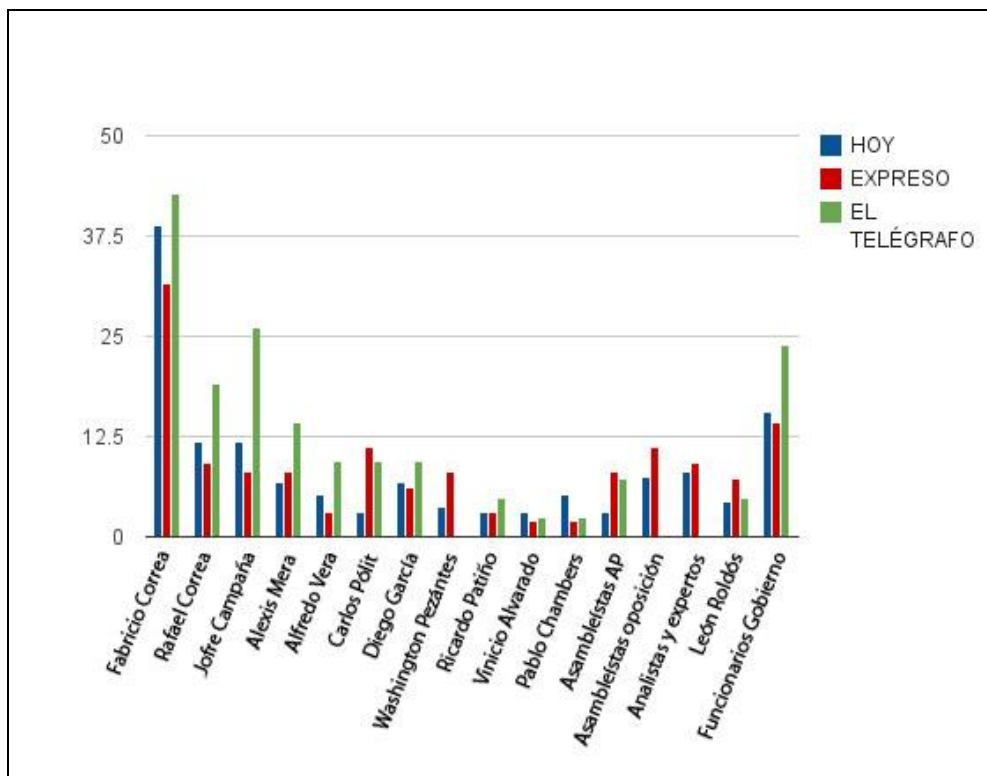


Figura 4 - Fuentes y citas

En cuanto a otras fuentes y citas, destaca que *El Telégrafo* no incluye a analistas y expertos (donde se ha agrupado a analistas políticos y tributarios, juristas, etc., que daban

su punto de vista y explicaban materia difícil a los lectores y a los periodistas). Esto demuestra que las noticias que se daban son meramente informativas y nada explicativas, algo que contribuye a la malinformación de los lectores.

El diario del Estado tampoco incluye a assembleístas de la oposición, algo que se requiere para dar el balance entre las fuentes y diversidad de criterios que una nota debe tener para cumplir su objetivo de imparcialidad y objetividad. Esta selección de las fuentes responde a parámetros editoriales que nacen de la cercanía con el Gobierno.

Sin embargo, si se analiza las figuras de las fuentes o citas, se puede concluir que se construyó a Fabricio Correa como oposición solo por el simple hecho de citarlo en comparación con otros actores. La reflexión se realiza inconcientemente en el lector de este modo:

Si el medio es crítico con el Gobierno, el caso de *Hoy* y *Expreso*, éste es el enemigo, junto con el oficialismo y los funcionarios que trabajan allí. Si el enemigo es el Gobierno, quienes denuncien la corrupción imperante y lo critiquen son de los “nuestros”, el caso del hermano del Presidente, que denuncia y ataca casi sin clemencia.

Del otro lado, los continuos ataques del Primer Mandatario y altos funcionarios recalcan que Fabricio Correa es de la oposición, algo que se soporta en la misma construcción, en este caso, por parte de *El Telégrafo*:

Si el medio es de Gobierno, aquellos que lo critiquen son enemigos y los funcionarios de Estado son los “nuestros”. Los otros, los que critican, pertenecen a la oposición.

Estas dos conclusiones, afianzadas tanto por los periódicos privados como por el diario público, llevan a asegurar en coro que el hermano del Presidente es de la oposición, solo por la elección de las fuentes y citas.

3.4.3. La figura de Fabricio Correa

Los primeros días después de la publicación de *Expreso*, el discurso del Gobierno iba de acuerdo al de Fabricio Correa. Se hablaba de que no era ilícito que el hermano del Presidente contratara con el Estado. Las primeras declaraciones del Jefe de Estado fueron ataques a la prensa, que se dirigían a la tesis de que lo que se había publicado era una mentira con la cual se pretendía afectar su imagen. “Recién me entero que mi hermano es poco menos que Bill Gates”, dijo el Presidente al ser cuestionado sobre la nota de *Expreso*. Instó también a que se diga “en cuánto se ha perjudicado al Estado”¹⁶⁰.

El 26 de junio, poco más de una semana después de la primera entrega de la serie *El Holding*, el Presidente mandó a terminar unilateralmente, en una cadena nacional, los contratos de las empresas relacionadas con su hermano porque se habría violado “el espíritu de la Ley”. Se seguía manteniendo la tesis de que no se había cometido ninguna irregularidad, sin embargo, “se soluciona el problema de los contratos”, como dice el titular de portada de la mañana siguiente de *El Telégrafo*.

Al principio fue bien chévere porque, para mi satisfacción, pues Rafael puso el cargo a la disposición por mí, demostró que no hay nada ilegal, que todo es transparente, y se fue de viaje. Pero luego, en un autogol fenomenal, como el que le hace hacer Alexis Mera siempre: caso *El Universo*, caso de los periodistas, cas 30’S, caso la Oxy, lo metió en un problema conmigo porque yo lo tenía demandado a Alexis Mera por lo que hoy ya es una verdad incontestable: manipulación de la justicia¹⁶¹.

Las notas de prensa hasta el 30 de junio se redujeron a reproducir la investigación de *Expreso*, y Fabricio Correa no fue tan importante como figura política hasta esa fecha, en la que se publicó lo ocurrido el día anterior, el 29, día en que el hermano del Presidente se acercó a la Fiscalía y a la Contraloría para entregar su declaración patrimonial, legitimar su figura de honestidad y trabajo, y dar su versión de los hechos ante una prensa ansiosa de escucharlo. Allí, echó la culpa al secretario jurídico de la Presidencia, con quien, aseguró, no había tenido buenas relaciones desde la demanda que planteó contra él, y se trataría de

¹⁶⁰ “Presidente critica nota sobre Fabricio Correa”, diario *Hoy* (Quito), 15 de junio de 2009, p. 10.

¹⁶¹ Entrevista realizada a *Fabricio Correa*. Quito, 12 de abril de 2012.

una retaliación. Fabricio Correa aseguró: “Como yo no permito que los pájaros le disparen a las escopetas, yo le disparé pues al círculo rosa, y lo primero que se hizo obvio es que había un círculo rosa; lo segundo es que son pillísimos toditos”¹⁶².

Al respecto, el periodista Juan Carlos Calderón habla de que él “construye su otro enemigo, su rival, no contra su hermano, sino contra quienes rodean a su hermano. Él va calificando y creando estos personajes, es un experto creador de personajes, crea el ‘círculo rosa’, bastante famoso”¹⁶³.

Y le va bastante bien: los titulares del 30 de junio hacían referencia al “círculo rosa”, como él llamó al círculo más cercano al Presidente. Asimismo, el abogado de Fabricio, Joffre Campaña, anunció que se procedería con demandas al Estado si es que se terminaban los contratos.

Fabricio Correa no es un sujeto político en sí mismo, se podría decir que lo es por consanguinidad, por ser el hermano del Presidente de la República. Sin embargo, a partir la revelación de los contratos que mantenía con el Estado, se convierte en uno al hablar sobre temas que se convirtieron en interés público. Se trata de una persona “común” brindando un discurso político, que se ubica en la esfera pública al ser reproducido por los medios de comunicación.

Mientras tanto, el Presidente ordenó al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS) la creación de una veeduría ciudadana para que analizara el tema de los contratos, la cual tuvo a Pablo Chambers a la cabeza.

La ruptura entre los dos hermanos se da por las posiciones contrapuestas frente a los contratos: para Rafael, se ha violentado el espíritu de la Ley y no es ético que el hermano del Presidente mantenga contratos con el Estado, mientras que para Fabricio, sus contratos son legales y tiene derecho a trabajar.

¹⁶² Entrevista realizada a *Fabricio Correa*. Quito, 12 de abril de 2012.

¹⁶³ Entrevista a *Juan Carlos Calderón*, coautor del libro *El Gran Hermano*. Quito, 24 de abril de 2012.

El 23 de septiembre, Fabricio Correa aparece en la Fiscalía del Guayas con barra propia y con una caja con el membrete “Pruebas de corrupción”. Asistió también con su madre, su esposa y cuatro de sus cinco hijos, pero no pudo ser atendido y fue direccionado a la Fiscalía General, en Quito.

La semana siguiente, con la misma caja, apareció en la capital. Entregó una “prueba de corrupción” al fiscal subrogante, Alfredo Alvear: la copia de un Pagaré por \$1,5 millones por una supuesta comisión. Además, aseguró que el Presidente estaba al tanto de lo que estaba ocurriendo en el Ministerio de Transporte y Obras Públicas y adjuntó una carta que habría enviado a la Presidencia en la que informaba sobre irregularidades en dicha Cartera de Estado.

Así, el hermano mayor del Presidente asumió su rol, un tanto paternal, de decir a su hermano qué es lo que estaba mal en su Gobierno, de denunciar actos de corrupción y atacar a los malos funcionarios y asesores.

Pero las denuncias siguieron: el caso Invermun, el cuñado del Vicepresidente de la República, Ricardo Patiño recibiendo \$5 000 mensuales en la campaña, Alfredo Vera permitiendo corrupción en el CRM...

Según Fabricio Correa, sería el Régimen mismo el que lo consolida como “líder”: “La gente empezó a decir ‘Mira, Fabricio no les tiene miedo y los otros sí le tienen miedo’, y ‘Fabricio dice lo que nosotros, por temor, callamos’, y ‘Fabricio es la voz de los que callamos’, y ‘Aaah, entonces Fabricio es mi líder’. Y de repente sin saber leer ni escribir, o como diría el Chavo, ‘sin querer queriendo’, me convertí en líder popular, tronco de autogol”¹⁶⁴.

Sin embargo, para el periodista Juan Carlos Calderón, “(Fabricio Correa) se construye a sí mismo mediáticamente como líder de la oposición, no sé si como líder de

¹⁶⁴ Entrevista realizada a *Fabricio Correa*. Quito, 12 de abril de 2012.

oposición pero sí como un actor político de la oposición, porque precisamente (...) es la manera más adecuada entre comillas que él encuentra para responder de alguna manera a todas las acusaciones que se le venían encima con el tema de las contrataciones”¹⁶⁵.

El discurso de Fabricio Correa es en la actualidad en contra del Régimen, como lo demuestran las entrevistas que se le realizan constantemente y campañas como el “Esta vez no, ñaño” por el “No” en la Consulta Popular de mayo de 2011 y su activa participación en contra de la Ley de Comunicación o en el caso *El Universo* mediante las críticas y el uso de un muñeco de Chuky que representa el usuario “Chuky Seven”, que habría redactado la sentencia contra el rotativo.

3.4.3.1. *Nosotros vs. Ellos*

Fabricio Correa pasa de ser NOSOTROS a ser parte de ELLOS, la oposición, como el mismo Presidente lo aseguraría el 12 de septiembre en su enlace sabatino¹⁶⁶; es además llamado “Caín” por Vera y mitómano por el Jefe de Estado, calificativo que repite Vinicio Alvarado y el Vicepresidente de la República, Lenin Moreno.

Para Fabricio, que no se considera de la oposición¹⁶⁷, ELLOS son el “círculo rosa”, que se encargan de asesorar mal a su hermano. En este caso, se trata de la creación de su enemigo, no enfocándose hacia su hermano, el presidente, sino hacia los colaboradores más cercanos, a los que acusa de manipular al primer mandatario.

NOSOTROS, los del lado de Fabricio, somos trabajadores y honestos. “No puedo dejar de trabajar porque mi hermano es Presidente, tengo una familia y cinco hijos que mantener. Que investiguen los contratos porque son públicos. Lo importante es si los estoy cumpliendo y, sobre todo, que no me hayan sido asignados a dedo. Siempre he ganado

¹⁶⁵ Entrevista a Juan Carlos Calderón, coautor del libro *El Gran Hermano*. Quito, 24 de abril de 2012.

¹⁶⁶ “Correa: ‘Fabricio ya es de la oposición’”, diario *Hoy*, 13 de septiembre de 2009, p. 3.

¹⁶⁷ “Fabricio: ‘No soy oposición’”, diario *Hoy*, 14 de octubre de 2009, p. 2.

contratos concursando, de cada cuatro en los que participo, pierdo tres”¹⁶⁸, dijo Correa en Teleamazonas.

Mientras, ELLOS, los del “círculo rosa”, son ladrones: “... esa es la meritocracia de la revolución ciudadana. Al que hace lo que yo quiero, a ese se lo hace ministro. Así, la revolución parece el sexto velasquismo. Por el ojo tuerto te roban, ñaño...”¹⁶⁹.

Los periódicos reprodujeron este discurso tal cual se dio. La diferencia se da, sin embargo, en que, para *El Telégrafo*, por ejemplo, Fabricio arremete contra Alexis Mera¹⁷⁰ mientras que para *Hoy* y *Expreso*, acusa al secretario jurídico.

Fabricio Correa pasó entonces de ser parte del Régimen a ser parte de la oposición, y esto se refleja en los diarios, ya que su discurso se usa en contraposición al del oficialismo.

3.4.3.2. *Presente vs. pasado*

El discurso de Fabricio Correa, reproducido por los medios, va a tener casi siempre una dosis de pasado. En entrevistas, hablará de su pasado como prueba de su honestidad, citando cuando devolvió, en el Gobierno de Gustavo Noboa, los fondos que sobraron de la construcción de un puente en de Punta Carnero.

El hermano del Presidente habla en su discurso de los buenos tiempos pasados frente a los malos del presente. Todas las denuncias de corrupción que Fabricio presenta a partir de las publicaciones de *Expreso* dan cuenta de la realidad, corrupta bajo sus denuncias.

¹⁶⁸ Entrevista realizada a Fabricio Correa en Teleamazonas por Jorge Ortiz, en “Fabricio Correa niega que sus contratos respondan a un tráfico de influencias”, diario *Expreso*, 16 de junio de 2009, p. 3.

¹⁶⁹ “Por el ojo tuerto te roban, ñaño...”: F. Correa”, diario *Hoy* (Quito), 11 de septiembre de 2009, p. 3.

¹⁷⁰ “F. Correa presentó cuentas a entidades”, diario *El Telégrafo* (Guayaquil), 30 de junio de 2009, p. 3.

La aparición en la Fiscalía con la caja que contenía “pruebas de corrupción”, por ejemplo, muestra el presente, que va mal porque está manejado por ELLOS, mientras que el pasado sólo da muestras de honestidad.

3.4.3.3. *Léxico*

El léxico marca, en este caso, la diferenciación entre NOSOTROS y ELLOS.

El Régimen es conocido por los constantes ataques y calificativos por parte del Presidente, que, originales o no, se reparten en los Enlaces Ciudadanos de los sábados.

Fabricio Correa es llamado por el Presidente y funcionarios de Gobierno con varios nombres y adjetivos, algunos de ellos:

- Caín
- Mitómano
- De la oposición
- Payaso
- Charlatán
- Drogado por el poder
- Rodeado de gánsteres y truhanes
- Frustrado
- Desequilibrado

Además, fue llamado por el presidente mismo y por varios de sus colaboradores cercanos, como Ricardo Patiño o Vinicio Alvarado, como persona que pertenece a la oposición, o que es utilizada por ella. Esto, en el discurso del Presidente Correa, es contado casi como un insulto, ya que en sus enlaces ciudadanos del sábado, por ejemplo, habla de la oposición no solo como sus enemigos sino como parte de la “partidocracia” tan criticada y como parte del pasado de la “larga noche neoliberal”, además de llenarlos de calificativos negativos.

Fabricio, por su parte, no habla con calificativos directos a miembros de Gobierno. Habla del “círculo rosa”, que sería el círculo más cercano al presidente. Y en cuanto a sí mismo, se llama el “hermano mayor”, figura que se fue asentando en el imaginario público

gracias a sus afirmaciones de que él sólo está cuidando al Presidente Correa para que no cometa errores.

Según él mismo, su rol como hermano mayor responde al cariño que siente por el Presidente: “El rol de hermano mayor es bien incomprendido, porque el de verdad te quiere no te dice lo que quieres oír sino lo que debes oír, tus papás, tu mamá, un buen amigo, tu hermano mayor (...). Así que el rol de uno es ese, de mucho cariño, y el tiempo, que es el gran aliado de la verdad, me va dando la razón porque todo lo que he advertido se ha ido cumpliendo”¹⁷¹.

Sin embargo, alteró la famosa frase de Ernesto “el Che” Guevara, “Hasta la victoria siempre”, muy utilizada para propaganda de la revolución ciudadana, a “Hasta la Victoria Secret”. Incluso, en una comparecencia en la Asamblea sobre el “círculo rosa”, apareció con una carpeta rosada que decía “Victoria Secret”.

El léxico que ha utilizado Fabricio ha sido siempre informal. Con su acento guayaquileño, el hermano del Presidente hablaba de que la terminación de los contratos era un “tongo”. Asimismo, dijo en la Contraloría el 29 de junio de 2009 que nadie ha tenido la “solvenca testicular” para demandarlo.

Señaló como un “chanchullo” el problema del exministro Marún con el Fopeca en la construcción de un puente sobre el río Napo. Utiliza también expresiones coloquiales adaptadas a la situación: “Por el ojo tuerto te roban, ñaño...”, “Aléjate de mí, Satanás”.

En sus referencias al Presidente, es común que use la palabra *ñaño* y no *hermano*. En declaraciones, incluso llegó a decir que le dicen al Primer Mandatario “Shakiro” por “tonto, ciego, sordo, mudo, necio, bruto, testarudo...”, y lo dijo tarareando la conocida canción de la colombiana Shakira.

¹⁷¹ Entrevista realizada a *Fabricio Correa*. Quito, 12 de abril de 2012.

Posteriormente, hizo referencia a la “Banda de los Rosas”, a los que llamó “caretucos”, una banda que operaría desde Carondelet, en la que incluyó a los hermanos Vinicio y Fernando Alvarado, Derlis Palacios (ministro de Asuntos Estratégicos y de Minas y Petróleos durante la Administración de Rafael Correa, actualmente en contra del Régimen) y Alexis Mera.

3.4.3.4. *Retórica*

Una de las estrategias retóricas presentes en el discurso de Fabricio Correa es la repetición, que tiene fines de memorización. Las referencias a sí mismo como el “hermano mayor” son muy dichas varias veces, y también por los medios.

En cuanto a las repeticiones en la prensa, las más frecuentes, al contrario, no lo vinculan con el Presidente. Tras el análisis de los titulares de las notas (ver Figura 5) que hablan sobre Fabricio en un año, se desprende que el 80.32% de los titulares de los tres diarios se refiere a él como Fabricio Correa, y un 6.61% se refiere a él como el hermano del Presidente.

Sin embargo, el porcentaje que le sigue a el nombre Fabricio Correa en titulares es solamente “Fabricio”, con un 13.10%. El uso de solamente el nombre del hermano del Presidente sugiere que no se lo está relacionando con el Mandatario ni por el apellido ni por nombrar su familiaridad, sugiere también que el diario asume que el personaje es lo suficientemente conocido como para obviar su apellido y denota cierta familiaridad.

Hoy usa en los titulares solamente Fabricio en un 28% de las notas, y *Expreso*, en un 11.29%, mientras que *El Telégrafo* no usa solo el nombre del hermano del Presidente en ninguno de sus titulares.

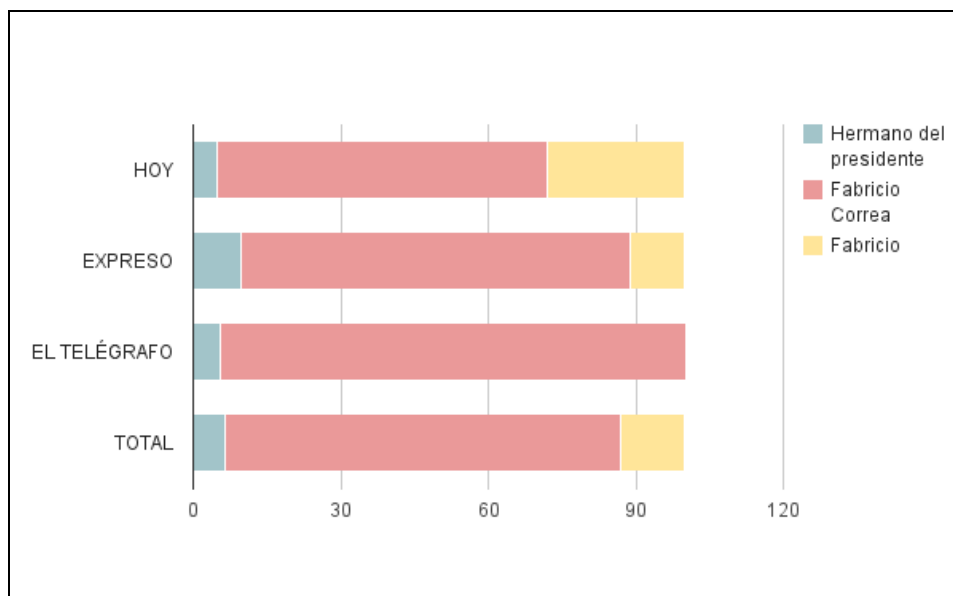


Figura 5 - Nombres utilizados en titulares

Este caso de usar solo el nombre Fabricio para referirse al personaje, además que se puede relacionar con asuntos de espacio, llama la atención debido a que los diarios ecuatorianos nunca llaman al Presidente solo por su nombre: Rafael. Se habla siempre de Rafael Correa o de Correa, pero no se lo llama solo por el nombre, algo que parecería incluso irrespetuoso.

El uso de solo el nombre del hermano del Presidente puede además representar otras concepciones: si se omite el apellido, se asume que el personaje es lo suficientemente conocido por los lectores como para que éstos lo reconozcan. Además, este uso denota también cierta familiaridad, hasta confianza.

En cuanto a nombrar a Fabricio por su relación con el Primer Mandatario, solo un 4.8% de los titulares de *Hoy* se refieren a él como el hermano, al igual que el 9.68% en *Expreso* y el 5.36% de *El Telégrafo*.

Las referencias en titulares como hermano del Primer Mandatario remarcaban esta relación entre los dos personajes, a pesar de que, después de un tiempo, cuando el tema ya era conocido por gran parte de la opinión pública, se podía omitir.

El poco uso de “el hermano del Presidente” reflejaría también una aceptación de que ya se conoce quién es Fabricio, por lo que no es necesario recalcarlo, pero que también puede responder a criterios de espacio.

Fabricio Correa dio de qué hablar, no solo por la polémica de sus contratos sino porque se convirtió en un personaje público que aparecía muchísimo, y cuyas citas recogieron y reprodujeron los medios con gran frecuencia.

La principal figura que se nota en el discurso de Fabricio Correa frente al Régimen es la ironía, con cierta homofobia en el caso del “círculo rosa” y “Victoria Secret”. Con abuso del machismo y la homofobia en el país, se construyeron estas frases, que quedaron inscritas en la memoria de los ecuatorianos por su originalidad, además que despertaron sospechas sobre las inclinaciones sexuales de los más allegados al Presidente.

La ironía se usa, por ejemplo, en la adaptación de la frase del Che Guevara a un “Hasta la Victoria Secret”, algo que resulta burlesco frente al uso de figuras de izquierda por parte del Gobierno.

Para Juan Carlos Calderón, “con este tipo de expresiones, este personaje, que a muchos termina por resultar simpático, cubre un vacío en la oposición al Gobierno, que es la creatividad, hace cada payasería, se inventa el Chucky Seven...”¹⁷².

Además, en general, toda la referencia al “hermano mayor” resulta irónica cuando se trata del hermano del hombre que está al frente de una nación. Con cierto afán paternalista, Fabricio Correa se encargó de decirle a su hermano menor qué es lo que está haciendo mal, cómo su Gobierno está lleno de corruptos y malos asesores que se abusan de él, y cómo él, el hermano mayor, hace todas las denuncias para proteger a la nación.

¹⁷² Entrevista a Juan Carlos Calderón, coautor del libro *El Gran Hermano*. Quito, 24 de abril de 2012.

3.4.3.5. *Carisma y populismo*

Fabricio Correa es un hombre carismático y un líder populista, de acuerdo a las descripciones de Max Weber y Alexander Dorna, respectivamente.

Dentro de las características que lo enmarcarían como carismático según Weber, se encuentra que se convirtió en un líder. Según él admite, fue el Régimen mismo el que se encargó de esto; empero, esto se basaría en ciertas características propias para atraer seguidores que le otorgan un carácter mesiánico.

Sin embargo, sus características carismáticas se demuestran también en su capacidad de llamar la atención de los medios de comunicación, la vía que uso para conseguir seguidores y para construir su propia imagen.

El uso de ironía y de ingenio en construcción de frases y personajes, lo convirtieron en atractivo para los medios, que le dieron apertura, y se pudo mostrar de esta manera frente a las audiencias.

En cuanto a los seguidores, la evidencia más clara es su cuenta en la red social Twitter: tiene 30.014 seguidores¹⁷³, con los que interactúa frecuentemente mediante el uso de *replies* (respuestas). Además, en esa misma cuenta muestra fotos con gente en diferentes ciudades del país.

En cuanto al populismo, Dorna nombra 18 puntos que marcan a un líder dentro de esta categoría. Fabricio Correa cumple con muchas de ellas

1. Usa lenguaje simple, fácilmente comprensible, como se analizó en el léxico, incluyendo el uso de palabras locales e informales.
2. Bipolarización del discurso generalmente actitudinal (por o contra), polémica y tajante. Por un lado, nosotros y por otro, los otros, el “círculo rosa”.

¹⁷³ Dato actualizado al 4 de abril de 2012. Está calificado en el puesto 16 de los usuarios de Twitter con ubicación en Ecuador según la página web tweet.grader.com: <http://tweet.grader.com/fabriciocd>

3. La identificación a veces folklórica con sus raíces, atraviesa los discursos: el uso de palabras locales (el léxico nuevamente).
4. La crítica de las élites dirigentes se transforma en *leitmotiv* como corolario de la lucha: el Gobierno, el Régimen, manejado por gente corrupta
5. Siempre una oposición “ellos-nosotros”, y un “nosotros”.
6. La utilización masiva de figuras retóricas particularmente: la repetición, la metáfora, la alegoría, la ironía, la antítesis, la parábola...
7. El orador utiliza a menudo la tercera persona hablando de sí mismo, a fin de poner en escena su propio personaje y teatralizar sus actos: “Y entonces, la gente empezó a decir: ‘Mira, Fabricio no les tiene miedo y los otros sí le tienen miedo’, y ‘Fabricio dice lo que nosotros, por temor, callamos’, y ‘Fabricio es la voz de los que callamos’, y ‘Aaah, entonces Fabricio es mi líder’”¹⁷⁴.
8. El estilo es directo, con un hablador franco.
9. Referencia permanente de la historia de la nación a fin de subrayar la pertenencia, la proximidad y las raíces personales: referencias a actos de honestidad anteriores, a Gustavo Noboa como “padre espiritual”.
10. Gestualidad firme y rítmica.

Otra característica populista que utiliza Fabricio Correa es la aparición junto a miembros de su familia públicamente. En las audiencias en la Fiscalía, asistió con su madre, su esposa y sus hijos, lo que los convierte también en actores políticos al mostrarse públicamente en un evento así.

¹⁷⁴ Entrevista realizada a *Fabricio Correa*. Quito, 12 de abril de 2012.

Conclusiones

La popularidad de Fabricio Correa se inició después de la revelación de sus contratos con el Estado; eso es algo que nadie puede negar. Sin embargo, los medios tuvieron un papel coyuntural en esta construcción del personaje como figura pública: le abrieron espacio, le dedicaron páginas y páginas que lo colocaron en el centro de la opinión pública.

Tras el análisis de la valorización otorgada por cada medio a información que tenía que ver con el hermano del Presidente, se puede asegurar que los medios privados analizados, *Hoy* y *Expreso*, otorgaron más valor a los temas relacionados con Fabricio Correa que el diario *El Telégrafo*. Empero, en todos, con el paso del tiempo, la importancia otorgada a los asuntos se fue reduciendo.

El promedio de valorización de las notas del periódico del Estado es mucho más bajo en casi todos los meses que el de los otros dos diarios, lo que denota la poca importancia que se otorgó al tema. Lo mismo sucede con el número de días en que se publica información relacionada al hermano del Presidente: 42 notas en 366 días es un promedio muy bajo si se compara con otros medios.

Asimismo, la figura del hermano mayor desapareció de la publicación desde enero de 2010, algo que denota omisión voluntaria de la información para que el lector no esté al tanto de los hechos que lo involucren. Ya para este mes, las encuestas comprueban que más del 50% de los ecuatorianos sabía quién es Fabricio Correa, y desde esta época, él comienza a hablar y opinar constantemente sobre varios temas, además de seguir denunciando corrupción.

Esta supresión demuestra un poco interés de los editores del medio público por las noticias relacionadas, lo que se reflejaría en un poco interés de los lectores del diario sobre los temas.

La información que brinda *El Telégrafo* sobre el tema resulta demasiado reducida, a veces hasta descontextualizada porque no se hace un seguimiento serio del caso y se entrega solo la versión oficialista de los hechos, algo que se demuestra porque no se usa como fuentes a asambleístas de la oposición ni a analistas ni expertos en diferentes tópicos específicos.

El caso de *Hoy* es todo lo contrario. Con una tradición de ser fuerte en sus páginas de opinión y siendo constantemente criticado por el Régimen, el matutino quiteño es el que más valorización otorga a la figura del hermano del Presidente de entre los diarios analizados, algo que se demuestra en los 134 días en que se publicaron noticias al respecto durante el período analizado.

Con varios meses pico en aparición, Fabricio Correa se muestra en la portada del periódico 25 días durante el primer mes después de publicada la investigación, factor que influye en el planteamiento de la *agenda-setting* y, junto con otros medios, en el proceso de tematización.

El tema de los contratos con el Estado es manejado por *Hoy* con cierta espectacularidad, en un afán de criticar al Gobierno tal que llega a implantarse la idea de que el hermano del Jefe de Estado pertenece a la oposición. En este caso, la inclusión de notas sobre esta figura responde a un criterio de selección que prioriza esta información por sobre otras, lo que resulta también en lectores muy bien informados sobre el tema, que se ha tratado exhaustivamente.

A partir de 2010, se deja de lado los contratos para publicar notas que traten lo que Fabricio Correa hacía: hablar, criticar, opinar, aparecer públicamente. Recién en junio, se retoma el caso de los contratos solo para recordar que no ha habido ningún sancionado, en el mismo afán de atacar al Gobierno.

Sin embargo, estas apariciones de Fabricio Correa en la prensa responden a un afán de él mismo de aparecer en los medios de comunicación. Según Juan Carlos Calderón, esto lo hace con el fin de que la opinión pública olvide el problema de los contratos, pero sea como sea, se construye como un personaje inusual en la política ecuatoriana que realiza denuncias.

Expreso es más balanceado. La valorización a lo largo del año no es tan marcada a pesar de que son ellos los que revelaron la investigación, que, en este caso, responde a una iniciativa propia del diario de profundizar en el tema y a una necesidad del público de leer las entregas de la serie *El Holding*.

En total, 98 días en el período analizado cuentan con noticias que involucran al hermano del Presidente. Se habla entonces de omisión de la información pero no tan pronunciada, algo que puede reflejar un deseo de no darle espectacularidad al tema y de no repetirlo tanto y se agrave la pugna con el Gobierno; es decir, ya se publicó la investigación y los lectores podían sacar sus propias conclusiones, por lo que no era necesario repetir el tema todos los días para que el Gobierno encontrara un punto que criticar.

Sin embargo, *Expreso* deja también de lado el tema de los contratos cuando éste pierde coyuntura para proporcionarle a Fabricio Correa espacio como figura pública: el caso más claro es la cobertura de su fiesta de cumpleaños número 50, a la que se le dedica una página entera a color.

El poco avance de las investigaciones relacionadas a los contratos y la falta de sanciones hicieron que los medios se olvidaran del tema, cosa que se basó también en que los funcionarios de Gobierno, tanto del oficialismo como de la oposición, dejaron asimismo de hablar al respecto. Asimismo, en esto influye que las nuevas apariciones

públicas de Fabricio Correa se alejan del tema de los contratos; realiza denuncias fuertes que opacan el tema que lo colocó en la palestra pública.

Sin embargo, la popularidad que adquirió Fabricio Correa mientras duró la exhaustiva cobertura mediática hizo ya que se posicionó como figura pública y conocida, por lo que luego, después de aproximadamente un mes y medio de la revelación de *Expreso*, se dio cobertura a otros asuntos relacionados con él pero no con los vínculos de sus empresas con el Estado.

El discurso de la prensa en el período analizado afianza también la construcción de la figura del hermano del presidente. El uso, por ejemplo, de “Fabricio” en vez de “Fabricio Correa”, sobre todo en los titulares de *Hoy*, cosa que da familiaridad, hasta complicidad, lo pinta hasta como un “amigo” cercano. Lo mismo sucede con las citas y fuentes: la contraposición Fabricio-Rafael, refutándose y criticándose, construye al primero como opositor, y los dos, recogidos por la prensa, dan base a esa posición, NOSOTROS vs. ELLOS, que se apoya también en el léxico utilizado de parte y parte.

Empero, cabe recalcar que el enemigo construido por Fabricio Correa no es el presidente en sí, sino los colaboradores cercanos, el “círculo rosa”. Fabricio asume su rol como hermano mayor y actúa de asesor de Rafael, pero en lo que se refiere a sus colaboradores, a ellos sí ataca directamente.

En cuanto al discurso del hermano del Presidente, éste no cambió: se mantuvo siempre en que lo que hizo no era nada ilegal y en que la posterior terminación unilateral de los contratos, en cambio, sí fue algo fuera de la Ley. Por otro lado, el discurso del oficialismo sí fue cambiando: al principio, se mantuvo que no era ilegal que Fabricio contratara con el Estado puesto que la Ley especifica que no podría contratar solo con la Presidencia de la República, mientras que luego se terminaron los contratos por violación del “espíritu de la Ley”.

Si bien esta transformación fue cubierta por la prensa y fue la base para que la figura del hermano del Jefe de Estado pasara del hermano “querido” a líder de la oposición, los medios, al reproducir este discurso, construyeron en el imaginario público esta versión. El discurso político es público, como señala Van Dijk, pero llega a la mayoría de los ciudadanos gracias a los medios de comunicación, que, seleccionando partes de éste, dan de qué hablar al pueblo.

Varias encuestas revelan esto:

- Según una encuesta de CMS, para finales de octubre de 2009, el 88.97% conocía o había oído hablar de Fabricio Correa¹⁷⁵.

- Según Cedatos-Gallup, para mediados de enero de 2010, Fabricio Correa ocupaba la tercera posición entre las personas que la población identifica como parte de la oposición, solo después del alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot, y del expresidente Lucio Gutiérrez¹⁷⁶.

Entonces, si bien el Gobierno mismo se encargó de otorgarle el título de opositor al hermano del Primer Mandatario, la prensa lo asumió y le dio fuerza mediante la cobertura de sus denuncias y de sus constantes opiniones sobre el Régimen.

Ahora, olvidado el tema de los contratos, de no ser por la demanda por daño moral que interpuso el Presidente a los autores de la investigación original publicada por *Expreso* y del libro *El Gran Hermano*, que recoge el tema, Fabricio Correa sería citado por la prensa solo como figura de oposición y hasta como analista del Régimen de su hermano.

El caso más claro es la campaña de la Consulta Popular del 7 de mayo, en la que el mayor de los Correa, con su lema “Esta vez no, ñaño”, participó activamente en la promoción del “No”. Posteriormente, el hermano del Primer Mandatario anunció la

¹⁷⁵ “Fabricio Correa, popular pero causa resistencia”, diario *Expreso* (Guayaquil), 3 de noviembre de 2009, p. 3.

¹⁷⁶ “Fabricio, de tesorero de la campaña pasó a opositor del Régimen”, diario *El Universo* (Guayaquil), 17 de enero de 2010, pág. 5, sección principal.

creación de su movimiento político, Equipo, con el que, según le confirmó a Jorge Ortiz en una entrevista en LaRepública.ec¹⁷⁷, se lanzaría a la Presidencia.

“Prohibido olvidar” dice la portada de *El Gran Hermano*. El tema no se ha olvidado, pero el hecho ilegal, antiético y contra la moral de que el hermano mayor del Presidente haya tenido contratos con el Estado por más de 80 millones de dólares estadounidenses perdió ese carácter para dar paso a un empresario guayaquileño, alto y de ojos verdes, el hermano mayor, que aconseja a su hermano sobre lo mal que va su Gobierno.

¹⁷⁷ Fabricio Correa en entrevista el 8 de octubre de 2011 con Jorge Ortiz, en 24/7, en el portal LaRepublica.ec, <http://www.larepublica.ec/blog/politica/2011/10/08/fabricio-correa-si-quiero-ser-presidente/>

Bibliografía

- Alsina, Miguel Rodrigo, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1993.
- Ascanio Guevara, Alfredo, *Análisis del discurso político*, México D.F., editorial Trillas, 2010.
- Calderón, Juan Carlos y Zurita, Christian, *El Gran Hermano*, Quito, Paradiso, 2010.
- Casamiglia, Helena y Tusón, Amparo, *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel, 2001.
- De Fontcuberta, Mar y Borrat, Héctor, *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*, Buenos Aires, La Cirugía Ediciones, 2006.
- Dorna, Alexandre, “Materiales para el estudio del discurso populista”, en línea: <http://psicologia.academia.cl/dorna.doc>, formato: DOC, fecha de acceso al documento: 14 de diciembre de 2011.
- Kayser, Jacques, *El periódico, estudios de morfología, de metodología y de prensa*, Quito, Ciespal, 1966.
- Jordán, Rodrigo y Panchana, Allen, “Los medios de comunicación en el Ecuador”, en línea: <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>, formato: PDF, fecha de acceso al documento: 9 de septiembre de 2011.
- McCombs, Maxwell, “The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion”, en línea: <http://www.scribd.com/doc/67079651>, formato: PDF, fecha de acceso al documento: 16 de octubre de 2011.
- McCombs, Maxwell y Shaw, Donald, “The agenda-setting function of mass media”, en línea: <http://www.scribd.com/doc/57007853>, formato: PDF, fecha de acceso al documento: 16 de octubre de 2011.

- Mendizábal, Iván Rodrigo y Van Dijk, Teun, *Análisis del discurso social y político*, Quito, Abya-Yala, 1999.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), “Análisis del desarrollo mediático del Ecuador 2011”, en línea: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001925/192563s.pdf>, formato: PDF, fecha de acceso al documento: 7 de septiembre de 2011.
- Sartori, Giovanni, “Homo Videns”, en línea: <http://www.scribd.com/doc/13042160>, formato: PDF, fecha de acceso al documento: 4 de abril de 2012.
- Van Dijk, Teun, *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona, Paidós, 1990.
- Weber, Max, “Economía y sociedad”, en línea: <http://www.scribd.com/doc/21074496>, formato: PDF, fecha de acceso al documento: 4 de abril de 2012.

Entrevistas

- Entrevista realizada a *Fabricio Correa*, Quito. 12 de abril de 2012.
- Entrevista realizada a *Juan Carlos Calderón*, periodista coautor del libro *El Gran Hermano* y parte del equipo investigador de *Expreso* que publica sobre los contratos de Fabricio Correa con el Estado. Quito, 24 de abril de 2012.

Anexos

Anexo 1

Facsímil de portada tipo de diario *Expreso*

expreso
De Guayaquil en la vida nacional. Lunes 12 de Abril de 2010. P.V.P. 45 centavos. Año 37. N° 13411. 40 páginas. EDICIÓN FINAL. María Esther Mera, Ingeniera en Turismo.

Transitar por la vía a la costa demanda cautela

La falta de iluminación, así como más espacios de retorno entre los kilómetros 7 y 24 de esta carretera, no han tenido respuesta de las autoridades, según los vecinos de media docena de ciudadelas.

Transitar entre los kilómetros 7 y 24 de la vía a la costa, en Guayaquil, se ha convertido en un calvario. Moradores de seis urbanizaciones han enviado misivas a la Comisión de Tránsito y la Unidad Eléctrica de Guayaquil, para que solucionen los problemas viales y de iluminación, sin que haya respuesta. La suma de baches, oscuridad y falta de más espacios de circulación son trampas aprovechadas por la delincuencia. A esto se suma, según denuncias, las explosiones en las canchales alledañas, que generan daños a la salud de las personas y las viviendas. **► Página 13**

Polonia le da el último adiós a su Presidente

JOE KLAMAR / AFP



DOLORE. Los restos mortales de Lech Kaczyński, fallecido el sábado al estrellarse en Rusia el avión en el que viajaba junto a otros 95 personas, fueron recibidos ayer en Varsovia por decenas de miles de personas, en medio de gran conmoción, sobre todo de su hermano gemelo, el ex primer ministro Jarosław Kaczyński. Las iglesias se llenaron de fieles y el pueblo se aglutinó en calles que ven al panteón del ex presidente, donde se abrió la capta ordenada a los ciudadanos. Dejaron cruces y pabanes empuñando veladoros juntos. Las cajas negras de la aeronave presidencial, mientras el análisis de las conversaciones entre los pilotos y las controladoras aéreas permitieron descartar una falla técnica. **► Página 12**

Cerca de la debacle

La deuda de Grecia es de 200.000 millones de euros (US \$ 200 millones) más que su producción económica anual de 140.000 millones de euros.

En 2009, el Gobierno amplió el déficit del déficit público para evitar en la recesión. En 2009, el déficit público se disparó hasta el 1,7% del PIB y pone a la economía al borde del colapso. La deuda subió hasta el 100% del PIB en 2009.

Ante la inminencia del desastre, el Gobierno redujo el déficit hasta el 8,7% en 2010, a través de un plan de reformas estructurales y a largo plazo que redujo el número de funcionarios y recortó su sueldo en un 20%. La Unión Monetaria Europea aprobó al Banco Central Europeo a la Comisión Europea financiar directamente el endeudamiento de un Estado de la Zona Euro con problemas de liquidez.

EUROZONA Y FMI OFRECIERON CRÉDITOS

Plan de rescate para Grecia por € 40.000 millones

El país no activa aún mecanismo

Después de dos meses de arduas negociaciones, la Eurozona concluyó ayer los detalles de un plan para ayudar a Grecia a salir de su crisis financiera, comprometiéndose a prestarle hasta 30.000 millones de euros el primer año. El FMI entregará otros 10.000 millones. La ayuda europea se dará a una tasa de interés de alrededor del 5%, por debajo del nivel que Atenas paga ahora por el dinero que toma prestado de los mercados (7%). **► Página 6**

Grecia se mostró satisfecha con el acuerdo de ayuda, pero insistió en que su país aún no ha pedido que se active ese mecanismo. El ministro de Finanzas griego, George Papakonstantinou, dijo que "los objetivos y creemos que lo lograremos, con suar obteniendo préstamos sin dificultades por parte de los mercados".

CAPACIDAD PARA 144 REOS

Bienes de la nueva cárcel, notariados

El inventario de los bienes del nuevo pabellón del Centro de Rehabilitación de Varones de Guayaquil suma \$ 342.081. La Corporación de Seguridad Ciudadana hizo pública la cifra a través del notario primero del cantón Guayaquil, Cristian Quintero. En 60 días el pabellón pasará de manos del Cabildo al Gobierno. Tendrá capacidad para 144 reos de alta peligrosidad en 75 celdas. **► Página 10**

ELLAS BUSCAN PARIDAD DE GÉNERO

Profesoras siguen siendo minoría en las universidades

Mañana se celebra el Día del Educador. Así, en masculino. De hecho, en el informe de Evaluación de Desempeño entregado por el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (Conoe) a la Asamblea, del total de educadores que había en 2008 en el país, 23.312 eran hombres, y solo 9.695 mujeres. Ellas reclaman paridad de género: solo representan el 29% de las catedráticas en universidades y politécnicas. **► Página 17**

JUEVES SE SABRÁ SI PROCEDE EL JUICIO

Alegato contra Fiscal espera en la Comisión

El sábado en la tarde, fecha en la que vence el plazo para la presentación de pruebas, a favor y en contra del juicio político al fiscal Washington Pesantez, fueron entregados en la Comisión de Fiscalización de la Asamblea. El alegato final, documento que sustenta con testimonios las cinco acusaciones contra el funcionario, será analizado y el jueves se conocerá si procede o no la instauración del proceso. **► Página 3**

DEPORTES / FÚTBOL INTERNACIONAL

El Manchester se aleja del título

El Manchester United, donde milita el ecuatoriano Antonio Valencia, empezó ayer sin goles en el campo del Blackburn (11'), en partido de la 34ª jornada de la Premier League del fútbol inglés, y no pudo desplazar al Chelsea del liderazgo de la tabla de clasificación. Con este resultado, los "Reds", segundos con 73 puntos, uno menos que Chelsea, se aleja de la posibilidad de ceñirse la corona. "Va a ser muy difícil para nosotros llegar a ser campeones", reconoció tras el partido el director técnico Alex Ferguson. **► Página 23**



REGULAR. El ecuatoriano Antonio Valencia, de derecha, acción ayer, paga por el balón con David Dunn (d) del Blackburn Rovers.



WOODS TERMINÓ CUARTO EN AGOSTA

El estadounidense Phil Mickelson ganó ayer el 74 Masters de Augusta por tercera vez en su carrera. Tiger Woods terminó cuarto en el regreso a la competición tras cinco meses de ausencia debido a un escándalo en su vida privada. Los constantes errores en su rendimiento, hicieron que el "Tigre" se enoje y demuestre su temperamento modesto en el torneo. **► Página 14**

Anexo 2

Facsímil de portada tipo de diario Hoy

Opinión

Se mantiene irracional esquema de subsidios

En los tres últimos años, el Gobierno destinó \$10 096 millones a subsidios a los combustibles, monto que es mayor al de \$7 392 millones de la deuda externa pública, según puso de relieve ayer diario El Universo.

A pesar de que el Ecuador exporta alrededor de 480 mil barriles de petróleo por día, debe importar gasolina, diesel y gas de uso doméstico para satisfacer una demanda que no es atendida por la limitada capacidad de los refineries. El país ha dejado crecer el problema que es tanto mayor cuanto más altos son los precios del barril de crudo en el mercado internacional. El subsidio a los combustibles no solo favorece más a los sectores de la población con mayores recursos económicos, sino que estimula el contrabando. Según análisis de Co-dies, el 20% más rico de la población se beneficia siete veces más de los subsidios a los combustibles que el 20% de la población más pobre del Ecuador.

A pesar de las ofertas de más riguroso control, no ha sido posible detener el contrabando de gas de uso doméstico a los países vecinos, es decir, una buena tajada de los subsidios beneficia a las redes de contrabandistas.

El precio del gas se mantiene sin incrementarse desde cuando se distribuyó el aumento de ese precio como un detonante para la caída de Abdalá Bucaram. Primer, pues, consideraciones políticas para mantener el irracional esquema de subsidios a los combustibles.

No obstante, ese esquema es cada vez menos sostenible y debe revisarse.

Resulta urgente trabajar en programas para focalizar los subsidios, para lo cual existen inclusive experiencias de otros países de América Latina, experiencias que debían ser aprovechadas.

Focalizar los subsidios a los combustibles permitiría contar con importantes recursos para incrementar el gasto social pre-cisamente para los sectores de menores ingresos, es decir, adoptar una consistente política redistributiva.

hoy

Martes
13 de abril de
2010

PRIMERA EDICIÓN

Cotización: 1 euro = 1,35 dólares

CONSEJO DE LA JUDICATURA ESTÁ DIVIDIDO EN BANDOS »P-6

www.hoy.com.ec

Miembro de la AEDIP

Faltan **59** días para el inicio del mundial.

AÑO 27 - 4 SECCIONES - 34 PÁGINAS

andip@pcc y de la SP: www.sdspp.org

AÑO MUNDIAL

PRECIO FINAL INCLUIDO IVA **€50**

KYLE EDWARDS, el show del Torneo de Preparación de baloncesto. »SD-6

REINA DEL SALTO CON PÉRTIGA anuncia su retiro. »P-7

LA CLASURA DE SUPERCINES EN QUITO se mantiene indefinida. »P-4

BANCO CENTRAL, A CARGO DE 6 000 juicios de coactiva. »P-3

ALLUD SEPULTÓ A UNA MADRE Y A SU BEBÉ EN PANGUA (COTOPAXI) »P-7

Lluvias castigan al Litoral y dejan muertos en la Sierra



INTEGRANTES de la familia Brito Velasco intentan desalojar agua en el ingreso de su casa, la que resultó inundada al igual que varias decenas en el recinto La Pitaya, de Salitre (Guayas). FOTO: WELSH/EP

PETROECUADOR »P-3

Marinos se van con buena plata de 'Petro'

Oficiales de la Armada, que salieron en marzo, recibieron altas reliquidaciones tras dos años de servicio en la empresa estatal.

Reliquidaciones que van entre \$5 000 y \$22 mil recibieron varios marinos por dos años de labores en Petroecuador. El Ministerio de Relaciones Laborales señaló que no dio aval ni orden de pago de esos recursos.

COMANDO CONJUNTO »P-3

Ex compañeros de Gutiérrez, en terna de FFAA

EL MINISTRO de Defensa, Javier Ponce, entregó ayer al presidente Rafael Correa las listas de miembros de las Fuerzas Armadas que aspiran a ocupar la Jefatura del Comando Conjunto. Dos compañeros de promoción del ex presidente Lucio Gutiérrez integran el grupo.

ASAMBLEA »P-3

Continúan discrepancias sobre juicio a Pesántez

PROYECTO DE MANTENIMIENTO DE CRUDO EN TIERRA »P-2

Huaoranis exigen estar en el fideicomiso ITT

LA NACIONALIDAD Huaorani advirtió con reaccionar si no se le toma en cuenta para participar de manera activa y directa del manejo de los recursos que ingresarán al proyecto de mantenimiento en tierra del crudo del bloque Ntueni-ITT.

SEGURIDAD »P-7

BOGOTÁ BRINDARÁ ASESORÍA A CUENCA

El alcalde de Cuenca anunció, en el marco de la fiesta por los 453 años de fundación, que la capital colombiana lo asesorará en materia de seguridad.

CUMBRE NUCLEAR »P-8

EEUU PONEN EN AGENDA LAS SANCIONES A IRÁN

EL PRESIDENTE de los EEUU, Barack Obama, obtuvo ayer de su par chino, Hu Jintao, el reconocimiento durante una visita bilateral de la preocupación por el programa atómico iraní. Esto, antes de que se inicie en Washington la Cumbre de Seguridad Nuclear, a la que asisten 47 países.

DÍA CLÁSICO »P-10

MAESTROS FESTEJAN Y RECLAMAN

El Magisterio nacional anunció que rinda cuentas sobre la anunciada inversión millonaria en educación.

INTERCAMBIO »DN-4

El Chota desarrolla su propio fréjol



LIBERTADORES »SD-4

CHULLAS SOLO PIENSAN EN GANAR

Deportivo Quito recibe esta noche (18:15) a Cerro del Uruguay con la consigna de obtener una victoria que lo mantenga vivo en la Libertadores.

ACCIDENTE POLONIA »P-9

Restos de primera dama llegan hoy

LINEA DE SERVICIO AL LECTOR 02 2490 480

Horario de atención: lunes a viernes de: **07:00 a 17:30**

92

Anexo 3

Facsímil de portada tipo de diario *El Telégrafo*

CARLOS ABAD Y SU OFICIO PURIFICADOR Minucioso, este botánico empírico ha llegado a conocer el nombre completo de miles de especies de plantas. **RETRATO 12**

25 CENTAVOS • 3 SECCIONES • 36 PÁGINAS • AÑO 126 • ECUADOR MARTES 13 DE ABRIL DE 2010

PRIMER DIARIO PÚBLICO **El Telégrafo** www.eltelgrafo.com.ec EDICIÓN N° 45.648

Bloque de PAIS pule su código de ética

El borrador fue entregado ayer a los miembros de la bancada, que deberán socializarlo durante 15 días. Incluye sanciones para los que no cumplan las disposiciones. **TEMA DEL DÍA 3**

ACTUALIDAD 11
Deslizamiento de tierra causó la muerte de dos personas en Cotopaxi
Un deslave en la parroquia El Corazón, del cantón Pangua, dejó ayer dos muertos. Perdieron la vida Mariana Azogues, de 29 años, y su hijo de ocho meses. Varias casas quedaron sepultadas.

MUNDO 14
EE.UU. y China acuerdan intensificar presión contra Irán por programa nuclear
Este es el primer resultado de la Cumbre sobre Seguridad Nuclear que inició ayer, en Washington, con la asistencia de 47 países que buscan impedir el acceso de los terroristas a material atómico.

MACROECONOMÍA 9
Gremio asegura que existe suficiente stock de azúcar para el consumo nacional
Según la Fenazúcar, el incremento del precio del producto se debe a la especulación que hacen los comerciantes mayoristas, a inicios de la zafra 2010. La Intendencia advirtió con operativos sorpresa.

Israel conmemoró a las víctimas del exterminio nazi
Durante dos minutos, el sonido de las sirenas detuvo a peatones, conductores y todos los ciudadanos a lo largo del país, como cada año en el Día de la Memoria del Holocausto, en recuerdo a los seis millones de judíos asesinados durante el genocidio nazi, ocurrido en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). El gobierno israelí pidió a los líderes mundiales que evite que Irán construya armas nucleares que provoquen el nuevo exterminio de su nación. **MUNDO 13**



CULTURA 24
En Quito, 30 representantes de América Latina y el Caribe hablan de los derechos culturales.

FANÁTICO 27
El Quito necesita vencer a Cerro hoy (18:15) en el Atahualpa, para seguir vivo en la Libertadores.



INF. GENERAL 15
Taxistas informales protestaron por su inclusión en el modelo de restricción vial.



DIARIO DEL ESTADO, DE CIRCULACIÓN NACIONAL, PLURAL Y DEMOCRÁTICO

Anexo 4

Facsímil de la portada de *Expreso* del 14 de junio de 2009, día de la primera publicación de la serie *El Holding*, que revela los contratos de Fabricio Correa con el Estado.

Portada:

DOMINGO 14 DE JUNIO DE 2009 En la web: www.expreso.ec

expreso

DE GUAYAQUIL en la vida nacional 40 centavos • Año 36 • N° 13109 • 76 páginas • PRIMERA EDICIÓN

Obra pública: contratos vinculados con Fabricio Correa superan los \$ 80'

Fabricio Correa es un contratista público exitoso en el gobierno de su hermano. Un conglomerado de empresas y consorcios dirigidos por él, o donde participa en sociedad con terceros, tiene relaciones contractuales o subcontractuales con al menos 6 entidades públicas y con otras empresas contratistas del Estado. La cifra que ha confirmado este Diario supera los 80 millones de dólares, pero podrían pasar los 100 millones si es que Petroecuador accede a entregar información completa de una de sus contratistas. EXPRESO publica desde hoy el resultado de una investigación que ha tomado más de tres meses. No es, como dice el presidente Correa, por "una revancha" por su maltrato a la prensa. Es porque son recursos públicos, y porque nada menos que empresas vinculadas con el hermano del Presidente tienen grandes contratos en su Gobierno. Algo que no tiene antecedentes ni parangón en la historia del Ecuador. Y lo hacemos porque es la ineludible responsabilidad de una prensa libre en bien de la ética del poder. ¿Cómo obtuvo los contratos? ¿Por qué condición de hermano del Mandatario? ¿Es legítimo, legal o ético que el hermano del presidente ejecute obra pública? ¿Cómo conformó sus empresas, cómo se relacionan? ¿Sabe el presidente Correa de todo esto. Lo consiente? El lector conocerá las respuestas en esta y las próximas 4 entregas. Toda la información aquí publicada será debidamente documentada, y también ha sido contrastada en cada detalle con el propio Fabricio Correa. (CCV) PÁGINAS 8 Y 9

Resumen

CONTRATOS EN DÓLARES

Edificios	57'290.325,72 ml
Hidráulicos	22'005.983,24 ml
Vivienda	3'994.839,85 ml
Patrimonio	3'358.795,13
TOTAL	86'649.943,94

El Din en asociación (a) incluye 2 subcontratos (c) En colchonero

El monto llegaría a \$ 100'000.000 con la suma de órdenes de trabajo cuya cuenta no les entregada por Petroproducción

ACCESO. La avenida conecta con la terminal aérea.

La avenida clave del desarrollo

La avenida de las Américas fue el eje fundamental para el desarrollo del norte de la ciudad. Es paso obligado de los miles de turistas que llegan a Guayaquil por tierra y aire. Negocios de distinta índole funcionan a lo largo de esta vía. PÁGINA 10

INFORME LEA MAÑANA SEGUNDA ENTREGA

Fabricio Correa EL HOLDING

COSURCA, la tradicional constructora lojana que pasó a manos de la empresa panameña internacional Energy Overseas Corporation, propiedad de Fabricio Correa y que ejecuta importantes obras en el sur del país por 47140211 dólares.

Pan, el negocio se hace a pie

Los panaderos salen a la calle. En los semáforos, decenas de vendedores y fabricantes de pan llenan de aroma las esquinas. Esta es la historia de estos personajes a quienes la crisis ha empujado a buscar al cliente en el camino. PÁGINA 12

Van a tratar de atacar a familiares del Presidente... Le va a tocar el turno a mi hermano, acuérdense de lo que les digo".

RAFAEL CORREA EN LA CADENA SABATINA DE AYER

LECTURAS DE DOMINGO

Obama busca nexos con América Latina
La designación en los últimos días de varios latinoamericanos en puestos clave, permiten al presidente Obama armar su dispositivo de acercamiento a América Latina. PÁGINA 14

En España los hijos agreden a padres
El fenómeno, que los padres denuncian judicialmente a sus hijos por maltrato, no es reciente; sin embargo, en los últimos años ha adquirido visos de epidemia. PÁGINA 14

México está preso del narcotráfico
El tema de las drogas son para el Gobierno de este país un problema de seguridad nacional, aunque en los últimos años, por el consumo, son además un riesgo para la salud. PÁGINA 15

REVISTA SEMANA

PAPÁS QUE HAN DEJADO HUELLAS

Sus ocupaciones son diversas, pero tienen algo en común: amor por su familia. Con cariño y disciplina formentaron unidad y respeto entre sus hijos, quienes retratan como imitables sembradores.

INF. GENERAL

LA BÚSQUEDA DEL TEMPLO HUNDIDO

Un grupo de arqueólogos y biólogos realizó la búsqueda del templo hundido en la laguna Cuabambay, en el cantón Tumbaco, y la ciudad de Los Cajas en Bahía de Carrión. PÁGINA 22

LA HISTORIA

Sanadoras de almas en el Luis Vernaza

LABOR. Nueve Hermanas de la Compañía de las Hijas de la Caridad de San Vicente de Paul realizan parte de su misión en el hospital Luis Vernaza de Guayaquil. Las religiosas, además de aliviar los padecimientos que se presentan por las enfermedades, saben cómo enfermarlas en diferentes salas. PÁGINA 17

Deportes CLÁSICO

Los une el amor, pero los separa la camiseta

OFERTA. Antonio Parra (derecha) intentó comprarle una camiseta de Barcelona a su novia emenecista Daniela Machado.

A pesar de tener un año de noviazgo Antonio Parra no ha logrado convencer a su novia Daniela Machado para que se alce al equipo de sus amores, Barcelona. Ayer, antes del Clásico del Anillo, pretendió comprarle una camiseta, pero la joven se negó por mantener su lealtad a Interde. PÁGINA 26

» **BASQUET** Huancavilca, nuevo campeón senior En el coliseo Abel Jiménez Parra, el Club Huancavilca alcanzó el título de campeón senior de básquet, tras vencer a Pedernales. PÁGINA 28

LOTTO

PRIMERA SORTE 072797

SEGUNDA SORTE 421707

Transcripción:

▣ Lista de contratos, subcontratos y órdenes de trabajo suscritos

En dólares		
Objeto	Entidad	Monto (\$)
COSURCA		
Reconstrucción y mantenimiento vía Alamor - Lalamor	MTOP	29'092.962,52
Rehabilitación vía El Empalme - Celica - Alamor	MTOP	11'541.265,77
Construcción del Sifón Limones (proyecto Zapotillo)	PREDESUR	6'505.983,24
QUALITY OUTSOURCING		
Reinyección de agua planta en Auca 16	PETROPRODUCCIÓN	3'358.795,13
Órdenes de trabajo para remediación ambiental # 0322-0325-0333-0334-0475	PETROPRODUCCIÓN	200,000,00**
Orden de trabajo para reinyección agua en Auca 16	PETROPRODUCCIÓN	INDETERMINADO
Orden de trabajo servicios limpieza y remediación ambiental entre agosto 2008 y enero 2009	VICE AMBIENTAL	INDETERMINADO
Orden de trabajo de servicios logísticos (equipo pesado) en agosto 2008	VICE AMBIENTAL	INDETERMINADO
Venta de material especial para remediación ambiental	VICE AMBIENTAL	20'000.000,00***
Tres subcontratos de geofísica en los campos Auca Cononaco, Bloque 15 y en Progreso Bloque 5	BGP ECUADOR	20'000.000,00***
CONSORCIO RELLENOS Y PLATAFORMAS		
Movimiento de Tierras Programa Socio Vivienda Gquil.	MIDUVI	3'994.839,85
CONSORCIO AMAZÓNICO		
Reconstrucción y mantenimiento de la carretera Plan de Milagro-Indanza-Gualaquiza tramos 1 y 2	MTOP	15'458.157,23
MEGAMAQ (ANTES SWIMWEAR)		
Subcontrato en Proyecto Baba	HIDROLITORAL	12'000.000,00
Subcontrato en Mazar	IMPREGILO	3'500.000,00
Puentes sobre río Paute (Uzhupud)	MTOP	1'197.940,20(a)

(a) Con Sidec **Nota:** Los valores marcados con asterisco no fueron entregados por Petroproducción, a pesar de insistentes pedidos. La información provino de fuentes internas de la empresa.

** VALOR UNITARIO
*** APROXIMADO

Fuente: Contratos EXPRESO

“Las obras que ejecuta el hermano del presidente”.

Dos empresas de capital extranjero relacionadas entre sí adquirieron acciones en seis compañías ecuatorianas, realizaron importantes aumentos de capital y en dos años, tres de ellas captaron importantes contratos estatales y privados que superan los 80'000.000 dólares. Todas forman parte de un grupo liderado por Fabricio Correa Delgado.

El monto de los contratos sería mayor y llegaría a \$ 100'000.000 con la suma de órdenes de trabajo, cuya cuantía no fue entregada por Petroproducción a pesar de los pedidos de este Diario.

Una empresa presta servicios petroleros. Otra obtuvo un crédito de la Corporación Financiera Nacional (CFN), además de mantener subcontratos en obras como Baba y Mazar. Otra construye carreteras, sistemas de riego y una más está a la espera de

desarrollar proyectos hidroeléctricos.

Quality Outsourcing, con oficina en Quito, es la punta de este ovillo empresarial domiciliado en Panamá. En ese país se constituyó Engineering International Consultants Corporation, empresa dueña del 40% de las acciones de Quality Outsourcing (200.000 dólares). El otro 40% lo tiene Cristina del Rocío Muñoz Muñoz (\$ 200 000) y el resto 100 000 dólares -el 20%- es de Cristóbal Aurelio Accini Saavedra. Ella reside en la Lucha de los Pobres, un barrio marginal al suroriente de Quito y él es un ingeniero eléctrico radicado en la vía a Samborondón y que en Quito registró su domicilio en las suites del hotel Marriot.

La panameña Engineering International Consultants Corporation también posee el 10% de las participaciones de Megamaq. Esta compañía radicada en Quito obtuvo de la CFN un crédito de 10'000.000 de dólares para comprar equipo pesado de construcción, el año pasado. Como parte de la garantía de ese crédito, el gerente general de Megamaq, Máximo Villavicencio Villavicencio, entregó dos lotes en Manta, que son de la compañía Negolíder de Guayaquil, en la cual él es presidente y accionista (\$ 375). Los otros dueños son Peter Graetzer Delgado (250 dólares) y la empresa Malasoma de Durán (\$375). Megamaq, que se dedica a actividades de Ingeniería Civil, vendió a Cosurca, domiciliada en Loja, equipo caminero nuevo valorado en \$ 6'665.260.

La mayor accionista de Cosurca es otra firma panameña: International Energy Overseas Corporation (\$ 611.600). A Cosurca, el 25 de agosto de 2008, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO) le adjudicó un contrato de manera directa para la vía Alamor-Lalamor (29'092.962,52 dólares). Overseas adquirió Cosurca el 31 de octubre de ese año. La vía El Empalme-Celica- Alamor (\$11'541.265,77) es otra obra que ejecuta Cosurca gracias a una licitación que adjudicó el MTO.

El tercer contrato se lo adjudicó el Programa Regional para el Desarrollo del Sur (Predesur) por concurso para construir el sifón Limones (río Alamor) del proyecto de Riego Zapotillo por 6'505.983,24 dólares.

Los caminos de Negolíder y Malasoma -empresas que aparecen en la ruta del crédito de la CFN a Megamaq- conducen a Fabricio Correa Delgado.

El domicilio de Malasoma, que tiene el 37,5% de acciones de Negolíder, es el mismo de la constructora Aplitec, la principal empresa de Fabricio Correa: ciudadela Bellavista, manzana A, solar 15, en Durán. Él es el mayor accionista de Malasoma y Aplitec. Negolíder y Fabricio Correa registran el mismo domicilio en el Servicio de Rentas Internas: ciudadela Los Olivos, manzana 2, solar 2, piso 1, oficina 101.

80 millones de dólares es el monto aproximado en contratos, subcontratos y órdenes de trabajo. Las obras se desarrollan en Petroecuador, Hidrolitoral, Hidropaute, MTO, Miduvi y Predesur.

Otras empresas vinculadas eran: Rellenos y Plataformas, es uno de los consorcios en que participa Fabricio Correa y al que el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda le adjudicó por licitación el movimiento de tierras del programa Socio Vivienda en Guayaquil

por 3,9 millones de dólares. Y Consorcio Amazónico, que junto a la constructora Carvallo de Cuenca, constituyó un acuerdo para construir la vía Plan de Milagro-Indanza-Gualaquiza por 15,4 millones de dólares. La obra fue adjudicada mediante licitación por el MTOP.

Morgan & Morgan representa a las dos empresas.

Las empresas panameñas Engineering International Consultants Corporation e International Energy Overseas Corporation invirtieron 1,8 millones de dólares en la compra de acciones y aumento de capital social de cuatro compañías.

Engineering International Consultants Corporation, fue registrada el 27 de junio de 2007 en Panamá, su representante (llamado agente residente de la sociedad) es el reconocido bufete de abogados Morgan & Morgan, el más grande de ese país. Su papel es el de servir de enlace entre la sociedad anónima y el gobierno panameño y no requiere dar a conocer quiénes son sus verdaderos dueños.

La primera empresa que adquirió Engineering fue Megamaq, antes llamada Swimwear, a la que se encargó de cambiarle el nombre, objeto social y trasladarla a Quito con un aumento de capital de 800 a 800.800 dólares. Lo hizo el 8 de octubre de 2007, según datos del Registro Mercantil de Guayaquil.

Diez meses después, Engineering vendió 520.000 acciones a Máximo Villavicencio, gerente de Megamaq, la que en octubre de 2008 obtuvo un crédito de \$ 10'000.000 en la Corporación Financiera Nacional para comprar equipo pesado de construcción.

El siguiente paso fue adquirir las acciones de Quality Outsourcing, empresa que hasta fines de 2007 tenía dos socios (Edwin Gonzalo Gómez Acosta y Luis Nelson Alarcón Quezada) y 20 mil dólares de capital, y aumentó a \$ 500.000 su capacidad económica.

El 17 de abril de 2008 se registra el traspaso de 450.000 acciones de la empresa Generación Oriente, propiedad de Luis Alfonso Romero Carbo, a favor de International Energy Overseas Corporation, la segunda empresa panameña también representada por Morgan & Morgan.

El 31 de octubre de 2008 Overseas compra 611.100 acciones de la constructora lojana Cosurca. La transacción costó 4'000.000 de dólares. Luego de ello, esta empresa que estuvo a punto de ser liquidada pasó a contratar obras del MTOP y Predesur, en el sur

del país, por \$ 18'047.249,01. Ya tenía un contrato de \$ 29'092.962,52 entregado en forma directa dos meses antes por el MTOP.

Las apoderadas en el Ecuador.

Los aportes de las panameñas Engineering International Consultants Corporation a los capitales de Quality Outsourcing y Megamaq y de International Energy Overseas Corporation a Cosurca, figuran como inversión extranjera directa.

Es decir que los dineros inyectados por esas corporaciones son recursos con derecho a ser remitidos al exterior.

La apoderada de Engineering International Consultants Corporation en el Ecuador es Neida Andrade Ocampo, de nacionalidad panameña, según datos tomados del Registro Mercantil de Guayaquil. En el año 2007, ella fue candidata a asambleísta provincial suplente del movimiento MCHP, lista 63, que lideraba Pierina Correa Delgado. Es miembro de los directorios de Cedegé y de Corpecuador en representación del presidente de la República.

Como apoderada de International Energy Overseas Corporation figura la ecuatoriana Margie Elizabeth Harb Touma.

Fabricio Correa Delgado, el empresario dueño de una veintena de empresas.

Casado y con cinco hijos, el mayor de los hermanos Correa-Delgado frisa los 50 años de edad. No bebe y acude frecuentemente a misa.

En sus apariciones públicas ha declarado ser un hombre honrado y transparente. Considera un ejemplo de ello, la devolución de un excedente de 130 millones de sucres que no utilizó en una obra de Corpecuador, de la que fue contratista en el año 2000. Ha dedicado parte de su tiempo a la formación espiritual de jóvenes y cree que lo peor que puede hacer es legarles riquezas a sus hijos. Con ellos tiene una cita ineludible para jugar fútbol las tardes de cada sábado.

Vive en Los Olivos, una zona de clase media alta, al norte de Guayaquil. Actualmente posee un patrimonio importante, que incluye una veintena de empresas. Todo, conseguido en 25 años de trabajo, en cuyo camino también ha enfrentado vicisitudes.

El diseño y venta de estaciones de bombeo para piscinas camaroneras y fincas bananeras, a principios de los años 90, marcó el inicio de su exitosa carrera empresarial.

Era un negocio en el que se había iniciado a los 25 años, poco después de graduarse en la Espol como ingeniero mecánico especializado en fluidos y fuentes no convencionales de energía.

De esa forma se amplió el campo laboral y surgieron los primeros contratos para obras de ingeniería civil, lo que lo llevó a la necesidad de constituir, en Durán, sus primeras empresas: Aplitec y Helptec. Estas llegaron a tener hasta 600 trabajadores a su servicio.

Pero los tiempos difíciles llegaron en 1998, con la crisis de los camaroneros por la enfermedad de la mancha blanca, y de los bananeros por la sobreoferta. Ahí es cuando Fabricio Correa decide incursionar como contratista público.

Durante el gobierno de Gustavo Noboa -quien había sido presidente de Aplitec hasta 1996- consigue la adjudicación de dos contratos, uno con Codeloro, para la construcción de canales de riego del proyecto Tahuín (Arenillas), y otro con Ecapag, para montar una estación de bombeo en La Toma (Guayaquil). Esos entes decidieron después rescindir unilateralmente su relación contractual con Aplitec, y los casos pasaron a ventilarse judicialmente.

En 2005, incursionó en un negocio de venta de llamadas a celular por vía electrónica, para lo cual invirtió 100.000 dólares. Pero al poco tiempo tuvo que liquidarlo por falta de un mayor capital.

Era la época en que su hermano Rafael decidió candidatizarse a la Presidencia de la República. El mayor de los Correa-Delgado pasó entonces a ser una pieza importante en la estrategia proselitista.

Desde 2007, logró consolidar un grupo de empresas, tres de ellas hoy adjudicatarias de contratos públicos y privados. De su participación en 25 concursos por 209'624.853,39 dólares ha ganado siete, por 58'901.587,74 dólares. La lista excluye a Cosurca y Quality.

Anexo 6

Entrevista realizada a Fabricio Correa. Quito, 12 de abril de 2012.

Cuénteme un poco cómo fueron los días posteriores a la publicación del tema de los contratos en *Expreso*.

Los primeros días después del, porque eso sale como un artículo, que yo mismo ayudé a hacer, porque el que tiene la consciencia tranquila no oculta nada, y me engañó Calderón, porque él me hizo la entrevista argumentando que había mucha difamación y que él quería hacer algo que aclare las cosas a los ecuatorianos. Pues yo encantado, con mi abogado, le dimos toda la información.

Al principio fue bien chévere porque, para mi satisfacción, pues Rafael puso el cargo a la disposición por mí, demostró que no hay nada ilegal, que todo es transparente, y se fue de viaje. Pero luego, en un autogol fenomenal, como el que le hace hacer Alexis Mera siempre: caso *El Universo*, caso de los periodistas, cas 30-S, caso la Oxy, lo metió en un problema conmigo porque yo lo tenía demandado a Alexis Mera por lo que hoy ya es una verdad incontestable: manipulación de la justicia.

Entonces Alexis le montó una historia de que es ilegal tener empresas... porque Panamá, que son... y ¿cuáles son las empresas?, ¿no son fantasmas?; entonces están como los daños espirituales del presidente, ¿no? Todo es espiritual, todo es fantasmagórico, todo es... y al final, resultó en un gran autogol porque, ¿a qué conclusión llegó la gente?: de que si es verdad que yo hubiera hecho algo mal, yo soy empresario de toda la vida, el que actuó mal es el presidente al favorecer al hermano.

Y la carga recayó sobre él y me convirtió a mí en el arma con el que el periodismo, con el que tiene pues una pelea que conoce ya no (solo) todo el Ecuador sino todo el mundo, me convirtió a mí en el arma con que le pega el periodismo. Y yo resulto pues obviamente en el proceso afectado como una suerte de daño colateral porque también a mí pues me cae el tema (risas).

A dios gracias, no le digo, la tranquilidad con que yo me muevo, la veracidad de mis afirmaciones, los documentos que están en mi página web www.fabriciocorreadelgado.com fueron desvirtuando cualquier cosa en mi contra, y al contrario, como yo no permito que los pájaros le disparen a las escopetas, yo le disparé pues al círculo rosa, y lo primero que se hizo obvio es que había un círculo rosa; lo segundo es que son pillísimos toditos.

Y entonces, la gente empezó a decir “Mira, Fabricio no les tiene miedo y los otros sí le tienen miedo”, y “Fabricio dice lo que nosotros, por temor, callamos”, y “Fabricio es la voz de los que callamos”, y “Aaah, entonces Fabricio es mi líder”. Y de repente sin saber leer ni escribir, o como diría el Chavo, “sin querer queriendo”, me convertí en líder popular, tronco de autogol, ¿por culpa de quién?: de Alexis Mera. Es lo mismo que pasa con *El Universo*: *El Universo* nadie lo conocía pues si es el diario de un país chiquitito; ahora *El Universo* en todo el mundo es el epítome, el ícono de la libertad de prensa.

Entonces terminan siendo autogoles, pero esta es una realidad, no la busqué pero está ahí y entonces, con responsabilidad como ciudadano y como cristiano, hemos asumido el desafío de acceder a la Presidencia en el 2013, pero no como Mesías prometido ni como caudillo, sino como un Equipo. Y por eso, hemos creado con mi esposa Equipo: equidad, progreso y orden, y este es el secretario general del movimiento, el abogado Jorge Falconí; está la binomia, hasta el momento (risas), la primera dama, la Tatiana, y este servidor. Y el ñaño (muñeco Chucky) que no lo dejamos, porque si lo aflojamos nos hacen barbaridad y media.

¿Cuál cree usted que es su papel frente al presidente?, ¿el papel de hermano mayor, de cuidarle, de darle consejos o mas bien reclamarle?

Vea, el rol de hermano mayor es bien incomprendido, porque el de verdad te quiere no te dice lo que quieres oír sino lo que debes oír, tus papás, tu mamá, un buen amigo, tu hermano mayor... Pero la reacción inmediata del hermano pequeño siempre es: “No te metas en mi vida”, “No seas sapo”, “Cósete el ojo”, “Déjame mis amigos”, “Déjame el trago”... Solo cuando está en la cárcel, solo cuando está en la rehabilitación por alcohólico, dice: “¿Por qué no escuché al hermano mayor?”.

Entonces yo como hermano mayor, además jefe del hogar, como dijo mi mamá, en ausencia de mi papi desde los 8 años, yo siempre he cuidado de mi hermano pequeño, lo he ayudado de pequeño, lo he ayudado de grande para que llegue a la Presidencia y tenía que ayudarlo a ser exitoso y denunciar lo que es una verdad hoy a gritos, pero lo hice como el Evangelio, en secreto, hasta que, como le conté antes, me sacaron al ruedo.

Pero este tema vino desde el principio, el distanciamiento vino desde el principio porque yo no estaba de acuerdo con esta política. A todos, absolutamente todos los fundadores del movimiento País nos han sacado y nos han sacado con oprobio; y la primera víctima fue la primera dama, porque nadie lo quiere más a uno después de la mamá que la mujer de uno, pero fue la primera en ser separada. Entonces la consecuencia de eso fue que Rafael perdió propio de alguien con buena voluntad, buenas intenciones pero sin experiencia, y peor sin equipo.

Así que el rol de uno es ese, de mucho cariño, y el tiempo, que es el gran aliado de la verdad, me va dando la razón porque todo lo que he advertido se ha ido cumpliendo.

En este camino de construcción como líder, ¿sintió apoyo de los medios de comunicación?

No. Primero, la mitad de los medios de comunicación son del gobierno y sirven solo para hacer propaganda y difamar. En mi página web, le vuelvo a insistir www.fabriciocorreadelgado.com, encontrará un contador de días. Llevo más de 2 años esperando mi derecho a la réplica en los medios del Gobierno.

Con la prensa privada es diferente, con la prensa libre. Ellos me montaron una historia, porque me la montaron, pero también me dieron la oportunidad de defenderme. Entonces no está bien que te monten una historia, pero por lo menos tienes la alternativa de salir en defensa de tu honor. Y fui exitoso, entonces yo siempre defenderé y he defendido la prensa libre, por eso me opongo a la Ley de Comunicación, porque por muy buena que sea la ley, todos sabemos que el modus operandi del Gobierno es que le mete la mano con el veto, y convierten en un Frankenstein criminal que mata la libertad. Eso ya se sabe que es así. Y

yo lo denuncié y fui el primer ecuatoriano en denunciarlo, primer ecuatoriano que se escuche en el exterior, lo denuncié en diciembre del 2009 en Univisión ante 60 millones de telespectadores con el principal periodista latino de Norteamérica, que es Jorge Ramos, desde ahí ya dije que se atacaba a la prensa libre.

Luego estaban los plantones por la libertad de prensa, a pesar de que los convoquen periodistas que se han manifestado mal de mí, yo no voy por ellos, voy por la libertad, porque Equipo y Fabricio Correa creen en la libertad como mayor don de Dios y van a defender esa libertad como nuestros padres por lograr la independencia hasta con la vida.

Entonces igual que los presidentes sensatos, inteligentes..., de izquierda pero sensatos, como Dilma Rouseff, como Tabaré Vázquez y luego Mujica de Uruguay, como todos los presidentes sensatos del mundo, todos dicen “Prefiero una prensa libre con sus defectos que una prensa amordazada y que no haya denuncia, y que no haya crítica”. Porque la crítica bien entendida es contractiva, permite mejorar, y yo estoy en ese bando.

Anexo 7

Entrevista realizada al periodista Juan Carlos Calderón. Quito, 24 de abril de 2012.

¿Cuál cree que es el uso que le ha dado la prensa a Fabricio Correa como personaje?

Yo lo que creo es que la prensa escrita, desde que aparece esta historia de los contratos, desarrolla al personaje de Fabricio Correa a partir de dos ejes. El uno es esa vinculación con estas empresas, porque hacen contratos con el Estado, y con entrevistas.

Además, Fabricio Correa yo creo que se auto-construye como personaje. Él a partir de una semana, un poco después de cuando ya aparece la primera serie de reportajes en *Expreso*, en junio de 2009, él toma iniciativas mediáticas fuertes con las cuales empieza con denuncias sistemáticas a varios ministros, a varios sectores de la administración pública del Gobierno de su hermano.

Él entonces, al auto-construirse como personaje en esta iniciativa mediática, va dejando de lado un poco el tema precisamente que lo lleva a la palestra pública, que es el de los contratos.

La gente considera a Fabricio Correa líder de oposición, ¿entonces esta no sería una creación del Régimen, como él asegura?

Claro porque él se construye a sí mismo mediáticamente como líder de la oposición, no sé si como líder de oposición pero sí como un actor político de la oposición, porque precisamente, yo creo que es la manera más..., no sé como decirlo, es la manera más adecuada entre comillas que él encuentra para responder de alguna manera a todas las acusaciones que se le venían encima con el tema de las contrataciones.

Entonces, a lo que me refiero es que él realiza varios actos que son novedosos. Las denuncias que él hace son fuertes, pero él va haciendo marcas, marcas políticas, por ejemplo la creación del “círculo rosa”. Los menciona y dice: “No hay un círculo oscuro que rodea ni nada sino un círculo rosa”. O sea él construye su otro enemigo, su rival, no contra su hermano, sino contra quienes rodean a su hermano. Él va calificando y creando estos personajes, es un experto creador de personajes, crea el “círculo rosa”, bastante famoso. Luego, toma iniciativas mediáticas, que también son políticas, entregar denuncias por ejemplo en la Asamblea Nacional, en la Mesa de Fiscalización, e inventa frases, como la de “Hasta la Victoria Secret”, que se convierte casi en un clásico de la política, o “Por el ojo tuerto te roban, ñaño”, con este tipo de expresiones de este personaje que a muchos termina por resultar simpático pero que cubre un vacío en la oposición al Gobierno, que es la creatividad, hace cada payasería, se inventa el Chucky Seven...

Cuando nosotros publicamos el libro, su primera reacción es hacer una portada falsa del libro y pone ahí con una figura de *Avathar* (película) a Chávez y en el lugar en donde debería estar él en la portada del libro, pone a Rafael Correa. Entonces dice que el verdadero Gran Hermano es Hugo Chávez.

Y a partir de lo que hace juegos del idioma y juegos de los imaginarios, hace que vaya él construyéndose como es un personaje de creación diferente, que finalmente hace olvidar al

conjunto de prensa y al conjunto de los organismos de control, que él está ahí en la palestra pública no por ser un simpatiquísimo opositor político, sino por un tema que tiene que ver con el uso de recursos públicos, de contrataciones y esa cuestión que es la que denuncia el diario *Expreso*.

Entonces, ¿la prensa se deja utilizar? ¿Fabricio Correa usa a la prensa y esta no se da cuenta de que la estaban utilizando?

Yo creo que no debemos totalizar la prensa porque yo creo que la prensa escrita sí cumple un papel importante, que es continuar con las investigaciones tanto *Expreso* que somos los que hacemos las revelaciones cuanto el diario *El Universo*, *El Comercio*, *Hoy* van insistiendo en el tema de las contrataciones. Sobre todo *El Universo* y *El Comercio* dan mucha fuerza a continuar la historia que había publicado *Expreso*.

Pero si hay un vacío de parte de un cuestionamiento de la prensa en el periodismo, es en los medios electrónicos. Yo creo que sobre todo en la televisión y en ciertos programas de radio, no en todos pero en algunos, Fabricio Correa entra e irrumpe como un personaje mucho más mediático, mucho más activo, mucho más creativo que es perfecto para televisión y habla muy bien también en la radio entonces ahí llega como a capturar ese panorama.

Por eso yo creo que en ese sentido, él apunta mucho a los medios electrónicos en sus intervenciones frente a los medios impresos y logra revertir, creo yo, la tendencia de ser acusado a ser acusador y ser un opositor.

¿Cree usted que la cobertura sobre Fabricio Correa en general después de la revelación de los contratos es suficiente o exagerada?

El caso es el escándalo más grande que ha tenido el Gobierno del presidente Correa y se convierte en el tema del momento. No nos extraña que durante casi tres meses la prensa abra sus ediciones con información vinculada al ingeniero Correa y también los noticieros de radio y televisión.

Es obvio que ahí hay una saturación del personaje, hay sobreexposición del personaje pero también vinculado al tema de los contratos. En algunos casos, que ya, insisto, cuando él se convierte ya en un personaje que quiere hacer denuncias contra el Gobierno y asumir o tomarse él mismo la bandera de la oposición.

Ahora, obviamente *El Telégrafo*, que es un diario que en ese momento está iniciando sus procesos de diario público en ese tiempo, yo creo que son mucho más cautos, mucho más precavidos porque era un tema que efectivamente afectaba al Gobierno y por tanto se portan mezquinos, diría yo, con la información.

¿Cuál cree que es actualmente la importancia mediática de Fabricio Correa?

Yo creo que es un actor político mediático. Mi concepto es que él se construyó a sí mismo. Él tenía aspiraciones políticas desde el principio, creo yo, y que fueron relegadas por el tema después ya empresarial, no olvidemos que él fue tesorero de la campaña de su hermano por parte del buró de campaña y luego intervino bastante activamente en el tema

de los diputados de los manteles. Él sí ya tenía algunas pretensiones políticas entonces no es que él aparece recién con este tema.

Yo creo que él de alguna manera entendió perfectamente el papel que los medios pueden jugar en la construcción de un personaje. Como tú me preguntabas si los medios fuimos utilizados por él, yo creo que no, yo creo que fue un acto mas bien simbiótico en el cual, insisto, no todos los medios, algunos sectores de medios, sobre todo electrónicos, sí intentaron usar al personaje, intentaron mostrar un personaje que se convirtiera o que fuera una voz opositora. Pero sobre todo, porque Fabricio era un personaje distinto, yo creo que mucho más mediático que los siempre aburridos personajes de la oposición.

Entonces por eso yo creo que era importante pensar que sí, construyó su plataforma a partir de esta exposición mediática.

¿Cuál cree que es el papel de Fabricio Correa frente a su hermano, el presidente?

Hay varias facetas, yo creo que tiene varios rostros esta relación. Yo creo que efectivamente la relación está rota, se fue deteriorando, porque en un principio, todo el mucho recordará que cuando lanzamos nosotros la investigación, el presidente Correa respaldó a su hermano, lo defendió y lo justificó. Y luego, yo creo que por el tema de la crisis que causó al interior del Gobierno, al interior de Alianza País, y por la crisis de la opinión pública, tuvo que retirar estos contratos y luego, pues la reacción de Fabricio Correa se convierte en algo mucho más fuerte, casi como la piedra en el zapato del hermano, que es el único capaz de decir las cosas a su hermano sin temor a represalias, porque a Fabricio Correa no le pasa nada, nunca le ha pasado nada, salvo una cadena nacional que me acuerdo que lanzaron cuando él hizo una intervención en CNN, y se convierte en esa piedra en el zapato.

Entonces eso muestra muchas facetas, y claro, él asume el papel del hermano mayor, pero es de una forma despreciativa. Rafael Correa no es ningún niño, y yo creo que ahí sí hay una rivalidad entre hermanos que viene desde hace mucho tiempo y que se expresa también en la política.

Desafortunadamente, en un país donde no existe institucionalidad, se pueden dar estas cosas: en una familia, que es finalmente el hermano Fabricio Correa, y no olvidemos a su hermana Pierina, que también es una política activa, van marcando su impronta en la política nacional.

¿Cómo cree que el Gobierno llegó a la decisión de terminar los contratos a Fabricio Correa?

No olvidemos que en ese momento, estamos hablando de junio del 2009, había todavía una dirección colectiva en el Gobierno. O sea, había voces más activas, no era la presencia, la impronta política de Rafael Correa, no era tan en solitario como es hoy.

Hoy, por ejemplo, es absolutamente solo, impone sus deseos, y tiene un grupo que le acolita las cosas pero que no le cuestiona y no le confronta. Entonces, en este momento Rafael Correa navega solo para mal o para bien.

Pero en ese momento, cuando salta lo de los contratos, hay una dirección más colectiva. Hay un estilo de trabajar dentro de Alianza País, del oficialismo, donde hay voces como Gustavo Larrea, como Alberto Acosta, todavía entiendo, hay varias voces que van marcando o separando, ya no estaba Alberto Acosta y no sé si Gustavo, pero sí había mucha más fuerza del bloque, más fuerza política del bloque, hoy es lo que está prácticamente anulado dentro de Alianza País. Entonces, yo sí creo que hubo una crisis política ahí. Además en el Gobierno, no nos olvidemos que hay un personaje que se llama (Alfredo) Vera, el “Cacho” Vera, que es secretario de Transparencia, y yo creo que es uno de los factores que empuja a la terminación de los contratos, porque él sí ya tenía problemas previos con Fabricio Correa.

Fabricio Correa ya era una molestia para Alianza País antes del tema de los contratos. Nosotros obtenemos información sobre que sus actividades empresariales con el Gobierno prácticamente, también de algunas fuentes dentro del propio Gobierno, que ya ven como una molestia, un estorbo, una cosa que les podía traer graves problemas la presencia del hermano del presidente en diversas áreas de lo público, lo veían con muy malos ojos. Yo creo que son sectores puristas de izquierda, de principios, que no aceptaban esa situación.

Finalmente, ¿cree usted que Fabricio tiene posibilidades de ganar la Presidencia?

Sí (risas), como cualquier otro. Casi como cualquier otro porque es un tipo también con carisma. Sin embargo, es frágil porque obviamente tiene este pecado original, o sea Fabricio Correa es lo que es hoy a nivel nacional e internacional también porque arrastra un pecado original que tiene que ver con estas denuncias, que logra de alguna manera revertirlas, de alguna manera en la opinión pública darles la vuelta y él convertirse en lo que es hoy.

Pero es un pecado original que cualquier opositor al propio Gobierno, el presidente lo ha hecho varias veces, o cualquier otro opositor va a explotar. Entonces no va a poder explicar y va a decir: “No, yo no tengo ningún contrato”, “Yo no he hecho contratos”. Se va a hacer complicado creerle.

Es un candidato creo que débil en ese sentido, por lo menos más débil que su hermano. Pero yo creo que como cualquier otro candidato en este momento, quitando a Rafael Correa de en medio, tiene iguales posibilidades de constituirse en una alternativa porque sí tiene sectores, que han olvidado obviamente el tema de las contrataciones, pero que creen en Fabricio Correa como una alternativa porque tiene su carisma, tiene su discurso bien planteado, tiene una postura clara política.

Es un candidato de centro-derecha, digamos, casi es del lado liberal de la economía, que es como un vacío que está llenando en los sectores de la oposición, sobre todo de centro-derecha, que no están lanzándose a la Presidencia, entonces como que quiere capturar ese apoyo, y puede tenerlo desde el lado sobre todo de Guayaquil, que pueden apoyarlo.