LA MOVILIZACIÓN ENTRE DOS AGUAS: INFORMACIÓN DE CONFLICTIVIDAD SOCIAL EN MEDIO DE LAS TENSIONES ENTRE EL GOBIERNO ECUATORIANO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

GI5: La Comunicación y los medios en contextos de conflictividad socio-ambiental e industrias extractivas

Camilo Cruz Merchán
Docente departamento de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Universidad de las Américas, Quito- Ecuador.
Camiloc06@gmail.com; c.cruz@udlanet.ec

Objetivo

Determinar las formas en qué las disputas entre los medios de comunicación privados y el gobierno del ecuador median en la construcción de los discursos que frente a la conflictividad minera producen las organizaciones sociales en el país.

Caracterización metodológica

Metodológicamente se establece un diseño de investigación múltiple que sigue un estilo cualitativo. Toma como referentes la categorización de la política, la propuesta de *Campo Político* de Bourdieu (1974) (2001), postulados de *comunicación organizacional* sintetizados por María Luisa Muriel (1980). La categoría de *Agenda Setting* (McCombs, 2006), y el *análisis del discurso* (Verón, 1998) (Van Dijk, 1993).

Resumen

La presente investigación tiene como propósito indagar las maneras en que las disputas dentro del campo político ecuatoriano entre medios de comunicación privados y gobierno nacional, influencian los discursos y contenidos de los productos de comunicación política producidos por la CONAIE. Como tesis el trabajo sugiere que la tensión entre medios de comunicación privados y gobierno nacional dentro del campo político ecuatoriano determina el contenido de los productos de comunicación política producidos por la Confederación de nacionalidades indígenas del Ecuador CONAIE, condicionando el discurso del actor a las relaciones entre otros actores más que a las propuestas políticas de la organización. Este proceso debe comprenderse en relación a la posición dentro del campo político ecuatoriano contemporáneo que ocupa al actor, así como a condicionantes estructurales que delinean la relación entre los actores analizados.

Contenido

Introducción

La Confederación de Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CONAIE) ha sido desde su creación, un actor decisivo dentro de la historia política del país, llegando en determinados momentos a ser punto de convergencia de acciones colectivas más allá de los reclamos de pueblos y nacionalidades indígenas. Sin embargo, en los últimos tiempos ha perdido su centralidad en la política, cediendo este espacio a otro tipo de disputas y actores, entre las que se destaca la tensa relación entre los medios de comunicación privados y el gobierno de Rafael Correa.

Un espacio para observar esa pérdida de centralidad se encuentra en el análisis de los discursos producidos por la organización. Para ello se

estudiarán las relaciones que se establecieron entre el gobierno nacional de la República del Ecuador, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador –CONAIE- y los medios de comunicación, tanto públicos como privados, durante un evento político especifico, la 'Marcha por el Agua, la Vida, la Soberanía y la Dignidad de los pueblos', desarrollada del 8 al 22 de marzo del 2012. Protesta convocada por organizaciones sociales, ambientales y ciudadanas, en contra de los proyectos mineros a desarrollarse en el sur del Ecuador. Y a la cual la Confederación se sumó.

¿Por qué la minería como eje? La minería a gran escala, como modelo de desarrollo, se ha convertido en el eje de confrontación entre el gobierno nacional y la CONAIE. Trabajar sobre un punto en específico permite focalizar la discusión, pues manteniendo el problema abierto a múltiples dinámicas es difícil pasar de la lógica meramente descriptica.

La mirada analítica

Las formas de enunciación hacen parte de las maneras en que un texto contiene un discurso. Señala Van Dijk (1990) que al elegir un determinado tipo de palabras para enunciar un asunto, lo que se está manifestando allí es una valoración del mismo, es "la manifestación de una postura ideológica" (Van Dijk, 1990: 122). Ahondando, Charaudeau (2003) señala que los medios juegan en la construcción de "una verdad sobre el mundo" (Charaudeau, En: Pico, 2009: 10) al usar un tipo determinado de fuentes y una extensión especifica de los textos.

Ese posicionamiento constituye un discurso, "un evento comunicativo completo en una situación social" (Meersohn, 2005). Charaudeau y Maingueneau (2005) señalan como elementos básicos del discurso el que esté orientado por un fin, una dirección y un tiempo determinado. Una acción que genera efectos. Interactiva. Construida desde un contexto. Regida por

unas normas sociales. Y producida dentro de un orden inter discursivo, es decir, es “diferenciable en su particularidad en referencia a otro tipo de discursos”. (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 181-183).

Meersohn (2005) señala que la particularidad del discurso frente a otras formas lingüísticas en que éste contiene una estructura cognitiva, una forma específica de interpretar los signos transmitidos. (Meersohn, 2005). En el mismo sentido, Eliseo Verón (1993) argumenta que el discurso al estar inserto en lo social, implica unas dinámicas propias de “producción y de significación” (Verón, En: Pico, 2009:10). A las que Van Dijk (1993a) caracterizará como estructuras sociales, políticas y culturales. (Van Dijk 1997: 172 En: Meersohn, 2005). Por último, un elemento clave del discurso es su relación con el poder y la dominación, pues en él se transmiten “cogniciones sociales (actitudes, ideologías, normas y valores) en interés del grupo dominante” (Van Dijk 1993: 56 En: Meersohn: 2005: 79).

La relación entre los actores

El gobierno de Correa se ha concentrado en reforzar el papel del Estado, “para relanzarlo como activo agente económico y social” (Ramírez y Minteaguia, 2007:3). Un Estado centralizado financiado con los recursos obtenidos del petróleo, (Pachano, 2008, En: Tuaza, 2012: 289). Tarrow (1998), citado por Resina de la Fuente (2012) señala que la idea de un Estado centralizado trae consigo una serie de transformaciones en el relacionamiento de este con las participaciones de corte corporativo:

> Los Estados centralizados engrandecen debilitando y eliminando las formaciones corporativas propias de la sociedad civil. El resultado será, así, que cuanto más fuerte sea el Estado, más debilitada estará la tendencia a la participación institucional y mayores incentivos

> habrá para un tipo de acción colectiva volcada a la confrontación y la violencia" (Tarrow, 1999: 78. En: Resina, 2012: 85). Esta posición de reforzamiento estatal también ha pasado por una revisión a la comprensión de la movilización social. Tal como reseñan Lalander y Ospina (2012) "Es tajante el rechazo gubernamental a las manifestaciones, levantamientos y huelgas." (Lalander y Ospina, 2012: 35).

Hecho que confronta a la organización con uno de sus principales recursos: la movilización.

Luis Tuaza (2012) señala que para el periodo analizado la CONAIEatraviesa desde la perspectiva de la teoría de las oportunidad políticas (Tarrow, 2004. McAdams, Tarrow y Tilly, 2005), una fase de "declive" (Tuaza, 2012: 330), caracterizada por el "alejamiento entre líderes y bases sociales" (Tuaza, 2012: 332). Como por la influencia que las prioridades políticas han impreso a las acciones de las organizaciones, esto es "el abandonar los principios originarios relacionados con las reivindicaciones sociales y étnicas, al mismo tiempo [que] establecer alianzas políticas que a la larga han resultado perjudiciales para el movimiento indígena" (Tuaza, 2012: 333).

En el orden del texto, a continuación se realizará una breve caracterización de los medios de comunicación públicos y privados en el Ecuador, su relacionamiento con el gobierno de Rafael Correa y en último lugar, con la CONAIE, en vías de trazar el campo político delineado.

El gobierno de Rafael Correa ha transformado el escenario de los medios de comunicación en el Ecuador, transformaciones que han desembocado en el enfrentamiento con los medios privados y la construcción de un nuevo espacio, los medios públicos.

Entre los hitos de la intervención gubernamental sobre las empresas comunicativas destacan, la creación en el 2008 de la Comisión de Auditoría de Frecuencias, la cual encuentra una serie de irregularidades en el trabajo del Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión CONARTEL durante la década anterior (Ordoñez, 2011: 85). La normativa presidencial que prohibió la firma de contratos desde el Estado con empresas ubicadas en paraísos fiscales, ley que afectaba directamente a El Comercio y El Universo (Punin, 2011), La prohibición a la propiedad accionaria mayoritaria en medios de comunicación por parte de grupos financieros (Ordoñez, 2011:89). El retiro de la pauta oficial en varios medios de comunicación por resolución administrativa. El cobro de impuesto al valor agregado al papel prensa importado (Punin, 2011). La aplicación de sanciones por parte de la CONARTEL a varios medios. Así como la creación, dentro de las cadenas presidenciales de los sábados, de un espacio dedicado a la crítica de noticias publicadas en medios privados durante la semana.

A partir el 2010, año de inicio de la discusión sobre la Ley de Comunicación, propuesta legislativa exigida por la constitución que convierte a los medios de comunicación y a la comunicación en un asunto de derecho y de regulación pública se acrecentó la tensión llegando a confrontación directa con diarios como El Comercio y El Universo, mediadas por importantes organizaciones mundiales de prensa y fundamentadas en la discusión sobre la libertad de expresión (Ordoñez, 2011: 92).

En el caso de la relación de los medios con la CONAIE hay que considerar que los medios de comunicación, tanto privados como públicos, surgen desde el espacio blanco-mestizo, son herederos de una construcción cultural fundamentada en la idea de unas fronteras sociales construidas desde la raza y la etnia, que se imbrican en habitus de construcción de la información y de acercamiento a estos grupos.

El racismo como categoría ha sido objeto de múltiples trabajos de las ciencias sociales. Bravo Astudillo (2011) parafraseando a Hall (1992) señala que “los grupos dominantes producen y reproducen representaciones de ellos y de los llamados otros, para justificar su posición como superiores” construyendo al otro como negativo (Astudillo, 2011: 13). Es un asunto de poder y de negación del ‘otro’. “Es la posibilidad de un grupo de imponer de manera legítima una relación desigual de poderes” (Rivera, 1999: 34), lo que se traduce en la negación al otro de “la participación social, política y económica” (Rivera, 1999: 34).

Una construcción histórica, apalancada en formas de dominación fundamentadas en la diferencia racial pero que en la contemporaneidad se caracteriza por la estigmatización o la exclusión a partir de elementos culturales, obviando en el discurso el elemento racial (Rivera, 1999) Sistema de clasificación que aunque se construye desde el poder, no puede estudiarse únicamente desde las instituciones creadas para su garantía. Pues dichos procesos se insertan en la cotidianidad de la sociedad construyendo fronteras entre lo aceptable y lo indeseado, así como habitus, prácticas de los sujetos, que reproducen y sostienen el sistema (Van Dijk, 2003).

Ahora bien, las organizaciones indígenas no son sujetos pasivos frente a los discursos y la producción de los medios. El movimiento indígena ha generado una serie de estrategias para re significar los discursos hegemónicos y poder convertir los prejuicios en herramientas de lucha. Una forma en que se manifiesta esto es la re significación del estigma en símbolo de identidad para los grupos subalternos (Sánchez, 2008). Además, como señala De la Cadena (2006), las comunidades indígenas aprenden a usar las condiciones impuestas desde lo externo –tecnología, educación occidental- “como vías para resistir los cambios y la aculturización” (De la Cadena, 2006: 76).

Por último, hay que tomar en consideración las dinámicas propias del contexto para entender la relación entre los medios y las poblaciones indígenas. Frente a esto Borja (2012) señala que, en los momentos de movilización indígena, los medios de comunicación ecuatorianos abren las puertas a las demandas de estos "porque el interés político del campo mediático tradicional se ve favorecido momentáneamente también por la impugnación de estos actores al gobierno" (Borja, 2012: 116), en tanto que pasa la discusión puesta en la calle, la posición indígena es retirada del espacio mediático.

El fenómeno: la marcha

La CONAIE no fue la organización convocante de la movilización de 2012. Sin embargo, el peso histórico, simbólico y político convirtió a la Confederación en la cara visible de la movilización representada desde los medios. De ahí que, solventando la realidad política del evento seguido, será la CONAIE, a través de sus productos comunicativos sobre el proceso de movilización, centro de análisis para este trabajo. En este apartado, se utilizarán varias categorías establecidas por los estudios de comunicación organizacional, entendiendo a esta como "El sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos" (Rota, 1980: 32). El área de la organización encargada de la producción, articulación y difusión de los mensajes.

El trabajo de comunicación ésta a cargo de la dirigencia de comunicación, área al mismo nivel estructural que el resto de las 6 dirigencias. Durante el periodo de la marcha el trabajo de la dirigencia de comunicación fue asumido por Severino Sharupi, dirigente de juventudes de nacionalidad Shuar, proveniente de la Federación de organizaciones Shuar de Pastaza y de la CONFENIAE, debido al estado de salud del fallecido Evelio Gende, el

responsable titular de dicha área. En el caso de la marcha, la planeación estuvo a cargo de una comisión de comunicaciones Ad Hoc, en la que participaron representantes de la ECUARUNARI Y la CONAIE, organizaciones y colectivos aliados, y ONG cercanas al movimiento. La comisión tuvo como centro de trabajo la ciudad de Quito.

La ECUARUNARI por su parte se encargó de cubrir a través de la red ECUASHASKI la movilización en terreno, además desde la comisión de comunicación se enviaron dos corresponsales para realizar el seguimiento a la movilización. En Zamora y Azuay el trabajo comunicativo fue responsabilidad de las organizaciones del sur, trabajo que en Cañar es asumido por la comisión con base en Quito (Charupi, 2013: entrevista).

Al ser consultada sobre el uso de redes sociales por parte de la CONAIE, Soledad Vogliano, responsable de comunicación delineó los públicos a los cuales se buscaba llegar con los productos comunicativos. En los públicos entendidos estaban los medios de comunicación, sectores urbanos denominados críticos, y las bases sociales con acceso a las redes sociales
A partir de las entrevistas con los responsables del área de comunicación de la CONAIE es posible trazar las líneas temáticas que intentaron posicionarse desde la organización durante el proceso de la marcha.

Por una parte, el trabajo de la organización se enfocó en socializar “el porqué de la movilización” (Vogliano, 2013: entrevista), posicionar la causa convocante y las propuestas desarrolladas desde las organizaciones. Lo que se tradujo en la difusión de los puntos establecidos por las organizaciones, sin embargo dada la amplitud de los mismos se tomó la determinación de definir cinco puntos como prioritarios, “los temas más grandes que se ponían en los productos” (Charupi, 2013: entrevista)

Un elemento interesante de reseñar es que, ante la amplitud de la agenda propuesta desde la marcha, el número de puntos socializados por la CONAIE se trató de limitar hacia la experticia del movimiento. En relación con esto, el trabajo de construcción discursiva implicó el posicionamiento dentro de los líderes –nacional como locales- de un discurso informado sobre los puntos, como también la conexión entre los conflictos locales con la propuesta nacional.

Es decir, parte del posicionamiento de las temáticas de la marcha pasaba por la difusión interna de la agenda política propuesta, la recolección de las demandas locales y la cualificación del discurso de los líderes en todos los niveles.

Otra de las representaciones que se intentó posicionar fue a la marcha, la marcha como un evento social, una realización humana, propuesta relacionada con la identificación y valoración del trabajo de los individuos involucrados en el acto. Era una forma de evitar el encasillamiento de político sobre el acto.

Parte de la producción estaba dirigida a la conexión de la marcha con el más amplio número de públicos, tratando de revelar un movimiento abierto a la discusión de temas más amplios que los de su agenda interna, dispuesto a pensarse el país. Esto implicó no solo el difundir el amplio pliego, sino la conexión de las demandas con temáticas no incluidas en la redacción inicial de estas.

Las estrategias de comunicación de la organización estuvieron concentradas hacia la comunicación externa, es decir hacia el establecimiento de canales y el direccionamiento del mensaje más allá de la propia CONAIE. En este caso el tipo de productos se dividió de acuerdo a los medios que desean usar, a los públicos a quienes llegar y al mensaje a transmitir. Así pues podría

dividirse la agenda comunicativa en cuatro áreas. La comunicación oficial hacia los medios masivos, la difusión en redes sociales, la búsqueda de influencia o visibilidad en el cubrimiento de los medios. En último lugar, la influencia personal de los dirigentes o lideres con alta percepción en los medios.

La representación mediática de la marcha

Para determinar las líneas que recorrió el cubrimiento mediático en los diarios investigados se revisaron las ediciones impresas de estos entre el 7 al 23 de marzo del 2012. Como criterios de selección de las noticias se establecieron los siguientes: Que hablaran de la marcha; al contrato Mirador; a conflictos sociales en relación a la minería; organizaciones indígenas; actos gubernamentales frente a la minería; y, actos gubernamentales en localidades durante la marcha.

En total, el número de noticias fue el siguiente: El diario El Comercio –EC- publicó 110 notas, 95 dedicadas directamente a la marcha y 15 con respecto de las otras categorías expuestas. El Telégrafo –ET- 58 notas en total, 41 referidas directamente y 17 en las otras categorías. Por último El Universo –EU- publico 81 notas, 75 referidas directamente y 6 sin relación directa.

El Telégrafo dedicó el menor número de editoriales, de estas dos a criticar a las marchas, y una a expresar el valor de la marcha para la democracia. En ninguna de las anteriores hubo una mención directa contraría a las marchas promovidas por el gobierno. Desde los medios privados, El Comercio no hizo mención positiva a las marchas oficialistas, mientras que El Universo sí lo hizo en tres oportunidades. Ambos medios se mostraron críticos a la firma del contrato con ECUACORRIENTE y en cuatro criticaron la actitud del presidente frente a la marcha de la oposición. Por último, El Universo fue el único que señaló la posibilidad de confrontación callejera.

La información presentada en las portadas sobre la marcha varío dependiendo de los medios, EC presentó dieciséis notas, durante 12 días en su portada sobre la marcha. EU catorce, es decir una nota por día. ET cuatro en 4 días.

En relación al contenido visual de las portadas se encontraron los siguientes datos: once portadas en EC tuvieron soporte visual: cinco centradas en líderes de la marcha Paúl Carrasco, Humberto Cholango -2- y Salvador Quishpe. -2-. Cuatro imágenes de los manifestantes de la marcha indígena. Dos de manifestantes cercanos a Correa. Y una de Correa; Cuatro portadas en ET tuvieron imágenes, conteniendo cuatro imágenes de manifestantes cercanos al gobierno. Dos representando a Humberto Cholango y una con la imagen de la marcha indígena; En EU ocho portadas tenían imágenes, de estas siete mostraban a manifestantes de la “marcha por el agua”, mientras tres se enfocaron en los manifestantes cercanos al gobierno.

Con respecto a estos datos se puede señalar que EC y ET dieron un cubrimiento más enfocado en los líderes de la marcha, mientras que EU retrató más a la marcha como movilización. Por su parte ET dio cubrimiento visual más amplio a la movilización pro gobierno que los demás medios. Solo EC retrató al presidente Correa.

En cuanto a la extensión del cubrimiento en primera página, solo los diarios privados dedicaron página entera de la portada a esta información. EU dedicó tres veces la página entera, los días 18, 22 y 23 de marzo. El Comercio lo hizo una vez el 23.

De esta información se desprende en primer lugar, la diferente carga informativa entre los medios públicos y los privados, para estos últimos el evento tuvo un despliegue informativo más amplio reflejado en el número de

noticias y en su presentación. EU hizo un seguimiento en portadas constante al igual que EC, pero dedicó más páginas enteras que otros medios. Por su parte ET concentró su información sobre los días de movilizaciones en Quito.

Con respecto a estos textos se puede señalar lo siguiente: Los titulares de ET hablaban positivamente de ambas marchas y una a señalar la división indígena. EU por su parte representó dos veces a la marcha indígena como de oposición, lo cual ocurrió en los primeros días de la movilización. Y una vez a la marcha contraria como pro gobierno, en las otras oportunidades habló de esta como correista, oficialista o de AP –Alianza País-. En una oportunidad habló de confrontación, de trabas e imitaciones a la marcha por parte de la policía en tres ocasiones. En una relacionó la acción gubernamental en torno a temas indígenas con la movilización. Por su parte El Comercio dedicó siete portadas a la marcha, dos al tema minero y tres a la confrontación.

Otra de las formas en que se representó la marcha en los contenidos de los diarios fue a través de las caricaturas. EU publicó cinco caricaturas, todas en su sección de opinión. ET publicó cuatro caricaturas en el espacio de opinión. El Comercio, a diferencia de los otros medios estudiados, contaba con una sección de humor político llamada Justicia Infinita, esto explica tuvo un número amplio de caricaturas contabilizando nueve publicaciones humorísticas: cuatro público en opinión, Las restantes cinco en la sección de humor Justicia Infinita.

Partiendo de estos datos es posible afirmar lo siguiente. En primer lugar, el medio público no retrató al presidente o a las movilizaciones a su favor, mientras que el peso de las caricaturas, lo puso sobre los líderes de la marcha de la oposición. Recogió como objeto de caricatura al rumor de una candidatura presidencial de Carrasco y frente a la marcha como tal, utilizó como tema de humor el número de manifestantes.

De otra parte, los medios privados retrataron seis veces al presidente, cuatro de las veces enfrentándose solo a la marcha. Dos caricaturas las dedicaron a criticar el cubrimiento de El Ciudadano y de un canal incautado. El diario EC dedicó dos caricaturas al alcalde de Quito. Y tan solo hubo una imagen de un líder de la marcha.

Las Columnas de opinión de un medio, no reflejan la línea editorial de un medio siendo responsabilidad de los y las escritoras, sin embargo, como señala Donado (2005) los periódicos "comulgan, de alguna manera, con las tesis recogidas" (Donado, 2005: 196), por lo tanto, son vías en que el medio puede expresar su opinión. Así el revisar los contenidos permite establecer las líneas de construcción de las temáticas y el conflicto. EU publicó cinco columnas de opinión: EC publicó cuatro columnas. Por último, ET publicó nueve columnas.

Conclusiones

Se reconoce que el movimiento indígena en general y la organización estudiada en específico atraviesan un proceso de transformación debido al cambio en las formas de relación con el Estado y a las nuevas dinámicas socioeconómicas del país. Tras una década de crecimiento y éxito, la CONAIE fue progresivamente perdiendo su capacidad política. La pérdida de legitimidad ante sectores del electorado urbano tras fallidas alianzas políticas; El impulso de los actores sociales urbanos; La urbanización progresiva de la población indígena. La individualización del accionar de los líderes, y su cooptación; La transformación constitucional; Y la pérdida de terreno de las lógicas corporativistas dentro del Estado, entre otros, fueron factores que debilitaron la organización.

Entrando en el análisis de los actos comunicativos de la organización, un elemento de interés es el tema de los públicos. Entre los públicos a los que se buscaba llegar desde la organización, estaban los medios de comunicación, los sectores urbanos denominados 'críticos' y las bases sociales con acceso a las redes sociales. La búsqueda del público urbano representa una continuidad en las estrategias de la CONAIE, para la organización ha sido una preocupación constante el cómo llegar a la población no indígena. Tal como lo comentó Lucila Lema, ex integrante del equipo de comunicación en los años noventa, el público urbano era importante:

> Creo que si trabajamos más hacia afuera que hacia adentro, en cierta medida fue un error no trabajar con la misma intensidad hacia adentro; pero la sociedad ecuatoriana es bastante racista, bastante prejuiciosa, si usted es diferente, hay un rechazo, y esto es histórico no de ahora, de toda la colonia, toda la opresión, la humillación la conquista, eso está muy arraigado, y en esos tiempos de los años noventa cuando empezó a fortalecerse a nivel nacional, era terrible, ahora está más solapado, pero antes era el rechazo hacia lo indígena, lo diferente, lo del campo. Entonces necesitábamos nosotros quienes éramos, contar a través del video, la radio, las hojas volante, quienes éramos, por eso se trabajó más hacia afuera que hacia adentro (…) que el Estado y la sociedad supieran cuales eran estas demandas (Lema, 2013: entrevista).

El trabajo comunicativo se concentró en los medios virtuales y en especial en el uso de las redes sociales.Sin embargo, al analizar el uso dado a las redes sociales se observa que se limitó a la difusión de información sin usar las

posibilidades de interacción bases de la red. Ninguno de los espacios permitía a los usuarios interactuar con la página, por lo que la información provenía exclusivamente de la organización.

Otra de las maneras usadas para lograr la difusión del mensaje de la organización fue el aprovechamiento de la visibilidad de sus dirigentes para aparecer en medios. Parte del trabajo, de la capacidad de difusión estuviera fuera de las responsabilidades del área de comunicación y recayó en la figura personal de las dirigencias. Concentración importante pues permite pensar en la personalización del mensaje político sobre la figura del dirigente.

Al hablar de medios de circulación nacional era necesario dividir entre la construcción del evento desde los medios privados y los medios públicos. Cada sector construyó una narrativa divergente frente al evento y al contexto. En primer lugar el mayor peso en el cubrimiento y difusión del mensaje político se concentró en los medios privados. Los medios públicos dieron mayor relevancia a las movilizaciones convocadas desde el gobierno. Movilizaciones que no fueron registradas a profundidad por los medios privados. Los medios públicos no dieron cubrimiento a los pliegos de la movilización, sin embargo abrieron el debate respecto a la validez de la movilización dado el sentido electoral que podría tener. Discurso en línea con la posición gubernamental.

Más allá de la evaluación posible de la relación entre la movilización estudiada y el contexto electoral que se avecinaba, el gobierno de Rafael Correa, a pesar de mantener un discurso de transformación democrática, repitió una forma de estigmatización y devaluación del reclamo social, similar al usado en el caso de las protestas de 1990. Al mismo tiempo, el gobierno apeló a la movilización social como medida de respuesta, de las que concentraciones del 8 de marzo y del 22 del mismo mes son claros ejemplos.

Desde el movimiento indígena, y en especial, desde los jóvenes se intentó evitar que la marcha fuera vista como política, limitando la participación de personajes 'políticos'. Por su parte los medios privados fueron progresivamente limitando la aparición de personas como Gustavo Larrea y Alberto Acosta, figuras políticas, para dar primacía a figuras del movimiento indígena.

La cotidianidad, el día a día de los marchantes y sus experiencias en el recorrido, se convirtió en una forma de discurso puesta en escena por medios privados y organización indígena. Sobre este tipo de información, vale la pena resaltar que dentro de las tácticas de producción de la información dentro de la CONAIE con respecto a la marcha se pensó en darle buena difusión al sentido *cotidiano* de la marcha. Teniendo amplía cabida dentro de los medios privados. Sin embargo, parte de este cubrimiento se enfocaba sobre prácticas rituales, imágenes costumbristas que recuerdan el tono *folclórico*.

El relacionamiento con un actor como el movimiento indígena, excluyendo lo político coyuntural, no deja de tener puntos de similitud entre los medios de comunicación masivos y el gobierno nacional, ambas instituciones construidas como formaciones mestizas. Desde la expectativa o temor hacia un acto político violento, memoria de los antiguos derrocamientos presidenciales, como la exaltación de los elementos rituales o comunitarios en el retrato de la marcha, pasando por la poca visibilidad a los actores no indígenas involucrados en la misma.

El actor con mayor capacidad de influencia es el gobierno nacional. El gobierno nacional del Ecuador tiene la capacidad de influenciar la construcción del hecho representado para los medios privados, pues estos, concentraron el cubrimiento de la marcha en denotar los intentos de bloqueo –material o simbólico – de la marcha de parte de la presidencia. En su

confrontación con el gobierno, buscaron representar la situación como conflictiva; Realzando la figura del marchante, pero presentando una figura centrada en lo indígena, des politizada en términos electorales. Desde la organización indígena, esta se vio en la obligación de mostrar una imagen de ‘sencillez’, de descartar la lectura política del acontecimiento. Acción reactiva frente a las declaraciones del gobierno. Acción que impide al movimiento tener una lógica realmente propositiva, expositiva de un conflicto y unas alternativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Báez, G. I. (2012). *Medios y gobierno: ajustando el sistema de representación política en el Ecuador*. Tesis de Maestría. FLACSO Ecuador.

Benford, R., & Snow, D. (2000). *Framing processes and social movements: an overview an assessment.* Nebraska: Departament of Sociology, University of Nebraska.

Bourdieu, P. (2001). *El campo político.* La Paz: Plural ediciones.

Borja, C. A. (2012). *El Comercio y El Universo Vs. Correa. Análisis de la disputa discursiva de los diarios con el régimen liderado por Correa a propósito de las tensiones con el movimiento indígena y el 30-S*. Tesis de Maestría. FLACSO Ecuador.

Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso.* Buenos Aires: Amorrortu Editores.

De la Cadena, M. (2006). ¿Son los mestizos híbridos? las políticas conceptuales de las identidades andinas. *Universitas humanística*. 61, 50 – 63.

Gamsom, W., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. American Journal of Sociology, *95*(1), 1-37. En: Neveu, E. (2000). *Sociología de los movimientos sociales*. Quito: Abya Yala.

Gamsom, W. (2004). Bystanders, public opinion, and the media. En: Snow, D., Soule, S. & Kriesi, H. (2004) *The Blackwell companion to social movements Maldon.* EEUU: Blackwell publishing company.

Gil, Vl. (2009). *Aterrizaje minero cultura, conflicto, negociaciones y lecciones para el desarrollo desde la minería en Ancash, Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

McCombs, M. (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública. En: Wolf, M. (1991*) La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectiva*s. México: Paidós.

Meersohn, C. (2005). *Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de Discurso. Cinta moebio* 24, 288-302 Universidad de Chile. Santiago.

Ordoñez, R. (2011). *Nacimiento de los medios públicos en el Ecuador. La (re)construcción de lo público*. Tesis de maestría. Estudios de la cultura. Quito. Universidad Andina Simón Bolívar.

Ospina, P. (2009). ¡Nos vino un huracán político! La crisis de la CONAIE. En: Ospina, P. Kaltmeier, O. (edit.) *Los Andes en movimiento.* Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Punín, M. I. (2011). Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios. *Razón y palabra*. 75, 100 – 123

Rahier, J. (1999) Mami ¿qué será lo que quiere el negro?: representaciones racistas en la revista Vistazo, 1957-1991". En: Cervone, E., Rivera, F. (1999) *Ecuador Racista. Imágenes e identidades*. Quito FLACSO Ecuador.

Ramos, H. (2010). Medios públicos y poder político en la era de Rafael Correa. En: Ricaurte, (comp.) *La palabra rota: seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano.* Quito: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios.

Resina de la Fuente, D. (2012). *La plurinacionalidad en disputa: el pulso entre correa y la CONAIE*. Quito: Abya-Yala.

Rivera, F. (1999). Las aristas del racismo. En: Cervone, E., & Rivera, F. (1999). *Ecuador Racista. Imágenes e identidades*. Quito: FLACSO Ecuador

Sánchez Parga, J. (2009). *Qué significa ser indígena para el indígena: más allá de la comunidad y la lengua*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana y Abya-Yala.

Sánchez Parga, J. (2010). *Decline de los conflictos y auge de las violencias*. *Ecuador 1998-2008*. Quito: CAAP.

Tuaza, L. A. (2012). *La crisis del movimiento indígena ecuatoriano*. Quito: FLACSO

Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paídos

Van Dijk, T. (1993). Principles of critical discourse análisis. *Discourse & Society,* 4(2), 249-283. En: Meersohn, C. (2005). Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de Discurso. *Cinta moebio* 24, 288-302 Santiago: Universidad de Chile.

Van Dijk, T. (2003). *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina.* Barcelona: Gedisa

Veron, E. (1983). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de three Mile Island.* Buenos Aires: Gedisa

Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.* México: Paidós