

SCRIPTA mundi I

REVISTA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ISSN 2960-8031 Vol. 3 No. 2 Jul. - Dic. 2024

UG
UNIVERSIDAD DE
GUAYAQUIL

Comunicación, periodismo y redes sociales



FACSO

www.ug.edu.ec

 Dialnet

 MIAR

 LatinREV

Comité Ejecutivo

Francisco Morán Peña, PhD.

Rector de la Universidad de Guayaquil

 0000-0003-3655-6003

Sofía Lovato Torres, PhD.

Vicerrectora Académica de la Universidad de Guayaquil

 0000-0001-5831-8554

Amalin Ladayse Mayorga Albán,

Decana de Investigación, Postgrado e Internacionalización de la Universidad de Guayaquil

 0000-0002-3667-0888

María Ortiz Luzuriaga, Mgs.

Coordinadora de Investigación y Gestión del Conocimiento de la Universidad de Guayaquil

 0000-0002-9849-9350

Alfonso Guijarro Rodríguez, Ph.D.

Editor General de Revistas de la Universidad de Guayaquil

 0000-0001-6046-426X

Consuelo Vergara Torres, MSc.

Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad de Guayaquil.

 0009-0001-8654-138X

Luis Olvera Vera, MSc.

Subdecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad de Guayaquil

 0000-0002-0629-2003

Equipo editorial

Editor

Bladimir Jaramillo Escobar, MSc.
Universidad de Guayaquil, Ecuador

 0000-0001-9984-813X

Co-Editora

PhD. Cristina Garde Cano
Universitat Pompeu Fabra, España

 0000-0002-8700-9686

Editora Internacional

PhD. Ingrid Estrella Tutivén
Universidad de Navarra, España

 0000-0002-6531-6132

Colaboradores**Corrección de estilos :**

Rocío Alarcón Quiñónez, PhD.
Jaqueline Gómez, PhD

Traducción idioma Inglés:

Gina Moyano Morán, MBA

Diseño y Maquetación:

Jair Galarza Lucio, Mg.

Soporte técnico:

Xavier Pacheco, MSc.

Imágenes generadas con ayuda OpenAI y Bing

Universidad de Guayaquil,
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guayaquil - Ecuador



<https://revistas.ug.edu.ec>



revista.facso@ug.edu.ec

SCRIPTA mundi I

Vol. 3 No. 2 Jul. - Dic. 2024

Doi: <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2>

Contenido

[Introducción..... 5](#)

Artículos de investigación

[Comunicación mediática y redes sociales: el debate sobre la regulación..... 8-25](#)

Media communication and social networks: the debate on regulation

[Lawfare en Ecuador: Impacto para la comunicación y sociedad en un contexto de elecciones y conflicto político..... 26-47](#)

Lawfare in Ecuador: Impact on communication and society in a context of elections and political conflict

[Análisis comparativo de la gestión de marca en redes sociales: caso universidades públicas y privadas del Ecuador..... 48-60](#)

Comparative analysis of brand management on social media: public universities and private universities in Ecuador

[Emprendimientos turísticos y su aporte al crecimiento económico de la ciudad de Manta..... 61-75](#)

Tourism ventures and their contribution to the economic growth of the city of Manta

Ensayo

[La acción comunicativa y el periodismo en tiempos difíciles..76-96](#)

Communicative action and journalism in difficult times



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



Comité Científico

Beatriz Chang Yáñez, PhD.
Universidad de Guayaquil, Ecuador
 0000-0002-1020-4045

Eduardo Alejandro Hernández Alfonso, PhD.
Universidad Nacional Autónoma de México, México
 0000-0002-6446-1653
 <https://scholar.google.com/citations?user=G1a-38dEAAAAJ&hl=es>

Palmira Chavero Ramírez, PhD.
FLACSO Sede Ecuador
 0000-0001-8310-3600

Ana Badía Valdés, PhD.
Universidad de la Habana, Cuba
 0000-0003-2431-9684

Elita Rincón Castillo, PhD.
Universidad del Zulia, Venezuela
 0000-0002-5103-9875
 <https://scholar.google.es/citations?user=WbV54o-cAAAAJ&hl=es>

Fernando Casado, PhD.
Universidad Técnica de Manabí, Ecuador
 0000-0003-0818-3924
 <https://scholar.google.es/citations?user=QENiC-S0AAAAJ&hl=es>

Henry Alarcón López, PhD.
Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador
 0000-0003-0077-6207

Joffre Loor Rosales, MSc.
Universidad de Guayaquil, Ecuador
 0000-0002-3245-5363

Xinia Varela-Sojo, PhD.
Instituto Tecnológico de Costa Rica
xvarela@tec.ac.cr

Comité Revisor

- Abel Suing Ruíz, Universidad Técnica Particular de Loja: arsuing@utpl.edu.ec
- María Fernanda Compte, PhD.
Universidad Católica Santiago de Guayaquil
maria.compte@cu.ucsg.edu.ec
- Patty Hunter Hurtado, Mg.
Universidad del Río
phunterh@udr.edu.ec
- Claudia Pezo Cunalata, Mg.
Universidad Complutense de Madrid, España
- Ximena Coronado Otavalo, PUCE Sede Ibarra:
xmcoronado@pucesi.edu.ec
- Ketty Calva, Universidad Nacional de Loja:
ketty.calva@unl.edu.ec
- Andrés Rodríguez Mera, FLACSO:
afrodriguezfl@flacso.edu.ec
- Jussen Facuy Delgado, Universidad Agraria del Ecuador, jfacuy@uagraría.edu.ec
- Gary Jiménez Hidalgo, Universidad Técnica Estatal de Quevedo; gjimenezh@uteq.edu.ec
- Vanessa Bonilla, MSc. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, Ecuador
- Stalyn Acosta Andino
Universidad Estatal de Milagro
- Manuel Mera Cedeño, PhD.
Universidad de Guayaquil, Ecuador
manuel.merac@ug.edu.ec
- Layla Yasmina Viteri Rade, Mg.
Instituto Superior Tecnológico EuroAmericano
- Mónica Acosta, Mg.
Universidad Técnica del Norte
maacosta1@utn.edu.ec
- William Torres Samaniego, MSc.
Universidad de Guayaquil

Introducción

En esta sexta edición de la revista Scripta Mundi, (Vol.3 No.2 Jul. - Dic. de 2024), aborda como temática central la comunicación, el periodismo y las redes sociales, se presentan cuatro artículos de investigación y un ensayo.

El primer artículo aborda un análisis sobre los cambios producidos en el ámbito mediático, en la que los medios tradicionales de comunicación van perdiendo audiencia, por múltiples razones, mientras que las redes sociales tienen mayor presencia e influencia, sobre todo en el segmento de la población joven, pero también, se han constituido en una problemática por la complejidad de su control, la autora aporta en el debate sobre su regulación, de manera particular en Ecuador.

El segundo artículo realiza un análisis de la aplicación del *Lawfare* en el Ecuador y como ha sido utilizado como estrategia política, sus consecuencias para la libertad de expresión, la transparencia en la información, y su efecto desestabilizador en la cohesión social, de acuerdo con el autor, respaldado por una amplia revisión documental.

El tercer artículo, presenta la gestión de marca en redes sociales de cuatro instituciones educativas de educación superior; dos públicas y dos privadas, las interacciones con sus públicos y como la red Tik Tok, ha ganado presencia en los jóvenes universitarios ecuatorianos.

Dada el impacto que tiene la actividad emprendedora, su aporte en el desarrollo económico y social, se presenta un estudio realizado en la ciudad de Manta, Ecuador, sobre los emprendimientos turísticos, características, nivel de empleabilidad, ingresos, entre otros aspectos, que reafirman la tendencia nacional sobre la importancia que tiene el emprendimiento en nuestro país, en la que se involucran universida-

des, entidades y organismos públicos y privados, para apoyar a las iniciativas de los emprendedores.

Finalmente, un reconocido editorialista, historiador y sociólogo, presenta un ensayo, en el que hace un recorrido por el papel que desempeña el periodismo, como una acción comunicativa de develamiento y revelación de la verdad sobre diversos hechos, fenómenos y procesos, poniendo al descubierto caso de corrupción, enfrentando a regímenes autoritarios y dictatoriales, por los que los periodistas corren riesgos, más aún en los difíciles momentos en los que vive el Ecuador, por el alto nivel de violencia e inseguridad. A decir del autor, Ramírez (2024) el periodismo de investigación es una actividad y una forma específica de realización del periodismo profesional. Nace, crece, desarrolla y se expande al calor de las cambiantes condiciones sociales adversas: económicas, sociales, políticas, culturales, étnicas.

Invitamos a nuestros lectores, docentes, profesionales, estudiantes universitarios a continuar visitando nuestro sitio web y seguirnos en la red social LinkedIn. Además extendemos la invitación a los investigadores para que envíen sus manuscritos y colaboren en el equipo de revisores de las próximas ediciones.

Bladimir Jaramillo Escobar
Editor Revista Scripta Mundi
bladimir.jaramilloe@ug.edu.ec



Artículos de Investigación

“Recordemos que ninguna técnica de comunicación, del teléfono a internet, aporta por sí misma la comprensión. La comprensión no puede digitarse”

Édgar Morin

Comunicación mediática y redes sociales: el debate sobre la regulación

Media communication and social media: the debate on regulation

Palmira Chavero Ramírez¹

Resumen

La llegada y generalización de las redes sociales y la esfera digital abrió nuevos debates sobre las ventajas y los riesgos de este tipo de plataformas, desde las posturas más optimistas hasta las más escépticas. Además, también retoma debates previos ya desarrollados en la esfera mediática convencional, entre los que está la posibilidad de la intervención estatal a través de una regulación específica del sector. De esta manera, la disputa

Abstract

The arrival and generalization of social media and the digital sphere opened new debates about the advantages and risks of this type of platforms, from the most optimistic postures to the most sceptical. Furthermore, it also takes up previous debates already developed in the conventional media sphere, among which is the possibility of state intervention through specific regulation of the sector. In this way, the dispute

¹Docente investigadora, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, Ecuador
(pchavero@flacso.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0001-8310-3600>)

Recibido: 2024- 03-12 | Aceptado: 2024-07-28 | Publicado: 2024-07-30

DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2.1908>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



sobre la regulación de las redes sociales reproduce en algunos elementos la disputa sobre la regulación de los medios de comunicación. En este trabajo se realiza un recorrido sobre las características de los medios de comunicación y las redes sociales en Ecuador para entrar en una aproximación a la posible regulación de la esfera pública digital, atendiendo a las principales dimensiones de esta problemática. Para ello, se hace una compilación de la principal literatura académica que aborda la problemática y se analizan los datos de uso de redes sociales para el caso de Ecuador a partir de las encuestas públicas más recientes.

Palabras clave: Redes sociales; medios de comunicación; Ecuador; regulación; Estado

over the regulation of social media reproduces in some elements the dispute over the regulation of the overall communication media. In this work, a review is made of the characteristics of the communication media and social media in Ecuador to enter an approach about the possible regulation of the digital public sphere, taking into account the main dimensions of this problem. To do this, a compilation of the main academic literature that addresses the problem is made and the data on the use of social media for the case of Ecuador is analysed based on the most recent public surveys.

Keywords: Social media; communication media; Ecuador; regulation; State

Introducción

El sector comunicativo, en sus diferentes formatos, ha estado tradicionalmente caracterizado por la primacía de la lógica empresarial y la ausencia de regulación. En el caso de Ecuador, la intervención estatal en este ámbito generó una fuerte disputa entre los grandes medios privados y el gobierno de turno. La evolución tecnológica y la generalización de los formatos digitales ha tenido un recorrido similar, en la medida en que ha primado una ausencia de intervención hasta que, en los últimos años, la proliferación de ciertos fenómenos ha activado el debate sobre una posible regulación del espacio virtual y los posibles caminos a recorrer en este sentido.

Este trabajo propone una aproximación a este camino, que va desde los medios de comunicación a las redes sociales digitales, tanto desde su caracterización y desafíos como del debate sobre su regulación.

El escenario mediático antes de la esfera virtual

Tradicionalmente, el sector mediático tanto en América Latina como a nivel internacional ha estado caracterizado por la ausencia de cualquier tipo de intervencionismo, de manera tal que la ley que ha prevalecido en esta materia ha sido la ley del mercado. De esta forma, y con el criterio económico como el elemento más fuerte, el sistema mediático en América Latina se ha distinguido por tener una alta concentración de la propiedad de medios en pocas manos, desconociendo incluso otras experiencias fundamentales como la de los medios comunitarios y alternativos, que han tenido un papel clave para la historia comunicacional en la región.

En la década de los 80 y 90 América Latina contaba con un mercado mediático concentrado, transnacionalizado y rentable, en el que pocos grandes grupos transnacionales disponían de los medios de comunicación y, para optimizar su mercado, buscaban socios nacionales que les permitiesen entrar a mercados locales a los que de otra manera no tendrían acceso, pero sin que el capital estuviese en el plano local en ningún momento (Herman y McChesney, 1999). Este esquema de propiedad se mantuvo hasta entrado el S. XXI, cuando alcanzan el poder gobiernos progresistas en la región y adoptan medidas orientadas a limitar o reducir la concentración de la propiedad mediática, con la redistribución del espectro radioeléctrico como una de las principales acciones en materia de comunicación mediática en distintos países de la región.

Este predominio de la parte económica de los medios, fortalecidos en tanto empresas que buscan maximizar el beneficio económico, ha devenido en un modelo mediático donde el principal criterio ha sido el lucro financiero, desplazando con ello la propia naturaleza de la comunicación y generando un sistema de oligopolización de la propiedad, con fuerte presencia de empresas transnacionales dictando el sentido y lineamientos de la comunicación local latinoamericana.

Esta característica ha generado un segundo elemento, que en el caso de Ecuador estuvo presente hasta la primera década de este siglo: la fuerte presencia de contenidos discriminatorios y sesgados, proyectando así unos contenidos excluyentes (García y Punín, 2017). Esta comunicación mediática se construía a partir de la creación de relatos a partir del morbo, la selección de fuentes interesadas y desequilibradas, la desvirtuación de la realidad mediante la descontextualización de los acontecimientos, la presentación de actores sociales (especialmente los grupos de atención prioritaria) victimizados, el predominio de las características negativas o la invisibilización de ciertos temas y protagonistas (Chavero y Oller, 2024). Todo ello, entre otros elementos, acababa generando un discurso único, dominante y excluyente que creaba una realidad distorsionada donde no tenían cabida ciertos actores (ciudadanos, en su mayoría) porque el espacio mediático ya estaba ocupado por las élites hegemónicas (políticas y económicas, fundamentalmente).

En consecuencia, durante décadas el ciudadano (en especial los grupos de atención prioritaria y aquellos en situación de especial vulnerabilidad) ha quedado relegado a un segundo plano, invisibilizado por las élites políticas y económicas cuyos intereses aparecían representados como los más importantes y convenientes para el país.

A partir de 2007, se impulsa un proyecto que pretende equilibrar ese escenario mediático desigual, a través de la incorporación de un capítulo sobre derechos de la comunicación en la Constitución y el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación (LOC) como principales acciones de este período. La implementación de la LOC supone la intervención del Estado en pro de la normalización de la actividad periodística y defensa de los derechos ciudadanos frente a los abusos de las grandes empresas mediáticas, una propuesta en línea con lo que proponen algunos autores sobre la intervención del Estado en materia mediática (Picard, 1985). Sin embargo, su aplicación viene acompañada de importantes críticas, que alegan una limitación y control de algunas libertades y abre un campo de debate sobre los procesos de democratización y

desdemocratización, además de la disputa entre los principales medios privados y el Estado (Ramos, 2013).

En el plano profesional, antes de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, los periodistas y comunicadores en Ecuador desarrollaban su actividad en condiciones precarias, desprotegidos jurídicamente e incluso no reconocidos, como era el caso de los medios comunitarios, alternativos y populares (Virtue, 1994), en tanto que después de la norma se incrementaron los salarios con el reconocimiento de los derechos profesionales del gremio. Atendiendo a las condiciones en las que se desarrolla la actividad, en 2009 el 41,4% de los periodistas reconocía haber sufrido presiones o censura en alguna o bastantes ocasiones (Abad, 2010), mientras que después de la implementación de la LOC casi la mitad indicaba que las principales influencias son de naturaleza interna y un tercio apuntaba al origen externo (político y económico) de las injerencias a las que se ven sometidos en su trabajo (Oller y Chavero, 2015).

En el ámbito social, los medios también enfrentan problemáticas: más de la mitad de los ecuatorianos no confía en los medios de comunicación convencionales (radio, prensa, televisión), según las encuestas públicas. Además, la clase política se ha mantenido en los últimos años como una de las principales preocupaciones para la ciudadanía ecuatoriana y los niveles de desconfianza son altos, según las encuestas tanto nacionales como internacionales. Las siguientes tablas arrojan datos sobre el nivel de confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas, ilustrando así el complejo contexto.

Grado de confianza	FFAA	Policia	Presidente	Iglesia	Asamblea	Gobierno	Poder judicial	Partidos políticos	CNE
Mucho	17,8	8,9	1,7	36,5	1,8	1,5	2,8	1,6	2,3
Algo	29,3	24,7	8,3	23	11	8,4	14,8	7,2	13,3
Poca	35,3	43	27,2	25,3	35,1	34,3	38,2	27,7	35,8
Ninguna	16,6	22,8	61,8	14,2	50,2	55	41,5	61,8	46,3

▶ **Tabla 1.** Grado de confianza ciudadana (%) en las instituciones Ecuador 2020

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Latinobarómetro (2020)

Tabla 2. Grado de confianza ciudadana (%) en las instituciones de Ecuador 2023

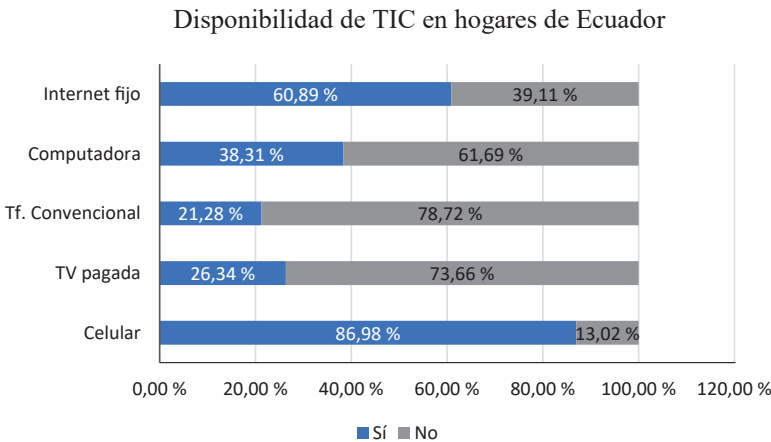
Grado de confianza	FFAA	Policia	Presidente	Iglesia	Asamblea	Gobierno	Poder judicial	Partidos políticos	CNE
Mucho	25,2	8,7	3,6	35,3	2,5	3,4	2,8	2,2	3,5
Algo	27,4	18,4	8,7	20,3	10,7	10,1	10,9	8,4	12,7
Poca	30,4	42	26,8	27,8	35,8	33,6	37,9	28,4	36,3
Ninguna	16,6	30,7	60,6	16,3	50,1	52,8	47	60,1	46,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Latinobarómetro (2023)

El auge de nuevos formatos: las redes sociales

En paralelo a este escenario de aumento de la desconfianza, asistimos a un incremento sostenido en el uso y consumo de nuevos formatos, con internet y en especial las redes sociales liderando este cambio. El acceso a internet en los hogares ecuatorianos ha crecido de manera notable en los últimos años, en especial en el espacio urbano. En total, siguiendo los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador, el 60,89% de los hogares ecuatorianos cuenta con acceso a internet. La tendencia creciente se produce tanto en la zona urbana como en la rural, lo que da muestra del aumento de la penetración de internet generalizada en todo el país.

Figura 1. Acceso a internet y a otras tecnologías en Ecuador



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEC (2022)

En la actualidad, son 15,29 millones de personas las que utilizan internet en Ecuador (Del Alcázar, 2024), llegando a un 69,25% de la población los usuarios de redes sociales. De ellas, Tik Tok (14,26 millones), Facebook (13,6M) e Instagram (6,8M) son las redes que más se utilizan en el país (Íbid.). De especial relevancia resulta detenerse en el comportamiento de la población más joven, un estrato que prefiere prescindir de adquirir otro tipo de productos y servicios, pero priorizan el acceso a la tecnología y los servicios digitales.

Una de las particularidades que encontramos en el uso de redes sociales es que cada vez se utilizan más para acceder a la información de naturaleza política, un consumo que llega a superar al de los medios convencionales. En el período previo a la pandemia, ya había un 74% de ciudadanos ecuatorianos que accedía a información de naturaleza política a través de redes sociales o internet, según los datos del Latino-barómetro. Estos datos sugieren nuevos patrones de consumo de información en general, pero también sobre la preferencia de la ciudadanía para informarse de los asuntos políticos a través de las redes sociales o internet, y no ya a través de los soportes tradicionales (excepto la televisión, que se mantiene con consumos altos en toda la región), que tradicionalmente habían tenido ese predominio.

El incremento generalizado en el uso de las redes sociales y las potencialidades que la propia plataforma presenta: multilateralidad, interacción, gratuidad, inmediatez y difusión (Cotarelo, 2012), en especial lo referido a lo que algunos autores señalan como el efecto de inmediatez (Sampedro, 2011) hicieron pensar que las nuevas herramientas digitales, con las redes sociales como principal exponente, serían la solución para los problemas de distanciamiento entre los dirigentes y los ciudadanos y servirían como herramienta de empoderamiento social, con la que la sociedad pasaría a tener mayor participación en la vida pública y en la toma de decisiones (Castells, 2006). Algunas experiencias sociales exitosas a lo largo del planeta (Primavera Árabe, 15M, Occupy Wall Street, Yosoy132) alimentaron este optimismo y dieron fuerza a las posturas ciberutópicas con las redes sociales y su potencial democratizador, que sigue teniendo muestras en momentos de fuerte convulsión o estallido social.

Sin dejar de reconocer la importancia de estos logros (o, más bien, partiendo de ella), conviene destacar que los mismos se dieron en situaciones coyunturales con una confluencia de factores económicos, políticos y sociales muy particulares, que hicieron de las redes sociales una catapulta de expresión de las demandas y protestas que ya se

venían dando en el plano no virtual y que alcanzaron su apogeo y expansión internacional a través de estas herramientas (Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011; Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011b). Después de estos logros, otros estudios aportaron evidencia empírica que reducían este optimismo en cuanto al uso de redes; de esta manera, se propuso la idea de “pseudodebate” (Chavero, 2013), para indicar que el potencial de interacción de las redes sociales no era utilizado en pro de la ciudadanía y, más allá de permitir el acercamiento, las redes se convertían en una suerte de escenario para el pseudodebate, en el que se da la apariencia de debate entre los actores políticos y la ciudadanía, pero en la práctica esto no pasa de ser una escenificación que no se concreta, ya que no se produce el debate esperado ni en calidad ni en cantidad y, más que eso, el proceso comunicacional en la red se limita en muchas ocasiones a reproducir –y magnificar– las prácticas y dinámicas habituales por parte de los grandes medios y de los actores políticos. Otros estudios aportaban también evidencia en lo relativo al incremento de la brecha digital, que venía a profundizar desigualdades sociales y económicas, así como las relaciones de poder que se establecen en la esfera virtual entre los grandes tanques de pensamiento (Sánchez y Pizarro, 2014), abonando las posturas ciberescépticas.

Para entender en su totalidad la importancia y consecuencias del uso de estos nuevos formatos y redes sociales en materia de comunicación, y en lo particular este cambio de sentido, es preciso añadir otros elementos al análisis. En primer lugar, la abundante sobreinformación a la que estas herramientas someten a la ciudadanía, pues la información se comparte a una velocidad tan vertiginosa y a un ritmo tan cambiante que es prácticamente imposible abarcar toda la cantidad de información que circula en los soportes digitales, lo que convierte esta abundancia de datos en una condición para el crecimiento de la desinformación ciudadana. En segundo lugar, estos dispositivos dificultan la posibilidad no sólo de acceder a datos contextualizados y en profundidad, sino también de conocer cuáles son las fuentes que se utilizan en aquello que se difunde. Ante la posibilidad de que toda persona pueda compartir datos y opiniones, nace la ilusión de que cualquier ciudadano es periodista, con lo que una gran parte de lo que circula por estos canales no está contrastada ni cumple con los parámetros mínimos para ser considerada información periodística.

Por otro lado, conviene tener en cuenta que, también en este escenario, nos encontramos con escasos niveles de profesionalización (Hallin y Mancini, 2007) de los periodistas para el caso ecuatoriano.

Por último, este incremento en el uso de redes está generando la aparición no sólo de nuevos formatos (más cercanos al periodismo *soft*) sino también de una nueva figura, el conocido como prosumidor (Toffler, 1981), un actor que ya no se limita a ser emisor o receptor, sino que participa de los dos roles clásicos del proceso de la comunicación: emite y recibe información, teniendo además la capacidad de procesarla y transformarla. Atendiendo a los espacios en los que la ciudadanía emite sus opiniones sobre la realidad, las redes sociales aún no tienen un peso significativo para el caso de Ecuador, tal y como refleja la Figura 2.

Dónde suele expresar sus opiniones sobre los problemas del país

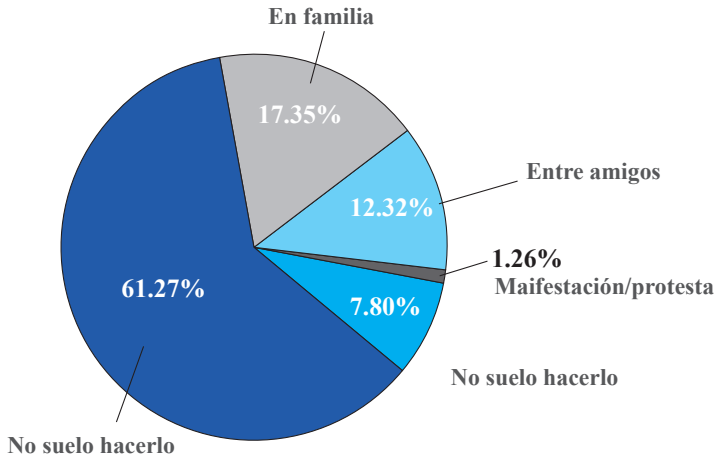


Figura 2. Expresión de opiniones sobre los problemas del país

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Latinobarómetro (2023)

Estos datos sugieren un uso menos político y colectivo de las redes sociales para el caso de Ecuador, sobre todo si se tiene en cuenta que el uso de las redes sociales viene aumentando en los últimos años, tal y como refleja en la Tabla 3.

Tabla 3. Uso de redes sociales en Ecuador

	Facebook	Snapchat	YouTube	Twitter	WhatsApp	Instagram	Tik tok	LinkedIn
2023	80,4%	13%	54%	16,2%	87,3%	44,6%	39,5%	5,6%
2020	74,5%	11,8%	50,7%	12,8%	78,5%	31,2%	14,3%	0

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Latinobarómetro (2023)

Nuevos fenómenos: el discurso de odio y la desinformación

Una de las líneas de estudio en crecimiento en materia mediática tiene que ver con el negativismo. En principio, la negatividad está aceptada por la literatura académica como uno de los factores de noticia (Galtung y Rudge 1965; Schulz, 1982; Bouza, 2007), así como lo está el incremento de la cobertura de las características personales a partir de la llegada de los medios masivos. Existe negatividad cuando ésta aparece predominantemente asociada a las cualidades y comportamientos personales de los líderes o actores, en lugar de a sus características profesionales (Mayer, 1996). El negativismo se ha estudiado originalmente desde la esfera política y en asociación con la movilización y desafección ciudadana, con la premisa de que el negativismo político genera abstención y polarización (Ansolabehere y Iyengar, 1995; Jamieson, 1992, Patterson, 1993), aunque otros autores han aportado evidencia en sentido contrario (Geer, 2006).

Este negativismo, que tradicionalmente ha estado asociado a los discursos políticos y mediáticos, se ha hecho presente también en la esfera digital, sobre todo en las redes sociales. Con la consolidación e incremento de este tipo de contenido en redes ha ido desarrollándose un nuevo concepto, el discurso de odio. El salto del negativismo al discurso de odio es un proceso continuo, casi constante, según el cual los ataques a las cualidades personales de un actor típicos del negativismo se convierten en contenidos de odio, que se dirigen a un grupo o persona particular y que incitan al daño o al ejercicio de la violencia. Estos contenidos son a menudo emocionales, dificultando la posibilidad de debatir y con rasgos de intolerancia hacia el grupo o la persona a la que se dirige el discurso (Parodi et al., 2022).

Además de la proliferación de discursos de odio en redes sociales, en el espacio digital se da otro fenómeno relacionado con la veracidad

de la información y el derecho humano a acceder a la información y que, sin ser algo totalmente nuevo, se potencia en esta nueva esfera. La fabricación de información falsa con apariencia noticiosa (Lazer et al., 2017) hace de las *fake news* un fenómeno a tener en cuenta en el debate contemporáneo. Los acontecimientos, en estas fabricaciones, no son transmitidos en su totalidad ni rigurosidad, sino que se ofrecen de manera dosificada, invisibilizada y descontextualizada siguiendo otros intereses alejados de los meramente comunicativos. Desde análisis más amplios, las propuestas para entender el fenómeno parten de que toda información que se presenta como falsa se concibe a partir de un desorden informativo, definida como desinformación. Este amplio y complejo panorama incorpora, además de las noticias falsas, otro tipo de contenidos: sátira y parodias, contenido engañoso, contenido impostor, contenido fabricado, falsas conexiones, falsos contextos, contenido manipulado, propaganda noticiosa o ataques personalizados (Wardle, 2017; Edson y Tandoc, 2017; Cortés e Isaza, 2017).

Todos estos procesos son reconocidos por los ciudadanos como usuarios de las redes. En el caso de Ecuador, según datos del Latino-barómetro 2023, un 40% de los ciudadanos ecuatorianos considera que las redes sociales empeoran la política, en tanto que un 81,6% de los ciudadanos ecuatorianos (2023) considera además que las opiniones que se vierten en las redes sociales no representan bien lo que piensa el común de la gente.

	Radio	TV	Prensa escrita	Redes sociales
Mucha	22,7	35,5	26,5	59,8
Alguna	24,9	25,4	24,6	16,3
Poca	43	32,4	37,7	17,3
Ninguna	8	5,7	9,2	5,4

◀ **Tabla 4.** Percepción de la circulación de información falsa

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Latinobarómetro (2023).

La proliferación de estos fenómenos, en especial desde el análisis de su impacto en el debate público, el respeto a los derechos y la democracia misma (Arcila et al., 2022; Han, 2022) sitúan el foco en la posibilidad de intervención estatal en la esfera digital (Mutiz, 2011).

El debate sobre la intervención del Estado

El debate sobre las consecuencias en la forma de tratar acontecimientos sociopolíticos en la esfera virtual y, por tanto, el peso de la coyuntura, parece estar indicando un nuevo escenario en la aproximación a las redes sociales, en el que pasamos de la euforia de las posibilidades democratizadoras de las redes a la decepción por un uso indebido de las mismas. Tras esa etapa, la actualidad parece dirigirse más hacia una nueva fase caracterizada por el escepticismo, la decepción y algunos indicios de desconfianza hacia ciertas redes sociales. En esta nueva fase, uno de los debates álgidos gira en torno a la que se presenta como solución para algunos sectores: la regulación de las redes sociales digitales. Sin embargo, este debate no deja de ser conflictivo –reproduciendo las disputas que se dieron en la esfera offline–, en particular por la cantidad de aristas que presenta.

El debate sobre la posible regulación de las redes sociales requiere plantearse, en primer lugar, de qué tipo de regulación estamos hablando. En este sentido, es importante discernir si lo que se plantea es una regulación de la propiedad de las redes (de las compañías que ofrecen el servicio), del acceso a las mismas, de los formatos posibles o si lo que se está planteando es una posible regulación de los contenidos.

Conviene tener en cuenta que el debate sobre la posible regulación de las redes sociales reproduce en buena medida el conflicto tradicional entre el derecho a la información y el derecho al honor, ambos considerados derechos fundamentales por cuanto se refieren a valores esenciales del ser humano que son objeto de protección jurídica. En lo que respecta al derecho al honor, conviene recordar que ya se cuenta con mecanismos legales que garantizan su protección. En el caso de Ecuador, el delito de odio está tipificado en el Código Orgánico Integral Penal, la jurisprudencia contra la discriminación o el derecho al honor, al buen nombre, la imagen y la voz de la persona recogidos en el Art.66.18 de la Constitución de Ecuador. Además de esta normativa *offline*, el país cuenta con una normativa específica para este tipo de actuaciones, la “Ley que regula los actos de odio y discriminación en redes sociales e internet” aprobada en 2017, que aplica a empresas proveedoras de servicios y se enfoca en la gestión de conflictos de esta naturaleza. Según lo contenido en esta norma, las empresas deben elaborar informes periódicos y contar con mecanismos para la resolución de conflictos, además de incluir infracciones y sanciones ante la posible comisión de delito por parte de estas empresas.

Desde el punto de vista de las empresas proveedoras de servicios, es importante señalar que se han realizado algunos intentos para reducir la información falsa que circula en redes. En su proyecto “Journalism Project”, la red Facebook introdujo la función de verificación de *fake news* y ha reclutado a equipos de verificadores que comprueban la veracidad de lo que se difunde. Por su parte, la compañía Google en su iniciativa de *crowdsourcing* pide a los usuarios que señalen aquello que creen que puede ser contenido falso para verificarlo. A pesar de estos propósitos, los problemas de las redes no parecen haberse resuelto y más bien sigue creciendo este debate sobre la posible regulación de las redes sociales.

Con todo, la perspectiva más compleja de abordar es sin duda la social: ¿cómo afectaría a la ciudadanía una regulación de las redes sociales? Para ello, hay dos elementos que conviene traer al debate. En primer lugar, la propia conceptualización: ¿En qué sentido se propone una regulación de las redes? ¿Hablamos del acceso a las mismas o de su uso? ¿Nos referimos a una utilización específica o a una generalizada? ¿Es técnicamente posible esta regulación previa al uso? En segundo lugar, conviene recordar que las redes sociales han sido la única vía de información en períodos de apagón informativo mediático (la consulta popular de febrero de 2018, el secuestro y asesinato de los periodistas de *El Comercio*, el paro nacional de octubre de 2019 o la gestión de la crisis del COVID-19 son algunos de los casos recientes en Ecuador) y necesarias en momentos de convulsión y ruptura de los sistemas tradicionales (15M o la primavera árabe son claros ejemplos de ello). Por tanto, pareciera que el uso social de las redes es no sólo controversial, sino difícilmente regulable.

En todo caso, la magnitud de la posible regulación de un derecho humano amerita una sistematización de algunos de los principales ejes a debatir, que vienen a complementar algunas propuestas de modelos existentes (Mutiz, 2011; Cárdenas, Ballesteros y Jara, 2017):

- I. Dado que en redes sociales cualquier ciudadano puede compartir información (falsa o real), sin necesidad de pasar por el proceso periodístico y sus dinámicas, ¿quién se convertiría en el árbitro de “la verdad”, en el supuesto de que ésta exista? Si ya no son los profesionales de la comunicación los que comparten algún contenido después de un trabajo de elaboración y contrastación del mismo, ¿quién tendría la potestad de dirimir si esa información es veraz y oportuna?

- II. En las ocasiones en las que el mal uso de las redes sociales ha tenido como protagonista a los periodistas y comunicadores, cabe preguntarse hasta qué punto una ley va a conseguir terminar con prácticas profesionales fraudulentas y aumentar el nivel de rigurosidad y compromiso con el ciudadano. ¿Es la sanción la vía para el aprendizaje?
- III. Si partimos de las características propias del sistema mediático ecuatoriano, con unos bajos niveles de profesionalización, no hay razón para creer que una norma legislativa vaya a modificar esta particularidad. En la medida en que la profesionalización siga siendo débil en la comunicación mediática ecuatoriana, una regulación de las redes sociales no parece ser una solución viable a esta debilidad asociativa. Por otro lado, es importante atender también al proceso de formación del periodista: ¿está adaptado a las nuevas características del ejercicio profesional?; ¿están las facultades de Comunicación actualizando contenido y pedagogía para la nueva realidad y a las condiciones en las que desarrolla su actividad?; ¿reconocen las empresas mediáticas esta labor?; ¿dan las facilidades que mejoren estas habilidades?
- IV. El debate sobre la regulación de las redes sociales, ¿responde a un verdadero interés por aumentar la democratización de la comunicación o a una coyuntura en la que se presentan como amenazas para el poder de turno? ¿Existe realmente la voluntad política de entender estas herramientas como una oportunidad que permita mejorar la calidad del debate público y de la democracia?
- V. Más allá de la actividad en la esfera digital, los medios de comunicación siguen siendo actores políticos, movidos por intereses económicos e ideológicos que les llevan a orientar su tarea a la búsqueda de beneficios de estos tipos en detrimento de los intereses del ciudadano; en consecuencia, no son pocas las ocasiones en las que las redes sociales se convierten en el refugio de la sociedad frente a los propios medios convencionales. Desde esta perspectiva, ¿no supone la regulación de las redes una merma en el derecho de acceso a la información de los ciudadanos?

- VI. Por último, abordar con honestidad el debate sobre la posible regulación de las redes sociales pasa por realizar una diferenciación clave: quién es el usuario que publica información falsa o que utiliza de manera incorrecta esta herramienta. Esta distinción nos lleva a dos posibles escenarios. En el primero de ellos, son los medios (empresas) quienes usan de manera fraudulenta las redes y, por tanto, estamos en el terreno de la comunicación mediática. En este escenario, la regulación debe partir de la Ley Orgánica de Comunicación y la propiedad de los medios y, por tanto, estas empresas (en las que entrarían también las entidades digitales como Facebook, Twitter o Google) son los que deben asumir las responsabilidades de sus acciones. En el segundo, son los ciudadanos, en tanto individuos o colectivos, quienes emiten información incorrecta sin haber pasado por el proceso periodístico— o dañan la imagen de terceros. En este caso, regular esta libertad de expresión (no libertad de prensa, como sería en el primer escenario) sí supone limitar derechos ciudadanos (no empresariales) y, por tanto, regular por una minoría (la que comete la infracción) puede ocasionar la violación del derecho fundamental de una mayoría social, con lo que no sólo se vulneran derechos, sino que se retrocede en la calidad democrática.

A modo de conclusión

Este trabajo ha realizado un recorrido sobre la caracterización de los medios y los nuevos formatos digitales, articulándolo con el caso ecuatoriano. Para ello, se ha partido de la intervención del Estado en ambos escenarios como un elemento de disputa entre los distintos actores implicados, pero también como un debate público necesario para fortalecer la propia opinión pública. En este sentido, se propone que el debate sobre la regulación de las redes sociales viene a reproducir el debate sobre la regulación de los medios de comunicación.

A partir de la revisión de estas características, usos de redes y desafíos que enfrenta el nuevo escenario digital, se sugiere que las líneas de trabajo han de encaminarse hacia cómo tener una audiencia crítica y activa que cuente con las herramientas y las habilidades para diferenciar los contenidos falsos y cómo contar con profesionales de la información (individuales y colectivos) que no caigan en la desinformación y se acerquen al ciudadano en lugar de a los grandes poderes hegemónicos.

Referencias

- Abad, G. (2010). "El club de la pelea. Poder político vs poder mediático", en Rincón, O. (coord.) *¿Por qué nos odian tanto?* Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Ansolabehere, S. e Iyengar, S. 1995. *Going Negative. How Political Advertisements Shrink & Polarize the Electorate*. New York. The Free Press.
- Arcila-Calderón, C., Sánchez-Holgado, P., Quintana-Moreno, C., Amores, J., & Blanco-Herrero, D. (2022). Hate speech and social acceptance of migrants in Europe: Analysis of tweets with geolocation. *Comunicar*, 71, 21-35. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-02>
- Bouza, F. (2007). La telenovelización de la política. En *Lo que hacen los sociólogos*. Madrid: CIS. pp.363-373.
- Cárdenas, A., Ballesteros, C., & Jara, R. (2017). Redes sociales y campañas electorales en Iberoamérica. Un análisis comparativo de los casos de España, México y Chile. *Cuadernos. info*, (41), 19-40.
- Castells, M. (Ed.). (2006). *La sociedad red: una visión global* (pp. 27-75). Madrid: Alianza editorial.
- Cortes, C. e Isaza, L. (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación. Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información (CELE). Disponible en: <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>
- Cotarelo, R. (2012). "La expansión de la ciberpolítica", en Colino, C. y Cotarelo, R. (eds). *España en crisis*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Chavero, P. (2013). Medios de comunicación y redes sociales en las democracias actuales: ¿complementariedad o sustitución? Una aproximación al caso español. En Cotarelo, R. (ed). *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Chavero, P. y Oller, M. (2024). LGBTI and Indigenous Groups in Ecuadoran Media. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Del Alcázar, JP. (2024). *Ecuador. Estado digital*. Mentinno Consultores.
- Edson C., Tandoc Jr., Zheng Wei Lim y Richard Ling. (2017). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6:2, 137-153.
- Galtung, J. y Ruge, M. (1965). "The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers". *Journal of International Peace Research*. (1).

- García Torres, C. E., & Punin, M. I. (2017). Opinión y discriminación. Humor político en Ecuador y el caso Tín Delgado. *Question/Cuestión*, 1(55), 258–274.
- Geer, John G. (2006). In *Defense of Negativity. Attack Ads in Presidential Campaigns*. Chicago (IL): The University of Chicago Press
- Hallin, D. y Mancini, P. (2007), *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer.
- Han, B. C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.
- Herman, E. y McChesney, R. (1999). *Los medios globales los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra.
- Jamieson, K. H. (1992). *Dirty Politics. Deception, Distraction, and Democracy*. New York. Oxford University Press.
- Lazer, D.; Baum, M.; Benkler, Y.; Berinsky, A.; Greenhill, K.; Menczer, F. Metzger, M.; Nyhan, B.; Pennycook, G.; Rothschild, D.; Schudson, M.; Sloman, St; Sunstein, C.; Thorson, E.; Watts, D.; Zittrain, J. (2018). "The science of fake news". *Science* 359 (Issue 6380), pp. 1094-1096. Disponible en: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094>
- Mayer, William (1996): "In Defense of Negative Campaigning". *Political Science Quarterly*, 111. pp: 437-455.
- Mutiz, P. L. A., Hoyos, J. A. N., Leguizamon, F. G., & Gomez, C. C. (2011). Modelos de regulación jurídica de las redes sociales virtuales. *Revista Via Iuris*, (11), 109-135.
- Oller, M. y Chavero, P. (2015). "La percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador". *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social Disertaciones*. 8 (1).
- Parodi, R., Cuesta, M., Wegelin, L. (2022). Problematizar los discursos de odio: democracia, redes sociales y esfera pública. *Tram[p]as de la Comunicación y Culltura*, 87, e061.
- Patterson, T.E. (1993) *Out of Order*. New York: Vintage.
- Picard, R. (1985). Patterns of state intervention in western press economics. *Journalism Quarterly*. Spring 1985.
- Ramos, Isabel, "Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador", *Íconos*, no. 45, (2013): 67-82.
- Sampedro, V. y Sánchez Duarte, J.M. (2011). "La Red era la plaza", en Sampedro (coord.) *Cibercampaña. Cauces y diques para la partici-*

- pación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica.* Madrid: Editorial Complutense.
- Sampedro Blanco, V. F., & Sánchez Duarte, J. M. (2011b). Del 13-M al 15-M. *Revista Razón y fe*, 99-105.
- Sánchez, J. y Pizarro, J. (2014). "Ideas locales que viajan en inglés: análisis de redes de think-tanks en Twitter". Documento de trabajo. Instituto El Cano.
- Schulz, W. (1982). "News structure and people awareness of political events". *Gazzete*. (30). pp. 139-153.
- Toffler, A. (1981). *La Tercera Ola*. Barcelona: Plaza & Janes
- Virtue, J.; Ogazón, A.; With, A. C.; Carter, R. E.; Diamant, M. & Navarro, S. (1994). *Journalists in the Andes. An assessment of Journalism and Journalism Education in Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru and Venezuela*. Miami, Florida: Florida International University.
- Wardle, C. (2017). "Fake news. It's complicated". First Draft. Disponible en: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>

Lawfare en Ecuador: Impacto para la comunicación y sociedad en un contexto de elecciones y conflicto político

Lawfare in Ecuador: Impact on communication and society in a context of elections and political conflict

Jorge Erwin Vélez Vélez¹

Resumen

Este estudio tiene como objetivo determinar el impacto del *Lawfare* en la democracia ecuatoriana, se analiza cómo el *Lawfare* ha sido utilizado como estrategia política, sus consecuencias para la libertad de expresión, la transparencia en la información, y su efecto desestabilizador en la cohesión social. Este artículo de revisión se basa en un enfoque cualitativo, utilizando una metodología

Abstract

This study aims to determine the impact of Lawfare on Ecuadorian democracy, analyzing how Lawfare has been used as a political strategy, its consequences for freedom of expression, transparency in information, and its destabilizing effect on social cohesion. This review article is based on a qualitative approach, using a bibliographic-documentary review methodology

¹Docente investigador, Universidad de Guayaquil, Ecuador, Facultad de Ciencias de la Comunicación Social, (jorge.velezv@ug.edu.ec) (<https://orcid.org/0009-0005-3489-5476>)

Recibido: 2024- 10-08 | Aceptado: 2024-12-20 | Publicado: 2024-12-30
DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2.1769>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



de revisión bibliográfica-documental bajo el paradigma positivista. Se recopilaron y analizaron 35 artículos, 10 libros y 5 materiales audiovisuales, seleccionados por su relevancia en el estudio del *Lawfare* en Ecuador y Latinoamérica. La información fue procesada mediante herramientas como Excel, Word y ATLAS ti, priorizando estudios recientes y exhaustivos que aborden el impacto del *Lawfare* en los medios de comunicación, la cultura política y los procesos electorales. Entre los resultados del análisis crítico de la literatura sobre el *Lawfare* en Ecuador se revela cómo esta estrategia ha sido utilizada para manipular la comunicación y los medios, afectando negativamente la cohesión social y la transparencia en los procesos electorales. Al categorizar la información en temas clave como el impacto en la libertad de expresión y las respuestas ciudadanas, se destacan las consecuencias destabilizadoras para la democracia ecuatoriana. Este fenómeno ha impulsado una creciente demanda por reformas judiciales y mayor transparencia, manteniendo vigente el debate sobre la protección de la libertad de expresión y la justicia en un contexto de creciente conflicto político y elecciones. El análisis de la literatura revisada sobre el *Lawfare* en Ecuador permite concluir que esta estrategia ha tenido un impacto significativo en la comunicación, la cultura y la sociedad ecuatoriana. En el ámbito mediático, ha debilitado la objetividad y ha promovido la manipulación de la opinión pública a favor de intereses políticos específicos.

Palabras clave: comunicación, sociedad, *Lawfare*, política, democracia

under the positivist paradigm. 35 articles, 10 books and 5 audiovisual materials were collected and analyzed, selected for their relevance in the study of Lawfare in Ecuador and Latin America. The information was processed using tools such as Excel, Word and ATLAS ti, prioritizing recent and exhaustive studies that address the impact of Lawfare on the media, political culture and electoral processes. Among the results of the critical analysis of the literature on Lawfare in Ecuador, it is revealed how this strategy has been used to manipulate communication and the media, negatively affecting social cohesion and transparency in electoral processes. By categorizing the information into key issues such as the impact on freedom of expression and citizen responses, the destabilizing consequences for Ecuadorian democracy are highlighted. This phenomenon has driven a growing demand for judicial reforms and greater transparency, keeping the debate on the protection of freedom of expression and justice alive in a context of growing political conflict and elections. The analysis of the reviewed literature on Lawfare in Ecuador allows concluding that this strategy has had a significant impact on communication, culture and Ecuadorian society. In the media sphere, it has weakened objectivity and promoted the manipulation of public opinion in favor of specific political interests.

Keywords: communication, society, Lawfare, politics, democracy

Introducción

En las últimas décadas, Ecuador ha sido testigo de una creciente politización de los procesos judiciales en contextos electorales, fenómeno conocido como “*Lawfare*”. Según la autora (Ghea, 2019, pág. 54) determina que el *Lawfare* es la instrumentalización de la justicia con fines políticos, se ha convertido en un arma poderosa para deslegitimar a los oponentes y manipular la opinión pública, afectando gravemente a la comunicación, la cultura y la sociedad en su conjunto. Poniendo énfasis en su impacto en la comunicación social y el tejido cultural del país, particularmente durante los períodos electorales por eso es relevante entender la cuestión de cómo se construyen discursos de poder que se convierten en prácticas políticas de persecución.

Los autores (Barros Filho et al., 2017, pág. 363), definen la palabra *Lawfare* como la combinación de las palabras americanas *law*, que significa ley, y *warfare*, que significa conflicto armado, guerra. *Lawfare* luego hace referencia al uso de la ley como arma de guerra. Por su parte la autora (Tirado, 2021, pág. 100) sostiene el origen del *Lawfare* como una estrategia de carácter militar, encuadrada en una guerra de amplio espectro, hoy denominada guerra híbrida, que busca, mediante la combinación de operaciones judiciales, mediáticas, políticas o económicas, la reconfiguración de la geopolítica hemisférica. Por su parte los autores (Estepa y Maisonnave, 2020, pág. 70) señalan que el *lawfare* se motorizó en América Latina contra liderazgos populares, siendo de esta manera una herramienta de sectores poderosos para impedir o al menos complicar transformaciones en la estructura social que reduzcan los privilegios de los que gozan históricamente.

De igual forma el autor (Jiménez, 2024, pág. 25) señala que, el *lawfare* es una guerra judicial utilizada por el imperialismo para derrocar enemigos y procesos políticos específicamente de corriente progresista latinoamericanos y del Caribe, al usar de manera inconstitucional el poder judicial y el poder de los medios de comunicación para normalizar atropellos judiciales y procesos de desestabilización para impedir que los líderes sociales puedan seguir gobernando.

Mientras que la autora (Buendía, 2020, pág. 79) determina que, la judicialización de la política o guerra judicial es evidente en las denuncias presentadas. El uso indebido de instrumentos jurídicos forzando figuras penales para fines de persecución política, la destrucción de imagen pública e inhabilitación de las mujeres políticas combinó acciones de hostigamiento y acoso con amplia cobertura de prensa y redes sociales.

Desde su visión, el autor (Gestoso, 2022, pág. 118) sostiene que, la guerra que ayer fue terrorismo de Estado ha tomado distintas dimensiones y asumido diversos rostros en las últimas décadas. Hoy el llamado lawfare usa herramientas legales “como si fueran balas”, por ejemplo, a través de juicios contra importantes liderazgos progresistas, la criminalización de los movimientos de avanzada y los golpes a la economía en los países donde despertó la conciencia popular, junto al control de la palabra.

De acuerdo con el autor (Paéz, 2024 , pág. 25) manifiesta que, para salvaguardar los sistemas democráticos, se recuperen ciertas instituciones del derecho penal limitador del derecho punitivo para salvaguardar, inclusive, la aspiración de independencia de las funciones judiciales al que aspira todo estado de derecho.

El contexto de debilitamiento institucional y reducción de la presencia de atención pública del Estado ecuatoriano, contribuye al agravamiento de la violencia, que trasciende el crimen organizado para afectar de lleno al ámbito político, entre el 18 de mayo, y el 6 de septiembre de 2023 hubo 21 ataques contra la militancia política ecuatoriana. Se contabiliza un atentado cada cinco días. Uno de ellos a Fernando Villavicencio, candidato presidencial, quien fue asesinado el 9 de agosto de 2023, apenas once días antes de la primera vuelta de las elecciones presidenciales que tuvieron lugar para completar el mandato inconcluso del expresidente Guillermo Lasso Mendoza.

La presente revisión bibliográfica denominada “Lawfare en Ecuador: Impacto para la comunicación y sociedad en un contexto de Elecciones y conflicto político” plantea como objetivo primordial analizar cómo el *Lawfare* ha sido utilizado como estrategia política, sus consecuencias para la libertad de expresión, la transparencia en la información, y su efecto desestabilizador en la cohesión social. Mientras que las autoras (Chavero y Rodríguez, 2023, pág. 17) resaltan que, se debe analizar la estrategia comunicacional del expresidente Guillermo Lasso tras el juicio político seguido en su contra y la firma de la muerte cruzada.

Esta crisis supuso la culminación adelantada de su período de gobierno, con la convocatoria a nuevas elecciones a la presidencia/vicepresidencia de la República y a la Asamblea Nacional. Se explora cómo esta práctica ha alterado la narrativa mediática y la percepción pública de los actores políticos, y cómo la sociedad ha respondido a estas dinámicas en un contexto electoral; mediante la utilización de metodologías de enfoque cualitativo de revisión y análisis crítico; con la finalidad de

ofrecer una perspectiva integral y crítica que aporte nuevas interpretaciones y soluciones potenciales al problema del *Lawfare* en Ecuador.

Desarrollo

Algunos autores (Garzón et al., 2023, pág. 34) señalan como adquirió visibilidad y protagonismo el *Lawfare*, apuntando a la desestabilización por la vía legal y/o judicial mediante el accionar de la máxima instancia judicial, o el parlamento, deslegitimando y destituyendo al Poder Ejecutivo de turno (el caso de Dilma Rousseff en Brasil, o el de Lugo, en Paraguay; la persecución de Cristina Fernández de Kirchner y funcionarios y funcionarias kirchneristas en Argentina). El *Lawfare* también ha sido desplegado para evitar que esos mismos sectores lleguen al Gobierno por medio de las urnas, judicializándolos y proscribiéndolos en períodos electorales (la judicialización y cárcel de Lula da Silva en Brasil, 2018; la judicialización de Rafael Correa a partir de 2017 y la persecución judicial sistemática contra los y las funcionarias de Correa). Considerando estos ejemplos, podría decirse que el *Lawfare* es un proceso que opera para lograr que la lucha política quede encerrada en el ámbito judicial, evitando la competencia por la vía de las urnas, quitando así centralidad al voto popular.

Según el libro de los autores (Guamán et al., 2023, pág. 117) sostienen que, uno de los momentos clave en la deriva hacia la situación de crisis socioeconómica e institucional que vive hoy Ecuador fue la consulta popular de 2018, para cuyo desarrollo el aval de Luis Almagro tuvo un carácter decisivo. A partir de aquel momento, la historia del país ha venido marcada por una estrategia de *Lawfare* contra la oposición política, por el uso abusivo de la fuerza para reprimir las protestas populares y por un empeoramiento paulatino y continuado de las condiciones de vida de las mayorías sociales. Pese a que desde el Sistema Interamericano de Derechos Humanos e incluso desde las conclusiones de las misiones de observación electoral de la OEA se han reconocido las violaciones de derechos humanos y las irregularidades en los procesos, la Secretaría General ha mantenido el apoyo permanente a los gobiernos ecuatorianos desde el 2017 hasta la actualidad.

Por otra parte, el director (Cornejo, 2020) relata en el documental “*LAWFARE: El caso Ecuador*”, evidencia la estrategia sistemática empleada por el Estado ecuatoriano para perseguir y proscribir políticamente a dirigentes y ciudadanos opositores al régimen. Esta obra audiovisual genera una reflexión profunda en la sociedad ecuatoriana.

En la misma sintonía de estrategias *Lawfare*, los autores (Roman et al., 2023, pág. 29), señalan que, bajo el gran paraguas de guerra contra las drogas, se implementa también desde allí la guerra contra la corrupción (íntimamente vinculada a procesos de *Lawfare*). En marzo de 2019, el FBI lanzó el Equipo Internacional contra la Corrupción con sede en Miami para operar en casos de América Latina y el Caribe. El equipo ha trabajado en casos de corrupción en países como Brasil, Colombia y Ecuador.

De tal modo el autor (Almagro, 2023, pág. 23) determina que, el fenómeno tiene el potencial de dañar los sistemas democráticos, las estrategias de difundir rumores o mentiras respecto a hechos políticos o candidatos son un problema de larga data, anterior a internet, lo novedoso es el vínculo con las nuevas tecnologías de la información, en especial las redes sociales. Estas tecnologías han dotado de mayor alcance y velocidad al acto de diseminar información, permiten la participación masiva y evitar la censura, pero también permiten la propagación de rumores o falsedades. Por su parte los autores (Rodríguez-Hidalgo et al., 2021, pág. 47) definen que, La verificación de hechos constituye una clave de cara a garantizar la verdad en la información que se divulga, al tiempo de evitar que los medios se limiten a ser cajas de resonancia del discurso político, y que en su lugar identifiquen y aclaren informaciones inexactas antes de su difusión.

En la plataforma audiovisual de *streaming* Netflix en el año 2019 se estrenó el documental, donde la directora (Costa, 2019) retrata cómo la polarización política y los conflictos institucionales han afectado la estabilidad democrática en Brasil. A través de testimonios y material de archivo, se presenta un análisis crítico de los eventos que llevaron a la destitución de Dilma Rousseff. Examina el papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y en la cobertura de la política brasileña. El documental se centra en tres modelos de comunicación masiva: cibernético, funcionalista y estructural. Este enfoque permite entender cómo se han utilizado diferentes estrategias comunicativas para influir en la política y la sociedad evidenciando que los medios han jugado un papel crucial en la narrativa que rodea a los líderes políticos y en la percepción de la democracia. Por este apasionante análisis, la directora Petra Costa recibió una nominación al Óscar a mejor documental largo.

Según la autora (Martins, 2024, pág. 88) en Brasil desde el año 2014 nació el caso Lava Jato, la síntesis del *Lawfare*, la operación que sería capaz de cambiar definitivamente el rumbo del país, despojando a los

brasileños de su soberanía electoral al sustituir por un proyecto ultra-liberal el que el pueblo ya había elegido tres veces. Dos años después del inicio de la operación, el clima político en el país seguía extremadamente agitado en 2016, con las calles tomadas por manifestantes que protestaban bajo el lema «Lula padre del Mensalão, Dilma madre del Petrolão⁵⁸». En este escenario se produjo el golpe blando: el proceso de *impeachment* de la presidenta Dilma Rousseff, llevado a cabo sin delito de responsabilidad. En octubre de 2016, pocos meses antes de que se consumara el golpe, la defensa del presidente Lula desveló y presentó a los brasileños la cara oculta de todas estas operaciones espectaculares a través de las cuales se deslegitima, persigue y aniquila a los enemigos políticos: el *Lawfare*. A pesar de ello, en 2018, Lula fue detenido y se le impidió participar en las elecciones presidenciales de ese año.

Los medios brasileños actuaron como una herramienta fundamental para exponer las revelaciones de corrupción, cubriendo ampliamente las investigaciones, los arrestos y los juicios relacionados con este escándalo. El impacto en la comunicación y medios ayudaron a construir una narrativa de urgencia y catástrofe en torno a la democracia contra la primera presidenta electa, lo que no solo amplificó la percepción de colapso económico, sino que también exacerbó la desconfianza hacia las empresas involucradas. A través de una cobertura casi constante y de gran alcance, los medios fueron un vehículo para presionar al sistema político y judicial, y al mismo tiempo, generar un impacto significativo en la percepción social de Brasil.

Por este mismo sentido el canal de televisión argentino (Catorce Canal, 14, 2022) publicó un reportaje denominado “Informe Especial | *Lawfare* contra los presidentes progresistas de América Latina”; reafirmando en el año 2022, la destitución y arresto del presidente de Perú, Pedro Castillo, y asumiendo la vicepresidenta, Dina Boluarte; como la última pieza de una larga cadena de golpes contra gobiernos de izquierda en América Latina que comenzaron con el desafuero del entonces jefe de gobierno del Distrito Federal Andrés Manuel López Obrador, el derrocamiento del hondureño Manuel Zelaya, y los casos de Dilma Rousseff y Lula da Silva en Brasil. Sin embargo, los autores (Díaz González et al., 2021, pág. 28) sostienen que, las características particulares de su liderazgo les permitirá diferenciarse de otras opciones populistas y mostrarse, de forma atractiva, ante el electorado. No obstante, para corroborar esta suposición, se requiere contrastar los diferentes tipos y características de los políticos populistas a lo inter-

no de cada país, con el propósito de identificar cuáles características y posturas populistas resultan más atractivas a la población.

En la misma sintonía en el canal oficial mexicano del Instituto Nacional de Formación Política de Morena (INFP, *morena*, 2023) publicó una conferencia denominada “Guido Croxatto - *Lawfare* y la lucha por justicia en Perú” donde se reconoce el impacto y consecuencias sociales sobre la persecución judicial en contra del expresidente Castillo. De igual forma el documental (CAPITAL 21, 2022) trata sobre la persecución política de la que fue objeto la clase dirigente política en Ecuador a la salida del gobierno del expresidente Rafael Correa Delgado, lo cual derivó en su exilio por diferentes lugares del mundo, entre ellos el México de la Cuarta Transformación. Según los autores (Luque et al., 2020, p. 33) resumen al *Lawfare* como las principales causas abiertas contra los líderes indígenas Jaime Vargas, presidente de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador -CONAIE- y Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi. Causas, todas ellas aglutinadas en un corto espacio de tiempo además de pivotar a su vez en base a posibles ilícitos que de manera extensiva obvian el verdadero eje transversal de lo acontecido: el legítimo derecho de manifestación. Derecho que de manera inexorable debe ejercer como nexo causal del proceso administrativo y/o judicial trasladando con ello de manera consustancial lo acontecido a una dimensión que nada tiene que ver con los delitos presuntamente alegados a menos que se pretenda causar un daño añadido de imagen, reputacional, social, económico e intimidación.

Para entender a los medios de comunicación según (Sel, 2009, pág. 14) determina que desde la propia definición de “cerco informativo”, que da cuenta de la clausura narrativa, ideológica y económica de la hegemonía en términos mediáticos, se reconoce la importancia estratégica de controlar los medios de comunicación masivos. Dicho control se ejerce de formas variadas, que van desde las políticas organizacionales impartidas en tanto propietarios de los conglomerados multimediales hasta el uso de la fuerza que responde a los mismos intereses, en los casos en que la información no pueda ser manipulada. En tal sentido el autor (Torres, 2021, pág. 99) describe que, el papel que tienen los medios de comunicación en articular la participación de la sociedad, pero también en la formación de una conciencia colectiva sobre las responsabilidades de la ciudadanía, sus derechos y obligaciones para con la gestión integral de los residuos sólidos y el medioambiente, y la necesidad de adoptar hábitos responsables. De tal modo el autor (Ulloa, 2022, pág.

55) resalta que, casos de Venezuela, Ecuador y Argentina se observó un primer momento de colaboración, un segundo de confrontación y un tercero de disputa total por la hegemonía en el control de la opinión pública. Las leyes se aprueban entre el segundo y tercer momento, sobre todo, a partir de la agudización de las tensiones por temas políticos. Por esta razón los autores (Rojo-Martínez & Crespo-Martínez, 2023, pág. 41) sugieren que, también resulta necesario ampliar el conocimiento disponible sobre qué papel juegan las dietas informativas y los medios de comunicación, en especial, los programas televisivos de infoentretenimiento y los nuevos medios de corte militante tanto en la transmisión de imágenes estereotipadas que podrían incrementar a su vez la “falsa polarización”, como en la hostilidad intergrupala.

Entre las consecuencias sociales y culturales, la autora (Romano y Lajtman, 2020, pág. 22) sostiene que la desestabilización y posterior golpe de Estado contra el gobierno del MAS en octubre de 2019 fueron posibles en buena medida debido a la articulación eficiente entre el relato anti gobierno del MAS, difundido a nivel local e internacional por *think tanks* (laboratorio de ideas) y medios de comunicación: las críticas a la democracia del MAS, el supuesto autoritarismo y la perpetuidad en el poder (geopolítica blanda) se impusieron como relatos hegemónicos, ocultando o dejando de lado algunos objetivos e intereses urgentes en la disputa entre potencias. La autora (Rivera, 2024, pág. 11) sugiere que, la vinculación de los vehículos electorales con movimientos sociales y organizaciones de la sociedad civil emerge como condición de éxito electoral en la contienda boliviana, en un escenario en el que la protesta social se constituye en canal convencional de participación política y articulación de demandas ciudadanas. De ahí que los autores (Cellán Palacios et al., 2023, pág. 14) sostienen que, los nuevos paradigmas digitales, considerando que la sociedad de la información ha transformado la manera de producir, distribuir y consumir datos.

Por tal motivo el autor (Follari, 2022, pág. 47) señala que, el resurgimiento de lo crítico está lejos de ser prístino en este periodo posterior a la colonización de comunicación por los estudios sobre cultura. A criterio de las autoras (Brito y Gómez Daza, 2019, pág. 118) la respuesta ciudadana está en las campañas electorales porque adquieren cada vez más protagonismo en las disputas por el poder. De esta manera la autora (Romano, 2021, pág. 7) determina que, el *Lawfare* puede ser un discurso ideológico desde el poder, y así lo ha sido en su origen, esto no descarta una reapropiación crítica del mismo, como efectivamente se ha producido desde distintas perspectivas.

Metodología

Este artículo de revisión está basado en el paradigma positivista, de tipo básico diseño no experimental, mediante una revisión teórica bibliográfica-documental, con una modalidad descriptiva-crítica de un enfoque cualitativo basado en la recopilación y análisis crítico de literatura académica, libros, artículos periodísticos, informes digitales y audiovisuales sobre el tema de *Lawfare* en Ecuador. La selección de fuentes se ha realizado de manera exhaustiva, priorizando aquellos estudios que ofrecen una visión holística y detallada del impacto del *Lawfare* en los medios de comunicación, la cultura política y la sociedad ecuatoriana.

El proceso de revisión incluyó artículos relevantes indexados en fuentes académicas de preferencia artículos científicos de los últimos cinco años indexados en las bases de datos, tales como: Google Académico, Scielo.org y Latindex.org, además de libros de autores clásicos relevantes y medios nacionales e internacionales para identificar estudios y reportajes relevantes publicados entre 2009 hasta el 2024.

La estrategia de recolección de la información se realizó una la revisión bibliográfica-documental exhaustiva de la literatura mediante el empleo de una tabla de recojo de información en *Excel Office 2019*, resúmenes cualitativos en documento *WORD* y nube de palabras en *software ATLAS ti*; se seleccionó 35 artículos, 10 libros y 5 audiovisuales en donde se abordan los diferentes aspectos del concepto y la relación de *Lawfare* en el contexto latinoamericano, con énfasis en Ecuador y los medios de comunicación, la cultura y los procesos electorales; con esta información se realizó un análisis crítico de la data.

Los criterios considerados fueron revisados y categorizados de acuerdo con su enfoque en los siguientes temas claves: estrategias de *Lawfare*, impacto en la comunicación y medios, consecuencias sociales y culturales, y respuesta ciudadana en democracia; para con esta data realizar un análisis crítico, abordando las principales concepciones teóricas, además de analizar cómo el *Lawfare* ha sido utilizado como estrategia política, sus consecuencias para la libertad de expresión, la transparencia en la información, y su efecto desestabilizador en la cohesión social. Se explora cómo esta práctica ha alterado la narrativa mediática y la percepción pública de los actores políticos, y cómo la sociedad ha respondido a estas dinámicas en un contexto electoral abarcando los hallazgos para ofrecer una perspectiva integral y crítica que aporte nuevas interpretaciones y soluciones potenciales al problema del *Lawfare* en Ecuador.

Da Silva, ya que aparecía liderando las encuestas. De igual forma, necesitaban resolver las acusaciones judiciales contra el expresidente Rafael Correa antes del inicio de inscripciones de candidaturas, en septiembre de 2020, para impedir su candidatura a vicepresidente de la República del Ecuador y, por ello, dictaron sentencia de primera instancia en plena pandemia, en el mes de abril 2020, y resolvieron negando la casación en el mes de septiembre, 10 días antes que inicie el periodo de inscripción de candidaturas para la presidencia y vicepresidencia de la República.

En consecuencia, el escritor (Eco, 2012, pág. 112) menciona que, la máquina de fango tiene como objetivo no tanto la búsqueda de la verdad, sino la destrucción del oponente por medio de la duda y el descrédito. Por eso se refuerza como una estrategia para destruir la reputación de un oponente, inundándolo de acusación, infamias y sospechas, con o sin base en la realidad. Este mecanismo está estrechamente relacionado con el término “*lawfare*”, que hace referencia al uso del sistema legal como arma política para deslegitimar o neutralizar a adversarios mediante juicios y procesos judiciales prolongados o infundados. Los estudios revisados coinciden en que el *lawfare* no solo busca eliminar contrincantes políticos, sino también reconfigurar el panorama mediático. De tal modo, la autora (Smulovitz, 2022, pág. 234) sostiene que, el éxito del *lawfare* como fenómeno retórico es preocupante en tanto pone en entredicho la legitimidad de la ley como instrumento de petición social y político y a la arena judicial como ámbito para la resolución de problemas sociales, dos de las grandes novedades que caracterizaron a varias de las transiciones a la democracia en América Latina. Por su parte los autores (Casado y Sánchez, 2020, pág. 7) definen que, los rechazos de la Interpol a las notificaciones rojas emitidas desde los tribunales ecuatorianos parecen ser una pauta que refleja un uso abusivo de este recurso. Al mismo tiempo, los pronunciamientos de la CIDH confirman la estigmatización de la oposición política en el Ecuador y la utilización de recursos de ultima ratio como la prisión preventiva, de forma desmedida.

De esta manera el autor (Chamorro, 2020, pág. 56) describe que, la situación en estos países refleja una tendencia preocupante donde el uso de la ley se convierte en un arma política. Por ejemplo, en el caso del expresidente Jair Bolsonaro, su administración fue criticada por su complicidad con acciones que socavan la democracia en Brasil, mientras que el expresidente Mauricio Macri ha enfrentado acusaciones de manipulación política a través de procesos judiciales en Argentina. La

expresidenta interina, Jeanine Áñez, tras el golpe de Estado en Bolivia, también ejemplifica cómo el *lawfare* puede ser utilizado para justificar acciones que, de otro modo, serían vistas como antidemocráticas. A través de campañas judiciales, los políticos han sido objeto de cobertura mediática negativa, lo que crea una narrativa donde los acusados son presentados como corruptos o antidemocráticos, independientemente de la validez de las acusaciones. Esta narrativa es rápidamente absorbida y amplificada por los medios de comunicación, erosionando la confianza del público en las instituciones y fomentando la polarización.

El impacto en la comunicación y los medios de comunicación tradicionales o plataformas digitales sobre el *Lawfare* ha transformado la comunicación en Ecuador, afectando profundamente el rol de los medios. Los periodistas, bajo la presión de grupos políticos, a menudo se ven obligados a tomar partido en estos casos, lo que compromete la objetividad y la imparcialidad informativa. La creciente concentración de medios en manos de actores económicos vinculados al poder político ha intensificado esta tendencia. Para los autores (Punín & y García-Torres, 2023, pág. 171) definen que, los medios privados, en especial, por su condición tienen la libertad de juzgar la calidad y la pertinencia de la información que publican, si en este proceso se comenten errores, existen las instancias correspondientes para juzgarlo. En esto coincide el autor (León Castro, 2020, pág. 90), señalando que, aquellos quienes, por su influencia académica fueron protagonistas en debates y criterios mediáticos, son parte de las estrategias utilizadas por los medios de comunicación, con la finalidad de legitimar, desde su ámbito, la judicialización de lo político, cerrando la posibilidad de crear una polifonía de voces y argumentos que coadyuven a la formación de la opinión pública, tal como manda la Ley, o invitando a discernir y obtener conclusiones propias de la población, por el contrario, lo que se hace es manipular la opinión pública. Aquellos que un día colaboraron en la construcción de un Estado meritocrático, se convirtieron en un espejo de la estrategia *lawfare*, hablándose a sí mismos y dándose la razón mutuamente. Por consiguiente, los autores (Andraus & y Gutiérrez, 2024, pág. 10) resaltan que, sobre el impacto de las redes sociales en la política, sino que también brinda perspectivas prácticas para diseñadores de políticas y estrategias políticos interesados en comprender y utilizar las redes sociales para promover una participación cívica más activa e informada. En consecuencia, las autoras (Rodríguez-Díaz et al., 2023, pág. 44) determinan que, las nuevas líneas de cuestionamiento sobre la importancia de la prensa a la hora de mediatizar la política y,

en consecuencia, la responsabilidad que tienen los medios de comunicación en la percepción de la política y los actores políticos por parte de los ciudadanos. Por tal razón las autoras (Montoya Ramírez et al., 2020, pág. 204) sostienen que, la urgencia es resignificar el ejercicio del periodismo y reinventar sus decires y haceres. En efecto los autores (Vélez & Fuentes, 2019, pág. 503) determinan que, las familias ecuatorianas prefieren las plataformas de *streaming* como *Netflix* para el entretenimiento en casa porque los desafíos pasan por los recursos, la forma como se financian los canales públicos y privados, los límites que fijan quienes los administran, la ética del servicio, la independencia con los políticos y por supuesto la presencia ciudadana en su construcción como una sociedad ecuatoriana informada.

A nivel internacional, Ecuador ha sido clasificado como un país con crecientes restricciones a la libertad de prensa, en parte debido a las campañas judiciales y políticas destinadas a silenciar a voces críticas o a medios independientes. En este sentido el autor (Böcker Zavaro, 2020, pág. 7) menciona que, un elemento a tener en cuenta es que las personas parecen estar decidiendo su voto sobre la base de emociones —como rabia, miedo y frustración— fuertemente amplificadas por las redes sociales, que difunden tanto verdades como mentiras y dudosas interpretaciones.

Por consiguiente, el autor (Ayala Mora, 2021, pág. 9) resalta que, luego la unidad establece las condiciones mundiales de la globalización, el panorama internacional y los procesos de integración latinoamericana, poniendo el acento en la Comunidad Andina y la UNASUR. Concluye con una perspectiva optimista sobre las potencialidades y el futuro del Ecuador con un proyecto nacional renovado.

El autor (Márquez, 2024, pág. 122) resalta que, un tema adicional del *lawfare* es el manejo faccioso del aparato de procuración de justicia en contra de los opositores a quienes se les abren causas penales y, en cambio, a los aliados o allegados al gobierno se les perdona cualquier delito. En concordancia la autora (Fariñas Dulce, 2023) resalta que, esta nueva modalidad de judicialización de la política y a la vez de politización de la función judicial está sometiendo a intereses privados especulativos y partidistas el trabajo de un colectivo de personas muy importante en el tejido social y en la defensa de los derechos de la ciudadanía, es decir, los jueces y, en definitiva, el propio Poder Judicial. Esto ha limitado el espacio para el debate público y ha silenciado muchas voces disidentes. Por su parte el autor (Sáenz-Solís, 2023, pág. 14) sostiene que, el *lawfare* representa la aplicación de medios judiciales de manera arbitraria para

la eliminación y anulación de los adversarios políticos. Este fenómeno en América Latina ha tenido principalmente, impacto en los sectores de corte progresistas, los cuales han sido censurados por impulsar una serie de reformas que modifican la estructura social y económica regional.

Por consiguiente, la autora (Rojo Gessa, 2023, pág. 170) determina que, el debate activo y crítico del papel cada vez más protagónico que adquieren los medios de comunicación en la arena política, al punto de considerarse en ocasiones campañas electorales mediatizadas, y donde es necesario incentivar este tipo de estudios con el propósito de evidenciar las estructuras hegemónicas que enmascaran a las verdaderas agendas mediáticas. Por esta razón, el autor (Sánchez, 2022, pág. 28) señala que, en las elecciones ecuatorianas de 2021 pusieron en evidencia algunos de los fallos de un modelo de hiperliderazgo que coarta la iniciativa de los miembros de la organización partidista y su estrategia. En tal sentido la autora, (Madrid Tamayo, 2022, pág. 15) define que, es indispensable que el Estado lleve adelante un proceso de rescate y fortalecimiento de la democracia comunitaria y se plantee formalmente cómo trabajar para que estos tres tipos de democracia: comunitaria, representativa y directa funcionen al mismo nivel facilitando el apoyo técnico y financiero necesario desde las/os mismas/os funcionarios/as de la función electoral.

Para la autora (Molina Guíñazú, 2023, pág. 6) enfatiza que, desde la comunicación popular, alternativa y comunitaria, la clave para problematizar la realidad y encarar procesos de transformación y liberación a través de la expresión y el derecho a la palabra; se habilitan espacios colectivos en los que se construyen subjetividades comunes y se disputan sentidos para abordar la dominación desde una perspectiva interseccional. Colectivos de defensa de la libertad de prensa y de los derechos humanos han denunciado repetidamente los abusos de poder y han exigido una mayor independencia de los medios y del sistema judicial. En tal sentido los autores (Posligua & y Ramírez, 2024, pág. 287) determinan que, los líderes políticos utilizan las redes sociales como una nueva tendencia de comunicación que no tiene espacio en los medios tradicionales, como la interacción inmediata, dar respuesta a los usuarios y crear comunidad. Esta forma de comunicación “humaniza” al líder político, brindando un dialogo directo con la audiencia.

Por tal motivo el impacto para la comunicación y sociedad en un contexto de elecciones y conflicto político han dado lugar a una renovada demanda por mayor transparencia y justicia, y han contribuido a

mantener viva la conversación sobre la necesidad de reformar el sistema judicial y proteger la libertad de expresión en el Ecuador.

Conclusiones

El análisis de la literatura revisada sobre el *Lawfare* en Ecuador permite concluir que esta estrategia ha tenido un impacto significativo en la comunicación, la cultura y la sociedad ecuatoriana. En el ámbito mediático, ha debilitado la objetividad y ha promovido la manipulación de la opinión pública a favor de intereses políticos específicos.

La aplicación del *Lawfare* en Ecuador, ha fomentado la polarización y la desconfianza en las instituciones democráticas, mientras que culturalmente ha creado un entorno de censura y miedo. A pesar de estos efectos negativos, también se han identificado respuestas ciudadanas que buscan contrarrestar el impacto del *Lawfare*. Al presentar conflictos políticos como batallas judiciales, se ha fomentado una fragmentación social que reduce la cohesión.

El futuro del Ecuador depende, en gran medida, de la capacidad de la sociedad para enfrentar y superar las dinámicas del *Lawfare*, estableciendo un sistema de justicia y comunicación que favorezca la participación democrática y el respeto por los derechos humanos y políticos. Este artículo de revisión pretende aportar una visión crítica y unificada sobre un fenómeno de creciente relevancia en la política ecuatoriana, ofreciendo una base sólida para futuras investigaciones y propuestas de solución ante el *Lawfare* en el contexto democrático ecuatoriano y latinoamericano.

Referencias

- Almagro, L. (2023). *Fake news. Amenaza para la democracia*. Argentina: Ediciones Olejnik. Retrieved 2024.
- Andraus, C., & y Gutiérrez, J. (2024). El impacto de las Redes Sociales en la difusión de contenidos políticos en la ciudad de Portoviejo. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 9(2), 1-15. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v9i2.6431>
- Ayala Mora, E. (22 de 04 de 2021). Educación para la democracia. *Revista Andina de Educación*, 5(1), 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.32719/26312816.2022.5.1.12>

- Barros Filho, G. C., Farias, A. d., & Oliveira, G. F. (2017). Considerações sobre o Instituto do Lawfare. *ID on line. Revista de psicologia*, 10(33), 363-373. <https://doi.org/10.14295/online.v10i33.661>
- Böcker Zavaró, R. (12 de 2020). Impeachment, lawfare y fake news en Brasil: Un espejo latinoamericano. (dialnet.unirioja.es, Ed.) *RIO: Revista Internacional de Organizaciones*, ISSN-e 1886-4171, ISSN 2013-570X, (25-26), 7-26. <https://doi.org/http://www.revista-rio.org>
- Brito, Gisela y Gómez Daza, Ava Mariana. (2019). *Política y elecciones En América Latina: UNA GUIA PROGRESISTA PARA CAMPAÑAS ELECTORALES* (ISBN 978-84-12-11911-4 ed.). (CELAG, Ed.) Buenos Aires, Argentina: MÁRMOL IZQUIERDO EDITORES. <https://www.celag.org/publicacion/politica-y-elecciones-en-america-latina/>
- Buendía, S. (06 de 2020). Lawfare y violencia política contra las mujeres. *Nullius: Revista de pensamiento crítico en el ámbito del Derecho*, 1(1), 74-84. <https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v1i1.2561>
- CAPITAL 21. (30 de 10 de 2022). #SeFueAVolver. Youtube: https://youtu.be/YVoyxZlaO5Q?si=4fHI_LD9x3gTojhH
- Casado Gutiérrez, F., & Sánchez Figueroa, R. (2020). Lawfare en Ecuador: las acciones del estado desacreditadas por organismos internacionales. (F. d. Manabí., Ed.) *Nullius: Revista de pensamiento crítico en el ámbito del Derecho*, 1(1), 1-17. <https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v1i1.2332>
- Catorce Canal, 14. (11 de 12 de 2022). *Lawfare contra los presidentes progresistas de América Latina*. (1. Catorce Canal, Editor, 1. Catorce Canal, Productor, & Catorce Canal, 14) Retrieved 2024, from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=P4HI7b4wUwk>
- Cellán Palacios, J. J., Santillán Andrade, J. R., Cruz Piza, I. A., & F., V. D. (2023). El derecho a la información en Ecuador a luz de los nuevos paradigmas de la. *Bibliotecas. Anales de Investigación (Ejemplar dedicado a: Bibliotecas. Anales de Investigación)*, 20(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9502699>
- Chamorro, G. (2020). *Lawfare, o la continuación de la política por otros medios*. . Argentina: Argentina: Nuestra América Editorial.
- Chavero, P., & y Rodríguez, R. (2023). Comunicación estratégica en crisis políticas: el caso de Guillermo Lasso (2023). *URVIO. Revista*

- Latinoamericana de Estudios de Seguridad*(37), 8-27. <https://doi.org/doi.org/10.17141/urvio.37.2023.6098>
- Cornejo, M. (Dirección). (2020). *LAWFARE : El caso Ecuador* [Película].
- Costa, P. (Dirección). (2019). *Al filo de la democracia* [Película]. Brasil. <https://www.netflix.com/us-es/title/80190535>
- Díaz González, J. A., Ulloa Tapia, C., & y Mora Solano, S. (2021). Aproximaciones Al Populismo En Daniel Ortega, Rafael Correa Y Nayib Bukele. *Revista Rupturas*, 12(1), 49-52. <https://doi.org/https://doi.org/10.22458/rr.v12i1.3990>.
- Eco, U. (2012). *Construir al enemigo*. LUMEN.
- Estepa, C.M. y Maisonnave, M.A. (2020). Poder Judicial, medios de comunicación y política: lawfare en Argentina. *NULLIUS: Revista de pensamiento crítico en el ámbito del Derecho*. 1, 2 , 70–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v1i2.2685>
- Fariñas Dulce, M. J. (2023). Lawfare, guerra híbrida y whatsapperización de la política. En L. Ramina, & E. Samper, *Las Guerras Jurídicas: Lawfare en America Latina* (pág. 556). Buenos Aires, Argentina: 1ª Edición, Buenos Aires: Escuela de Estudios Latinoamericanos y Globales, ELAG / Instituto Joaquín Herrera Flores; 2023. www.americalatina.global
- Follari, R. A. (2022). Lo que queda de crítico en el campo comunicológico latinoamericano. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*(150), 47-62. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i150.4665>
- Garzón, B., Ricobom, G., Rodriguez, J. L., & Romano, S. (2023). *El objetivo Cristina: lawfare versus democracia en Argentina* (Vols. ISBN: 978-65-00-64722-8). Argentina: ELAG, CLAJUD, CELAG, Instituto Joaquín Herrera Flores. www.americalatina.global
- Gestoso, J. (2022). *Imposible que lo olvide: Los desaparecidos de ayer y de hoy siguen vivos*. . SUDAMERICANA.
- Ghea, M. E. (18 de 12 de 2019). El método de lawfare para la persecución de Cristina. Alianzas, tácticas y estrategias de la guerra no convencional. *El Servicio de Difusión de la Creación Intelectual es el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35537/10915/87981>
- Guamán, Adoración y Íñiguez, Carola. (2023). El caso de Ecuador: la

- alianza personal de Almagro con Lenín Moreno y Guillermo Lasso. En S. M. Romano, T. Lajtman, A. García, & M. Maisonna-ve, *La OEA en tiempos de Almagro* (pág. 176). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO y Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica CELAG. <https://libreria.clacso.org/publicacion.php?p=2847&c=1>
- Hernandez, V. (2023). Ocho tesis sobre el lawfare: el absurdo de la Causa Vialidad. En B. Garzon, S. Romano, & J. L. Rodriguez, *El objetivo Cristina: lawfare versus democracia en Argentina* (pág. 262). 1ª Edición, Buenos Aires: Escuela de Estudios Latinoamericanos y Globales, ELAG / Grupo de Puebla, Consejo Latinoamericano de Justicia y Democracia, CLAJUD / Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica, CELAG; 2023.
- INFP, morena. (30 de 06 de 2023). *Canal oficial del Instituto Nacional de Formación Política de morena*. (C. o. Política, Editor, C. o. Política, Productor, & Se transmitió en vivo el 30 jun 2023) <https://doi.org/https://www.youtube.com/live/fn45B91RBYU?si=PwPDWXljAE5Jusa2>
- Jiménez, J. (04 de 2024). Teoría de juegos aplicado a la guerra judicial del Lawfare en el Ecuador. (U. d. S.C., Ed.) *Kanan*, 10(17), 29. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10962423>
- León Castro, E. (2020). La encrucijada del Lawfare: entre la judicialización y mediatización de la política. *Nullius: Revista de pensamiento crítico en el ámbito del Derecho*, 1(), 85-104. <https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v1i1.2476>
- Luque, A., Poveda, C. y Hernández, J. (2020). Análisis del levantamiento indígena de 2019 en Ecuador: entre la respuesta legal y el lawfare. . *Nullius: Revista de pensamiento crítico en el ámbito del Derecho* 1(1), 1845. . <https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v1i1.2334>
- Madrid Tamayo, A. (2022). Construyendo una democracia más sustantiva e integral en ecuador: ¿y si aprendemos de la democracia comunitaria? *Revista Antropologías del Sur*, 9(18), 17. <https://doi.org/10.25074/rantros.v9i18.2062>
- Márquez, D. (1 de 07 de 2024). Conflicto de baja intensidad en México: el papel del lawfare, de la Guardia nacional y el narcotráfico. *FIGURAS REVISTA ACADÉMICA DE INVESTIGACIÓN*, 5(3), 169. <https://doi.org/10.22201/fesa.26832917e.2024.5.3.349>

- Martins, C. (2024). LAVA JATO: A PONTA DO ICEBERG CHAMADO LAWFARE. En C. y. Proner, *10 anos da Operação Lava Jato: A desestabilização do Brasil* (pág. 584). Bauru, Estado de São Paulo, Brasil: Canal 6 Editora. | www.canal6editora.com.br
- Molina Guiñazú, M. M. (2023). ¿Hay un hilo rojo en el pensamiento crítico latinoamericano? La Escuela Latinoamericana de Comunicación hoy. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(152), 16. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i152.4841>
- Montoya Ramírez, N. Z.-R. (2020). Periodismo y competencias mediáticas: una aproximación desde contexto colombiano y ecuatoriano. *Revista De Comunicación*, 19(1), 185–206. , 19(1), 185 - 206. <https://doi.org/https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A11>
- Paéz Bimos, P. M. (2024). Análisis del lawfare y la corrupción en algunos países de la región: Discusión sobre los límites políticos del Derecho Penal. *Derecho Global. Estudios Sobre Derecho Y Justicia*, 257–281. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/dgedj.v9i26.722>
- Posligua, Q. I., & y Ramírez, R. M. (15 de 01 de 2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi. Arte, Diseño, Comunicación*, 285-300. <https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a15>
- Punín, L. M., & y García-Torres, C. (2023). Bajo esta premisa, los medios privados, en especial, por su condición tienen la libertad de juzgar la calidad y la pertinencia de la información que publiquen, si en este proceso se comenten errores, existen las instancias correspondientes para juzgarlo. *18(34)*, 171-190. <https://doi.org/DOI.10.22201/fcpys.24484911e.2023.34>
- Rivera, S. (2024). Vínculos entre movimientos sociales y partidos políticos, y su impacto electoral en el contexto del estallido social en Bolivia, 2019-2020. *DESAFÍOS*, 36(1), 1-29. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.13220>
- Rodríguez-Díaz, R. C. (2023). Agendas mediática y pública en campaña electoral: Argentina, Ecuador y España. *Revista de Comunicación*, 35-57. <https://doi.org/https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3244>
- Rodríguez-Hidalgo, C., Javier, H., & Aguaded-Gómez, I. (2021). La verificación periodística frente a la mentira en los procesos electorales de Ecuador y España. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales*

- y Humanas de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.(34), 41-62. <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.02>
- Royo Gessa, A. (2023). *Agenda mediática del noticiero estelar de Teleamazonas durante la campaña electoral presidencial de 2021 en Ecuador*. Flacso Ecuador. Quito, Ecuador : : FLACSO ECUADOR. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/19804>
- Royo-Martínez, J., & Crespo-Martínez, I. (2023). «LO POLÍTICO COMO ALGO PERSONAL»: UNA REVISIÓN TEÓRICA SOBRE LA POLARIZACIÓN AFECTIVA. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 43(1), 25-48. <https://doi.org/10.4067/s0718-090x2023005000102>
- Roman;Silvina, Lajtman; Tamara y García Fernández; Aníbal. (2023). De Monroe a Miami América para las derechas (latino)americanas. En C. L. Sociales, *Nuestra América XXI Desafíos y alternativas* (pág. 48). Ciudad Autónoma de Buenos Aires , Argentina: CLACSO.
- Romano, S. (2021). El lawfare como agenda de investigación. *NULLIUS: Revista de pensamiento crítico en el ámbito del Derecho*, 2(2), 1-15. <https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v2i2.4074>
- Romano, Silvina y Lajtman, Tamara. (2020). Bolivia: recursos estratégicos y la nueva guerra política. *Revista Universidad de La Habana*, 29. <https://revistas.uh.cu/revuh/article/view/2339>
- Sáenz-Solís, J. (2023). Lawfare y populismo punitivo: las dos caras en América Latina. *Temas De Nuestra América Revista De Estudios Latinoamericanos*, 39(74). <https://doi.org/10.15359/tdna.39-74.9>
- Sánchez, F. (1 de 03 de 2022). La Patria ya es de él: presidencialismo plebiscitario, partido instrumental y élite legislativa en Ecuador. *Perfiles Latinoamericanos* , 30(60), 31. <https://doi.org/https://doi.org/10.18504/pl3060-010-2022>
- Sel, S. (2009). Comunicación alternativa y políticas públicas en el combate latinoamericano. En S. Susana, *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías*. (pág. 238). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - Conselho Latino-americano de Ciências Sociais. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100611122650/sel.pdf>

- Smulovitz, C. (2022). Del “descubrimiento de la ley” al “lawfare”. (S. A. Político, Ed.) *Revista SAAP -Sociedad Argentina de Análisis Político*, 16(2), 231-259. <https://doi.org/https://doi.org/10.46468/rsaap.16.2.A1>
- Tirado, A. (2021). *El lawfare: Golpes de Estado en nombre de la ley*. España: Ediciones AKAL. https://doi.org/https://www.akal.com/libro/el-lawfare_51473/
- Torres, D. I. (26 de 03 de 2021). El diseño de servicios públicos: la experiencia del ciudadano como usuario de servicios. (U. d. I., Ed.) *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*(126), 274. <https://doi.org/https://doi.org/10.18682/cdc.vi126.4571>
- Ulloa, C. (2022). Leyes de comunicación en los gobiernos del giro a la izquierda: Venezuela, Argentina, Bolivia y Ecuador. *Revista Republicana*(32), 43-67. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2022.v32.a117>
- Vélez, J., & Fuentes, S. (2019). El rol de Netflix en la cultura de entretenimiento audiovisual de las familias ecuatorianas. En U. T. Ecotec, *IV Congreso Científico Internacional-Sociedad del Conocimiento: retos y perspectivas*. (págs. 503-523- 1369). Samborondón, Ecuador: Samborondón, Ecuador: Universidad Tecnológica Ecotec. <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/sociedad-del-conocimiento/2019-memorias-cientificas.pdf>

Análisis comparativo de la gestión de marca en redes sociales: caso universidades públicas y privadas del Ecuador

Comparative analysis of brand management on social media: public universities and private universities in Ecuador

Henry Alarcón López¹
Rocío Pazmiño Chancay²
Michelle Alarcón Chávez³

Resumen

Este artículo examina de manera comparativa la gestión de marca en redes sociales de universidades públicas y privadas en Ecuador, tomando como casos de estudio a la Universidad de Guayaquil y la Universidad Central del Ecuador por el lado de las universidades públicas, y a la Uni-

Abstract

This article comparatively examines the brand management on social media of public and private universities in Ecuador, taking as case studies the University of Guayaquil and the Central University of Ecuador on the public universities side, and the Catholic University of Santiago de

¹ Docente investigador, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. PhD en Educación, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social. (halarcon@uteq.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0003-0077-6207>)

² Estudiante investigadora, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias de la Comunicación Social, Ecuador (rocio.pazminoc@ug.edu.ec)

³ Docente, Universidad Adventista del Plata, Argentina (<https://orcid.org/0009-0002-1834-2132>)

Recibido: 2024-10-18 | Aceptado: 2024-11-30 | Publicado: 2024-12-29

DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2.1872>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



versidad Católica de Santiago de Guayaquil y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador por el lado de las privadas. La investigación se basa en el análisis de las publicaciones realizadas en Facebook, Instagram y TikTok durante un período de seis meses, desde enero hasta junio de 2024. Se analizan métricas clave como el número de publicaciones, interacciones (likes, comentarios, compartidos) y la eficacia de la interacción con la audiencia. Los resultados permiten observar diferencias notables entre las estrategias de comunicación y el impacto en la gestión de marca de las instituciones educativas estudiadas. Los resultados destacan que las universidades públicas publican con mayor frecuencia y logran más interacción general, especialmente en contenidos compartidos, mientras que las privadas presentan un enfoque más selectivo, pero menos participativo en términos de audiencia.

Palabras clave: gestión de marca, redes sociales, universidades públicas, universidades privadas, Ecuador, análisis comparativo.

Guayaquil and the Pontifical Catholic University of Ecuador on the private side. The research is based on the analysis of publications made on Facebook, Instagram and TikTok during a period of six months, from January to June 2024. Key metrics such as the number of posts, interactions (likes, comments, shares) and the effectiveness of interaction with the audience are analyzed. The results allow observing notable differences between the communication strategies and the impact on brand management of the educational institutions studied.

Keywords: brand management, social media, public universities, private universities, Ecuador, comparative analysis

Introducción

La expansión de las redes sociales ha transformado la forma en que las instituciones, incluidas las universidades, se comunican con sus audiencias. En el ámbito educativo, las redes sociales no solo permiten la difusión de información, sino que también facilitan una interacción más cercana y directa con los usuarios. En este sentido, las universidades han debido adaptar sus estrategias de comunicación para responder a las demandas de un público que espera una mayor transparencia, accesibilidad y participación en la vida institucional. Según Pérez y Martínez (2018), “las redes sociales han evolucionado hasta convertirse en una plataforma esencial para la interacción continua entre las universidades y su comunidad, permitiendo una retroalimentación inmediata y un mayor alcance de la información”. Esta evolución ha impulsado la necesidad de contar con estrategias de comunicación más efectivas que fomenten la identidad de marca de las instituciones.

El concepto de marca universitaria ha adquirido una importancia crucial en la era digital, ya que las instituciones no solo compiten por captar estudiantes a nivel local, sino también internacional. Para las universidades, construir y gestionar una marca sólida en redes sociales es fundamental para proyectar sus valores, su calidad académica y su compromiso social. En este contexto, las plataformas como Facebook, Instagram y TikTok se han consolidado como herramientas clave para llegar a una audiencia diversa. Como señalan González y Ramírez (2017), “el branding educativo a través de redes sociales permite a las instituciones posicionarse como referentes en el ámbito académico, atrayendo no solo estudiantes potenciales, sino también colaboradores, investigadores y patrocinadores”. En consecuencia, las universidades deben diseñar campañas de comunicación que refuercen su imagen y fomenten la interacción de su comunidad.

En Ecuador, el uso de las redes sociales en el ámbito universitario ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con un aumento en la frecuencia de publicaciones y en la cantidad de seguidores en plataformas digitales. Las universidades públicas y privadas han adoptado enfoques distintos para gestionar su presencia en estas plataformas, lo que plantea la necesidad de analizar cómo estas estrategias impactan en la percepción de la marca y en la interacción con sus públicos. Tal como afirman Ramírez y Flores (2016), “las universidades que invierten en estrategias digitales integradas logran una mayor visibilidad y engagement en redes sociales, lo que contribuye directamente

a la mejora de su reputación institucional”. Esta creciente competencia por destacar en el entorno digital hace que las instituciones educativas revisen constantemente sus métodos de comunicación y adapten sus contenidos para satisfacer las expectativas de su público.

El presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis comparativo de la gestión de marca en redes sociales de universidades públicas y privadas en Ecuador, con un enfoque en cuatro instituciones clave: la Universidad de Guayaquil, la Universidad Central del Ecuador, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La investigación examina la frecuencia de las publicaciones, la interacción con la audiencia y la eficacia de las estrategias empleadas en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Estas plataformas han demostrado ser particularmente efectivas para conectar con las generaciones más jóvenes, que representan la mayor parte del público objetivo de las universidades. Como indican Fernández y López (2019), “el uso de redes sociales como herramienta de marketing digital en las universidades no solo aumenta la interacción con los estudiantes actuales, sino que también genera una percepción positiva entre los futuros estudiantes, contribuyendo al fortalecimiento de la marca institucional”.

Además, se considera que las universidades públicas y privadas adoptan enfoques distintos en cuanto a la gestión de sus marcas en redes sociales, lo que puede deberse a diferencias en los recursos disponibles y en las prioridades institucionales. Por ejemplo, las universidades públicas suelen tener una mayor audiencia debido a su carácter masivo y al acceso gratuito a la educación, lo que influye en la cantidad y tipo de contenido que publican. En cambio, las universidades privadas tienden a enfocarse más en destacar sus ventajas competitivas, como la calidad educativa o los programas internacionales. Según Rodríguez y García (2020), “las universidades privadas suelen tener una estrategia más dirigida a la promoción de sus programas académicos y servicios, mientras que las universidades públicas ponen mayor énfasis en la difusión de actividades comunitarias y eventos académicos”. Este estudio busca identificar estas diferencias y analizar su impacto en la interacción con la audiencia y en la construcción de la marca.

La gestión de marca en redes sociales no es un proceso estático, sino que evoluciona a medida que cambian las tendencias y las expectativas del público. Las universidades deben estar atentas a estas dinámicas para ajustar sus estrategias de manera efectiva. En palabras de Zambrano y Torres (2019), “la capacidad de una institución educativa para

adaptarse a las nuevas plataformas y tecnologías determina en gran medida su éxito en el ámbito digital, especialmente cuando se trata de captar la atención de un público joven que espera una comunicación fluida y en tiempo real". De esta manera, el análisis de la gestión de marca en redes sociales permite evaluar no solo el rendimiento actual de las universidades, sino también su capacidad para evolucionar y mantenerse relevantes en el entorno digital.

En resumen, este estudio comparativo de la gestión de marca en redes sociales en universidades públicas y privadas en Ecuador es esencial para comprender cómo estas instituciones están utilizando las plataformas digitales para conectarse con sus audiencias. A través del análisis de métricas como el número de publicaciones, interacciones y respuesta del público, se espera identificar las mejores prácticas en la gestión de marca universitaria y ofrecer recomendaciones para mejorar la presencia digital de las instituciones educativas. Según López y Martínez (2021), "una estrategia de redes sociales efectiva no solo se basa en la cantidad de publicaciones, sino en la calidad del contenido y en la capacidad de la institución para interactuar con su audiencia de manera significativa".

Metodología

Para este análisis se utilizó un enfoque descriptivo que permitió comparar las estrategias de gestión de marca en redes sociales entre algunas de las más importantes universidades del Ecuador de las ciudades de Quito y Guayaquil. Se recopiló información de las cuentas oficiales de Facebook de la Universidad de Guayaquil y la Universidad Central del Ecuador, las dos instituciones de educación superior públicas. En cuanto a instituciones privadas se consideró, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Los datos abarcan un período de seis meses, desde enero hasta junio de 2024, y se concentraron en métricas clave como el número de publicaciones, me gusta, comentarios y compartidos.

El análisis se realizó utilizando herramientas de recopilación de datos digitales como **Meta Business Suite** para Facebook, lo que permitió obtener métricas detalladas de rendimiento de las publicaciones. Para Instagram y TikTok, se emplearon herramientas nativas de análisis, como **Instagram Insights** y **TikTok Analytics**, para realizar un análisis comparativo centrado en tendencias generales de frecuencia de publicaciones e interacción. Estas herramientas proporcionan datos cuanti-

tativos precisos y de fácil exportación, asegurando la confiabilidad de las métricas utilizadas.

En cuanto al análisis estadístico, los datos fueron procesados y organizados mediante software como Microsoft Excel. Se emplearon medidas descriptivas como frecuencias absolutas, promedios y porcentajes para identificar patrones y tendencias. Además, se realizaron pruebas estadísticas básicas, como análisis de varianza y comparación de medios, para determinar diferencias significativas entre las estrategias de interacción de las universidades públicas y privadas.

En la Tabla 1 se presentan los datos recopilados en cuanto a publicaciones e interacciones en redes sociales de las cuatro universidades seleccionadas, reflejando un comportamiento regular durante un ciclo académico estándar. Esta metodología permitió no solo comparar dinámicas en Facebook, donde el análisis fue más detallado, sino también evaluar tendencias generales en Instagram y TikTok, enriqueciendo la comprensión del impacto de las estrategias de gestión de marca en redes sociales.

Tabla 1. Datos recopilados en redes sociales oficiales de las universidades seleccionadas (Enero a junio de 2024)

Indicador	Universidad de Guayaquil	Universidad Central de Quito	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Número de Publicaciones	539	675	557	426
Likes	62453	62108	16131	6584
Comentarios	562	9047	496	1617
Compartidos	9539	134542	2995	1805

Análisis y discusión de resultados

Universidades Públicas

La Universidad de Guayaquil, con un total de 539 publicaciones durante el período analizado, demostró una alta actividad en redes sociales. Esta institución acumuló 62,453 likes y 9,539 compartidos, lo que sugiere una capacidad para atraer atención, pero al mismo tiempo, solo registró 562 comentarios, lo que indica una baja interacción en términos de conversación con su audiencia. Según López y Sánchez (2019), “una alta frecuencia de publicaciones no siempre se traduce en un mayor

nivel de interacción, ya que la naturaleza del contenido y su relevancia para la audiencia también juegan un papel crucial en la gestión de marca”.

Por otro lado, la Universidad Central del Ecuador, aunque tuvo un número superior de publicaciones (675), logró menos likes en comparación con la Universidad de Guayaquil (62,108 likes). Sin embargo, destacó significativamente en términos de interacción, con 9,047 comentarios y 134,542 compartidos, lo que sugiere una comunidad más participativa. Según García y Morales (2021), “la interacción es un indicador clave de la fidelidad de la audiencia y su compromiso con la marca, lo que puede tener un impacto directo en la percepción de la marca a largo plazo”.

Universidades Privadas

Entre las universidades privadas, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) mostró un desempeño moderado en cuanto a publicaciones, con 557 en total. A pesar de recibir 16,131 likes, la PUCE mostró una participación relativamente baja en cuanto a comentarios (496) y compartidos (2,995). Esto sugiere que, aunque la institución tiene una base de seguidores activos, no logra fomentar una conversación significativa con su audiencia. Según Pérez y Rodríguez (2020), “el engagement no se mide únicamente por el número de likes, sino también por la capacidad de la marca de generar diálogos y construir una comunidad activa”.

Por su parte, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) presentó el menor número de publicaciones (426) y likes (6,584) entre todas las universidades analizadas, con un nivel moderado de comentarios (1,617) y compartidos (1,805). Esto puede reflejar una menor prioridad en la gestión de redes sociales o la falta de recursos dedicados a la comunicación digital. Según Zambrano y Paredes (2018), “las instituciones educativas que no invierten en estrategias digitales tienden a mostrar un menor rendimiento en redes sociales, lo que puede afectar su visibilidad y reputación”.

Discusión

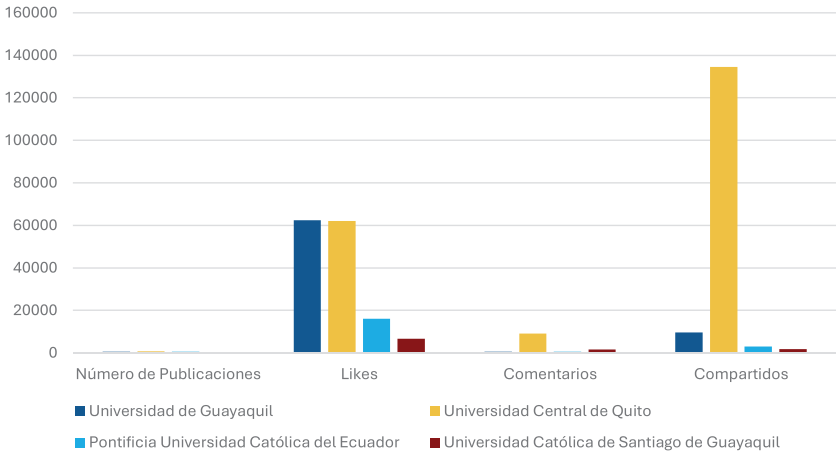
El análisis de los datos revela varias tendencias interesantes en la gestión de marca en redes sociales entre universidades públicas y privadas. En general, las universidades públicas, como la Universidad de

Guayaquil y la Universidad Central del Ecuador, tienden a publicar más contenido, pero no necesariamente logran el mismo nivel de interacción con su audiencia que las universidades privadas, como la PUCE y la UCSG. Sin embargo, la Universidad Central del Ecuador es una excepción notable, ya que, a pesar de su mayor número de publicaciones, logra una interacción significativamente superior, especialmente en términos de compartidos.

Una posible explicación para esta diferencia es el tipo de contenido que se publica. Según Navarro y Carrasco (2019), “el contenido que fomenta la participación suele estar relacionado con temas de interés social, eventos comunitarios y noticias relevantes para la audiencia”. Esto podría explicar por qué la Universidad Central del Ecuador tiene un mayor número de compartidos, ya que sus publicaciones pueden estar más alineadas con los intereses y preocupaciones de su comunidad.

En el caso de las universidades privadas, la PUCE y la UCSG parecen tener desafíos en cuanto a la interacción, aunque ambas instituciones logran mantener una presencia activa en redes sociales. Según Rojas y Fernández (2020), “las universidades privadas suelen enfocarse más en la promoción de eventos y actividades internas, lo que puede limitar la participación de una audiencia externa”. Esto sugiere que las universidades privadas podrían beneficiarse de una estrategia más inclusiva que involucre a una mayor variedad de públicos.

Figura 1. Interacciones en Redes Sociales de universidades (Enero-Junio 2024)



La figura 1, presenta datos sobre el rendimiento de las universidades en cuanto a likes, comentarios y compartidos durante el período de estudio. La comparación entre la gestión de marca de universidades públicas y privadas es crucial, dado que ambas cumplen roles significativos en la educación superior, pero presentan diferencias marcadas en su enfoque hacia la interacción con el público en redes sociales- Durante el periodo analizado, las universidades públicas realizaron 1214 publicaciones con un total de 124,561 likes y 144,081 compartidos, mientras que las universidades privadas realizaron 983 publicaciones con 22,715 likes y 4,800 compartidos (Tabla 2)..Esto muestra un contraste notable en la manera en que ambas tipologías de universidades manejan su presencia en redes sociales.

Indicador	Universidades Públicas	Universidades Privadas
Número de Publicaciones	1214	983
Likes	124561	22715
Comentarios	9609	2113
Compartidos	144081	4800

Tabla 2. Comparación de indicadores en redes sociales de universidades públicas y privadas (Enero-Junio 2024)

Los resultados obtenidos muestran que las universidades públicas tienden a publicar con mayor frecuencia y generar una mayor interacción, con 1214 publicaciones frente a las 983 de las universidades privadas. Asimismo, las universidades públicas generan más compartidos y likes, lo que podría estar relacionado con su enfoque en una audiencia más amplia y su impacto social. Las universidades privadas, en cambio, presentan una menor cantidad de publicaciones, pero sus comentarios sugieren una interacción más especializada.

TikTok, La nueva frontera de las redes sociales universitarias

Es interesante destacar el papel que desempeña TikTok en las estrategias de redes sociales de las universidades públicas y privadas. Durante el período de estudio, se observó que la Universidad de Guayaquil presenta una propuesta más fuerte en TikTok en comparación con las otras instituciones analizadas. Esta plataforma ha ganado popularidad entre los jóvenes, lo que la convierte en un canal clave para la promoción de la marca universitaria. Según Ruiz y López (2022), “TikTok se ha convertido en una plataforma esencial para captar la atención de

las generaciones más jóvenes, ya que permite la creación de contenido viral y entretenido”.

Sin embargo, a pesar de su éxito en TikTok, la Universidad de Guayaquil enfrenta desafíos en cuanto a la interacción en otras plataformas, como Facebook e Instagram, donde no logra el mismo nivel de compromiso con su audiencia. Por otro lado, la Universidad Central del Ecuador y la PUCE, aunque tienen una presencia más moderada en TikTok, logran una mayor interacción en Facebook e Instagram, plataformas que aún tienen un peso considerable en la comunicación institucional.

Conclusiones

En conclusión, el análisis comparativo de la gestión de marca en redes sociales entre las universidades públicas y privadas de Ecuador evidencia diferencias significativas tanto en la frecuencia de publicación como en la interacción con la audiencia. Las universidades públicas, como la Universidad de Guayaquil y la Universidad Central del Ecuador, se destacan por tener una mayor cantidad de publicaciones y un alto nivel de participación, especialmente en términos de compartidos y comentarios. Por otro lado, las universidades privadas, como la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, muestran un enfoque más moderado en la cantidad de contenido, aunque con un nivel de interacción algo más especializado.

Un aspecto clave que emergió de este estudio es la importancia de la coherencia visual en la gestión de marca de las universidades en redes sociales. La coherencia visual, entendida como el uso uniforme y estratégico de elementos gráficos como el logotipo, los colores institucionales y el estilo de las publicaciones, juega un papel fundamental en la construcción y consolidación de la identidad de marca. Según estudios recientes, las marcas que mantienen una coherencia visual en todas sus plataformas digitales generan una percepción de profesionalismo y solidez, lo que contribuye a fortalecer su presencia en la mente del público (Rodríguez & Luna, 2020). En este sentido, tanto las universidades públicas como privadas deben prestar atención no solo a la cantidad y calidad del contenido que publican, sino también a la manera en que presentan visualmente su marca.

En el caso de la Universidad de Guayaquil y la Universidad Central del Ecuador, la coherencia visual ha sido un factor importante en su estrategia de comunicación. Ambas instituciones han logrado mantener

un diseño uniforme en sus publicaciones, lo que refuerza su identidad institucional. Sin embargo, es importante destacar que la Universidad de Guayaquil, pese a tener un diseño visual coherente, podría mejorar su interacción con la audiencia, especialmente en cuanto a la respuesta a los comentarios y el fomento de diálogos más participativos. En este aspecto, la coherencia visual debe complementarse con una gestión activa de las interacciones para maximizar el impacto de la estrategia digital.

Por otro lado, las universidades privadas han implementado estrategias más personalizadas en su coherencia visual. La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, por ejemplo, ha logrado destacar en redes sociales mediante el uso de un estilo visual más elegante y sofisticado, lo cual refleja su enfoque en la calidad académica y los valores institucionales. No obstante, pese a la efectividad de su coherencia visual, se podría incrementar el nivel de interacción con los usuarios para optimizar el rendimiento de su estrategia de marca. En el caso de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, aunque mantiene una coherencia visual aceptable, se percibe una menor cantidad de publicaciones y una menor respuesta a los comentarios de los usuarios. Esto sugiere la necesidad de integrar la coherencia visual con un enfoque más proactivo en la interacción con la audiencia.

La coherencia visual no solo refuerza la identidad de marca, sino que también facilita el reconocimiento de las universidades por parte de sus distintos públicos. Un diseño gráfico consistente en todas las plataformas digitales asegura que los usuarios puedan identificar rápidamente a la institución, lo que aumenta la confianza y el compromiso con la marca. Según Zambrano y Torres (2019), “la coherencia visual en las redes sociales es crucial para generar un sentido de continuidad y pertenencia en los usuarios, lo que a su vez fomenta la lealtad a la marca”. En este contexto, las universidades deben asegurar que todos los elementos visuales, desde el logotipo hasta las tipografías y paletas de colores, se utilicen de manera coherente y alineada con los valores institucionales que desean proyectar.

Finalmente, este estudio sugiere que tanto las universidades públicas como privadas deben seguir trabajando en la mejora de su coherencia visual y su estrategia de interacción en redes sociales. Las plataformas digitales no solo permiten difundir información, sino que ofrecen una oportunidad para construir relaciones sólidas con la audiencia. Por ello, una gestión eficiente de la marca debe integrar tanto la coherencia visual como un enfoque dinámico en la interacción con el público. Solo

mediante la combinación de estos dos factores será posible maximizar el impacto de las estrategias de marketing digital de las universidades, logrando así una mayor visibilidad, reputación y compromiso de su comunidad.

Referencias

- Álvarez, J., & García, M. (2017). *Estrategias de comunicación en redes sociales para instituciones educativas*. Journal of Education and Social Sciences, 12(3), 45-56.
- García, P., & Morales, A. (2021). *La interacción en redes sociales y su impacto en la gestión de marca*. Revista Comunicación y Marketing, 22(4), 78-90.
- López, R., & Sánchez, D. (2019). *Frecuencia de publicación y engagement en redes sociales institucionales*. Journal of Digital Communication, 25(2), 34-48.
- Mendoza, L. (2018). *La importancia de la interacción en redes sociales para la gestión de marca*. Revista de Comunicación y Marketing, 22(4), 78-90.
- Navarro, P., & Carrasco, S. (2019). *Estrategias digitales en la educación superior: Un análisis comparativo*. Education and Technology Journal, 15(2), 56-68.
- Pérez, M., & Rodríguez, N. (2020). *El engagement en redes sociales y la construcción de comunidad*. International Journal of Media Studies, 30(2), 55-67.
- Rodríguez, P., & Luna, F. (2020). *Redes sociales y la construcción de la identidad de marca universitaria*. Communication Research Journal, 16(1), 28-40.
- Rojas, H., & Fernández, L. (2020). *La gestión de marca en universidades privadas: Oportunidades y desafíos*. Digital Marketing Review, 18(3), 64-75.
- Ruiz, A., & López, J. (2022). *TikTok como herramienta de marketing digital en la educación superior*. Journal of Digital Communication, 29(4), 88-99.
- Zambrano, M., & Paredes, S. (2018). *Inversión en redes sociales para instituciones educativas: Impacto y beneficios*. Digital Strategy Journal, 22(3), 102-117.
- González, L., & Ramírez, J. (2017). *El branding educativo en redes sociales: Estrategias para la diferenciación universitaria*. Journal of Educational Marketing, 8(3), 45-63.

- López, M., & Martínez, G. (2021). *Estrategias de redes sociales para instituciones educativas: Calidad versus cantidad*. Digital Education Review, 15(1), 33-49.
- Pérez, C., & Martínez, R. (2018). *El impacto de las redes sociales en la comunicación universitaria: Un enfoque práctico*. Revista de Comunicación Educativa, 20(2), 70-85.
- Ramírez, P., & Flores, A. (2016). *Marketing digital en universidades: La importancia de las redes sociales para la captación de estudiantes*. Journal of Digital Education, 12(1), 14-28.
- Rodríguez, P., & García, M. (2020). *Comparativa de estrategias de comunicación en universidades públicas y privadas*. Revista de Comunicación Digital, 27(4), 65-78.
- Zambrano, R., & Torres, L. (2019). *La evolución de las estrategias digitales en universidades: Un análisis desde la perspectiva del marketing educativo*. Education and Technology Journal, 17(3), 88-101.

Emprendimientos turísticos y su aporte al crecimiento económico de la ciudad de Manta

Tourism entrepreneurship and their contribution to the economic growth of the city of Manta

Carmen Auxiliadora Lucas Mantuano¹

Resumen

El artículo que se presenta a continuación titulado “Emprendimiento Turístico y su aporte al Crecimiento Económico de la ciudad de Manta”, es una investigación que tiene como objetivo analizar cómo los emprendimientos turísticos aportan al desarrollo económico de la ciudad. Conociendo que el turismo ha emergido como una de las industrias más dinámicas y de mayor crecimiento en el mundo, generando oportunidades signifi-

Abstract

The article presented below titled “Tourism Entrepreneurship and its contribution to the Economic Growth of the city of Manta”, is a research that aims to analyze how tourism entrepreneurship contribute to the economic development of the city. Knowing that tourism has emerged as one of the most dynamic and fastest growing industries in the world, generating significant opportunities for the economic

¹ Docente investigador, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,, Manta – Ecuador
(carmen.lucas@uleam.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0002-4287-2902>)

Recibido: 2024-11-04 | Aceptado: 2024-12-14 | Publicado: 2024-12-30

DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2.1876>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



cativas para el desarrollo económico de diversas regiones, en donde la ciudad de Manta se destaca por su potencial turístico, gracias a sus playas, su rica cultura y su gastronomía. El enfoque metodológico utilizado fue el cuantitativo y cualitativo, ofreciendo una visión integral sobre la situación actual del turismo en Manta. Como resultado de la investigación se obtuvo que el sector turístico mantiene importantes ingresos en los negocios de la ciudad. Al finalizar el trabajo se concluye que es muy significativo el aporte de los emprendimientos turísticos al crecimiento económico de la ciudad de Manta.

Palabras clave: emprendimiento, turismo, economía, desarrollo.

development of various regions, where the city of Manta stands out for its tourism potential, thanks to its beaches, its rich culture and its gastronomy. The methodological approach used was quantitative and qualitative, offering a comprehensive vision of the current tourism situation in Manta. As a result of the research, it was obtained that the tourism sector maintains important income in the city's businesses. At the end of the work it is concluded that the contribution of tourism entrepreneurship to the economic growth of the city of Manta is very significant.

Keywords: entrepreneurship, tourism, economy, development.

Introducción

El turismo se ha convertido en una de las industrias más dinámicas y de más rápido crecimiento en el mundo, lo que brinda importantes oportunidades para el desarrollo económico de diversas regiones. En este contexto, la ciudad de Manta, ubicada en la costa de Ecuador, destaca por su potencial turístico gracias a sus playas, rica cultura y gastronomía. A medida que Manta se posiciona como un destino atractivo para los turistas locales e internacionales, el negocio turístico ha proliferado, desde alojamiento y restaurantes hasta entretenimiento y actividades culturales.

Estos emprendimientos no solo enriquecen la oferta turística de la ciudad, sino que también juegan un papel crucial en el fortalecimiento de la economía local. Al generar empleo, promover la inversión y fomentar la sostenibilidad, contribuyen a la diversificación económica y al bienestar de la comunidad. Sin embargo, para maximizar su impacto positivo, es fundamental comprender las dinámicas que rigen estos negocios y su relación con el crecimiento económico de Manta.

Desarrollo

Turismo

Mullo et al. (2019) destacan que el turismo se ha convertido en un motor clave de la economía global, adaptándose a las exigencias de los consumidores y los avances tecnológicos. En el contexto ecuatoriano, el turismo comunitario se presenta como una alternativa valiosa para el desarrollo socioeconómico, especialmente en zonas rurales. Esta modalidad promueve actividades como el ecoturismo y la recreación, las cuales no solo generan ingresos, sino que también valoran y preservan el patrimonio cultural y natural del país, fortaleciendo el vínculo entre los visitantes y las comunidades locales.

Además, los autores enfatizan que el turismo comunitario ofrece experiencias significativas, que van desde la práctica de habilidades locales hasta la inmersión en costumbres tradicionales. Estas interacciones enriquecen la oferta turística y refuerzan la identidad cultural de las comunidades, permitiendo a los residentes compartir su historia y cultura con los turistas (Mullo et al., 2019).

Por otro lado, Loor et al. (2020) analizan el impacto negativo que la pandemia de COVID-19 ha tenido en el sector turístico de Ecuador,

revelando consecuencias económicas y sociales adversas. En respuesta, sugieren que el gobierno implemente estrategias que promuevan un turismo consciente y sostenible, adaptándose a las nuevas expectativas de los turistas en el contexto postpandemia, donde la salud y la seguridad son prioridades.

Asimismo, subrayan que el turismo comunitario debe considerarse un componente integral del desarrollo nacional. Argumentan que es crucial analizarlo en relación con los problemas estructurales del país y no únicamente como una fuente de ingresos, promoviendo así un enfoque inclusivo y sostenible que beneficie tanto a las comunidades como al entorno natural (Loor et al., 2020)

Emprendimiento

El emprendimiento ha emergido como un pilar fundamental para el desarrollo económico y social en Ecuador. Según Vargas et al. (2020), esta actividad no solo fortalece el tejido empresarial de las comunidades, sino que también mejora la calidad de vida de sus habitantes. Utilizando una metodología descriptiva y un enfoque cuantitativo, estos autores presentan un análisis estadístico que resalta la relevancia del emprendimiento en el contexto social y económico del Ecuador, siendo un país con una tasa de actividad emprendedora alta entre los países de la región con un 29,62% en el año 2017.

Salgado (2023) destaca que el emprendimiento se ha vuelto una característica distintiva de la población ecuatoriana, especialmente en respuesta a problemas económicos y desempleo. Resalta la necesidad de reanalizar este fenómeno debido al impacto de factores externos, como la pandemia de COVID-19. La inestabilidad política y decisiones erróneas han llevado a muchas personas a crear nuevos negocios o emigrar en busca de mejores oportunidades. Además, enfatiza la importancia de estudiar la duración de los emprendimientos y las razones detrás de su cierre para prevenir futuros fracasos en este ámbito.

Chávez et al. (2017) identifican dos motivos clave para el surgimiento de emprendimientos: la búsqueda de oportunidades de mercado y el emprendimiento por necesidad. Este último se origina en situaciones adversas y refleja la búsqueda de alternativas para mejorar la calidad de vida. Comprender estos aspectos es esencial para analizar cómo y por qué los emprendedores ecuatorianos son impulsados a iniciar negocios en contextos difíciles.

Por último, Useche et al. (2021) analizan el impacto de la pande-

mia en los emprendimientos ecuatorianos, que se vieron obligados a abandonar de manera abrupta el modelo tradicional presencial. Ante esta nueva realidad, los emprendedores adoptaron tecnologías de innovación y comunicación con escasa preparación, lo que propició una transición hacia modelos de negocio a distancia. Los autores concluyen que es necesario un cambio profundo hacia la digitalización y la alfabetización digital. Este proceso requiere un esfuerzo conjunto entre todos los actores económicos y gubernamentales para lograr un desarrollo sostenible que beneficie tanto a los emprendimientos como a la economía nacional.

Emprendimiento turístico

Según Polanco et al. (2020), el emprendimiento se distingue por su enfoque innovador en productos y servicios, lo que busca satisfacer y superar las expectativas de los consumidores. Esta actividad depende de la capacidad del emprendedor para convertir sus ideas en acciones concretas, tomando decisiones basadas en las necesidades del mercado y en la identificación de oportunidades. En este contexto, los emprendimientos turísticos emergen como respuestas a las necesidades de los habitantes locales, enfocándose en la planificación y gestión de negocios que atienden a turistas tanto nacionales como extranjeros.

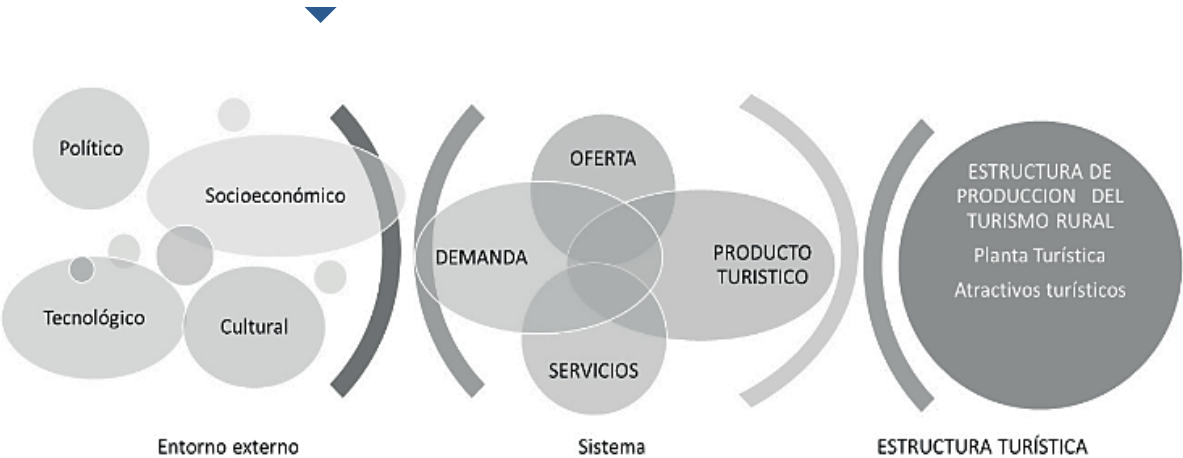
García Yolanda & García Evelyn (2021) subrayan la relevancia de los emprendimientos turísticos en su conexión con el entorno regional. Estos proyectos nacen de la necesidad de satisfacer a los turistas y su impacto puede ser tanto positivo como negativo en el ámbito físico, social y económico. En este sentido, el turismo sostenible se convierte en un concepto clave, ya que busca reducir el impacto ambiental y cultural de las actividades turísticas. Aunque existen debates sobre las repercusiones del turismo en el medio ambiente, se reconoce que sigue siendo una opción de crecimiento viable para los gobiernos, especialmente en áreas menos desarrolladas.

Mientras que Quispe et al. (2024) aborda los desafíos del turismo rural, destacando que estos emprendimientos deben ser rentables y responsables desde el punto de vista ambiental, al tiempo que ofrecen servicios de calidad. La promoción de iniciativas turísticas en áreas rurales se fundamenta en la utilización de recursos locales y en el apoyo tanto de empresas privadas como de iniciativas públicas. Estos emprendimientos son esenciales para crear y mantener unidades productivas, gestionar el patrimonio cultural y conservar los recursos naturales, con-

tribuyendo así al desarrollo territorial. A su vez, generan ingresos económicos, crean empleo y fomentan el intercambio de conocimientos, lo que ayuda a reducir la migración del campo a la ciudad.

En conjunto, estas perspectivas resaltan que el emprendimiento turístico, tanto en áreas urbanas como rurales, actúa no solo como un motor de crecimiento económico, sino también como un elemento crucial en la sostenibilidad y el desarrollo social. La colaboración entre emprendedores, comunidades y gobiernos es fundamental para maximizar los beneficios y minimizar los impactos negativos asociados con el turismo (Quispe et al., 2024).

Figura 1. Sistema Turístico Rural



Fuente: (Quispe, 2024)

Emprendimiento turístico en Ecuador

Ecuador, con su rica diversidad turística que abarca desde la Amazonía hasta su patrimonio arqueológico, ha logrado consolidarse como un destino atractivo para un mercado turístico cada vez más inclinado hacia experiencias únicas y diversificadas.

Según Palomeque (2018), el país ha desarrollado un plan estratégico de turismo sostenible hasta 2020, apoyado tanto por el gobierno como por instituciones públicas y privadas. Este enfoque se centra en la diversificación y comercialización de productos turísticos que aprovechen la herencia cultural y natural del país, buscando al mismo tiempo

impulsar el crecimiento económico, preservar la identidad cultural y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.

El potencial turístico de Ecuador se encuentra todavía en una fase de exploración de oportunidades, por lo que la organización y comercialización de sus atractivos se han convertido en temas prioritarios en las políticas gubernamentales para promover el desarrollo regional. Este enfoque permite al país capitalizar su patrimonio natural y cultural como motor de progreso económico, beneficiando a la comunidad al tiempo que se asegura un desarrollo sostenible que equilibre los intereses económicos y sociales (Palomeque, 2018).

Polanco et al. (2020) destacan que el emprendimiento ha surgido como un pilar importante en la economía ecuatoriana, y aunque el índice de actividad emprendedora temprana (TEA) alcanzó el 29,62% en 2009, muchos emprendimientos enfrentan problemas de sostenibilidad a largo plazo, ya que suelen nacer de necesidades inmediatas o de oportunidades temporales. En particular, el sector turístico en Ecuador ha mostrado crecimiento, con áreas como Mindo, un destino clave que, debido a su biodiversidad y recursos naturales, ha captado un importante flujo de visitantes. Sin embargo, los emprendimientos turísticos en esta región y otras enfrentan retos significativos que afectan su viabilidad.

El caso de Mindo, que en 2018 atrajo a más de 2 millones de turistas, destaca la importancia del turismo como motor económico en Ecuador, siendo una actividad que fomenta tanto el empleo como la conservación ambiental. Con políticas orientadas a potenciar productos turísticos específicos, como el aviturismo y la observación de flora y fauna, el gobierno ecuatoriano busca fortalecer la economía local y promover un turismo consciente y sostenible que responda a las expectativas de los viajeros y al desarrollo de las comunidades (Polanco et al., 2020).

Emprendimiento turístico en Manta

Cevallos & Anchundia (2018) subrayan que este crecimiento ha fomentado la expansión de servicios turísticos en el área, reflejada en el incremento de establecimientos dedicados a esta actividad. Según el catastro turístico de la Dirección Municipal de Turismo, Manta contaba con 495 establecimientos durante el año 2018. La oferta turística se complementa con una activa vida nocturna en sitios como la "Zona Rosa" de la Avenida Flavio Reyes y Plaza del Sol en la Avenida Barbasquillo, donde existen aproximadamente 68 centros de entretenimiento nocturno.

En términos de emprendimiento, destacan el papel crucial del turismo de cruceros, potenciado por la ubicación estratégica de Manta y su puerto marítimo. Antes de la pandemia, este tipo de turismo generaba un promedio de \$200,000 en ingresos diarios con la llegada de aproximadamente 260,000 visitantes anuales. Sin embargo, la crisis de la COVID-19 afectó significativamente estos ingresos, resaltando la importancia de una reactivación sostenida del sector. Además, Manta se posiciona como destino turístico no solo por sus playas, sino también por su oferta en alojamiento, alimentos y bebidas, lo cual ha favorecido el empleo y el comercio local, ampliando las oportunidades para emprendedores en el sector turístico (Valgas & Mendoza, 2023).

Por otro lado, Valgas & Mendoza (2023) advierten que, a pesar del crecimiento, existen desafíos ambientales que afectan la sostenibilidad del emprendimiento turístico en la región como la tala de madera y la extracción de vegetación para uso decorativo ponen en riesgo los recursos naturales. En este contexto, promover el turismo sostenible resulta esencial para asegurar el futuro de esta actividad en el cantón, que sigue siendo un pilar económico fundamental para Manta.

Asimismo, Loo et al. (2020) señalan que la recuperación del turismo en Manta, especialmente después del terremoto del 16 de abril de 2016, ha dependido en gran medida de la implementación de planes estratégicos. Estos planes, alineados con teorías de crecimiento económico como las propuestas por Bell, destacan que el progreso económico en Manta y Ecuador en general requiere de políticas estatales robustas que impulsen el desarrollo y el bienestar social. Esta recuperación es crucial para revitalizar el sector turístico y, por ende, el crecimiento económico en la provincia de Manabí, y exige esfuerzos continuos y coordinados entre el gobierno y los emprendedores locales.

Desarrollo económico

(Cooper et al., 2005) indica que el turismo actúa como un vehículo de cambio en el desarrollo económico, facilitando la inversión en infraestructuras y la organización de la producción agrícola. Este sector puede inyectar una demanda adicional, estimulando el crecimiento de la oferta y la demanda en la economía. A pesar de las preocupaciones sobre la dependencia de turoperadores y proveedores extranjeros, el turismo se afirma como un motor clave del desarrollo económico en el siglo XXI, al conectar con otras industrias y contribuir al crecimiento equilibrado o desequilibrado de las economías.

Rostow identifica cinco etapas de desarrollo económico:

1. La sociedad tradicional preindustrial.
2. Las condiciones previas para el despegue económico.
3. El despegue económico.
4. El impulso hacia la madurez.
5. La era del consumo masivo.

Este proceso gradual requiere una infraestructura adecuada y una inversión significativa para superar la inercia económica inicial. La migración de áreas rurales a urbanas y la aparición de una mano de obra más cualificada son factores que también influyen en el desarrollo del turismo, mejorando la oferta de servicios y productos turísticos. Además, la teoría de la dependencia sostiene que la capacidad de un mercado para lograr un desarrollo autónomo está condicionada por su dependencia de países capitalistas, lo que implica que, a mayor dependencia, menor será la capacidad para alcanzar un desarrollo económico sostenible (págs. 363-365).

Márquez et al. (2019) definen el desarrollo humano como la adquisición de habilidades que permiten a las personas enfrentarse a su entorno, siendo el alimento y el refugio condiciones básicas para este proceso. Este concepto, relacionado con la evolución, se basa en las teorías de Lamarck, Lyell y Darwin, quienes lo consideran un fenómeno natural y continuo.

En el ámbito económico, el desarrollo se expresa en tres dimensiones: el aumento de la eficacia del sistema de producción, la satisfacción de las necesidades básicas de la población y la influencia de grupos dominantes que compiten por recursos. Economistas como Nurske, Lewis, Baran y Rosenstein sostienen que la acumulación de capital, la expansión del sector industrial y la inversión en capital físico son fundamentales para lograr un crecimiento sostenido del producto industrial bruto, lo que a su vez impulsa el desarrollo económico (Márquez et al., 2019).

Turismo y desarrollo económico

Orgaz y Moral (2016) resaltan que el turismo fronterizo trasciende la proximidad geográfica, involucrando una interacción constante entre diversos actores, lo que fomenta prácticas compartidas entre turistas y anfitriones. En este contexto, el turismo se presenta como un motor de crecimiento en los países en vías de desarrollo, siendo una fuente

importante de divisas y empleo, lo que favorece el desarrollo endógeno y la economía local.

Mullo et al. (2019) argumentan que el turismo comunitario en Ecuador se ha consolidado como una alternativa que estimula el desarrollo económico y resalta el valor de los recursos naturales y culturales. Este enfoque permite a las comunidades rurales beneficiarse directamente y promueve una economía colaborativa que mejora la infraestructura y servicios básicos, diversificando las fuentes de ingreso y disminuyendo la dependencia de actividades económicas tradicionales.

Lloor et al. (2020) indican que el turismo, como fenómeno socioeconómico, actúa como un motor clave para el crecimiento cultural y económico. Un desarrollo turístico sostenible puede incrementar la renta per cápita, mejorar el nivel cultural y generar empleos directos e indirectos. La Organización Mundial del Turismo enfatiza la importancia de mantener la integridad ambiental, social y económica, promoviendo una corresponsabilidad entre los gobiernos y las comunidades para implementar prácticas responsables que benefician la calidad de vida.

Arroyo et al. (2017) destacan que, en Ecuador, el turismo se ha establecido como una alternativa económica significativa, generando aproximadamente 296,9 millones de dólares y situándose como la quinta actividad productiva del país. Este desarrollo ha permitido diversificar las modalidades turísticas, con el turismo cultural representando el 73,8% de las visitas. Esta realidad ha motivado a diferentes actores a fomentar un turismo sostenible que beneficie a las comunidades locales y conserve la riqueza natural (pág. 380).

López (2020) subraya que la transición hacia el turismo sostenible en Ecuador implica un compromiso con la conservación del patrimonio natural y cultural, así como el desarrollo socioeconómico local. Aunque se han logrado avances, el aumento de la demanda turística plantea desafíos, como la presión sobre los recursos y la infraestructura. Se considera esencial implementar estrategias de mitigación y colaborar entre gobiernos, empresas y comunidades para construir un futuro turístico que sea positivo y equitativo.

Metodología:

En la presente investigación se realizó una búsqueda en documentos acerca del emprendimiento turístico y crecimiento económico. La metodología tuvo enfoque cualitativo y cuantitativo. Según Hernández

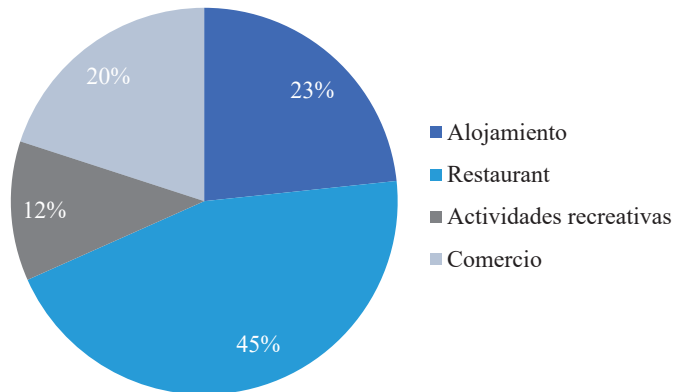
et al (2018) el enfoque cuantitativo es importante para recolectar y analizar datos numéricos y así describir y explicar fenómenos y el cualitativo busca comprender de manera profunda un fenómeno de forma natural.

Se realizaron encuestas a emprendedores turísticos, tomando un total de 50 personas relacionadas al sector; según diario el Universo (2024) en el año 2023 la ciudad de Manta registró 450 negocios vinculados al turismo. Para el análisis de datos se utilizó software estadístico como SPSS y Excel, de tal manera se presentaron los hallazgos sobre la contribución económica de los emprendimientos turísticos.

Resultados y discusión

En cuanto al tipo de emprendimiento de las personas encuestadas en la ciudad de Manta (Figura 2), un 45% de los encuestados respondió que los negocios relacionados al turismo son dedicados a restaurante, esto se da por motivo de que la gastronomía manabita y mantenerse es conocida a nivel nacional e internacional. El negocio hotelero con un porcentaje del 23% continúa entre los mayores emprendimientos turísticos de la ciudad, siendo Manta uno de los destinos turísticos preferidos por turistas en épocas de feriados o para pasar fines de semana en familia, Comercio y actividades recreativas son dos de los emprendimientos también destacados y solicitados por los turistas que llegan a la ciudad

Figura 2. Tipo de emprendimiento turístico en Manta



Fuente: Encuesta

Se realizó una pregunta para saber cuantos empleados tienen en sus negocios, los resultados se presentan en Figura 3.

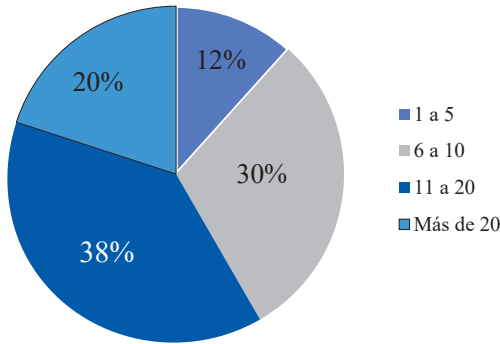


Figura 3. Empleados en los negocios turísticos de Manta

Fuente: Encuesta

De los 60 usuarios encuestados el 38% respondió que sus negocios tienen entre 11 a 20 empleados, también se destacan los negocios con 6 a 10 empleados con un 30%; además de los emprendimientos turísticos con más de 20 empleados que son un 12%, lo que destaca al sector turístico como uno de los mayores generadores de empleos en la ciudad de Manta.

La encuesta realizada dio a conocer el ingreso promedio mensual de los emprendimientos dedicados al turismo en la ciudad de Manta, Figura 4.

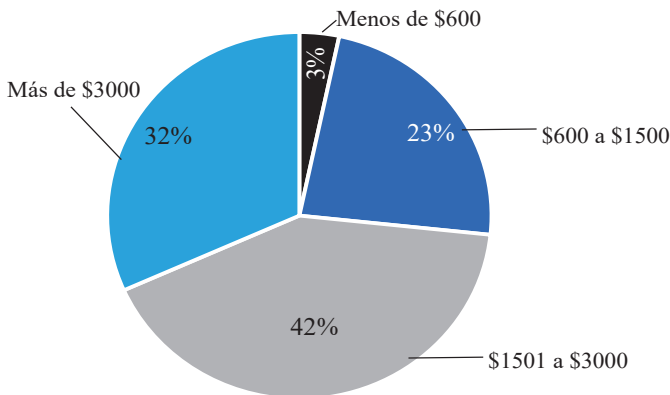


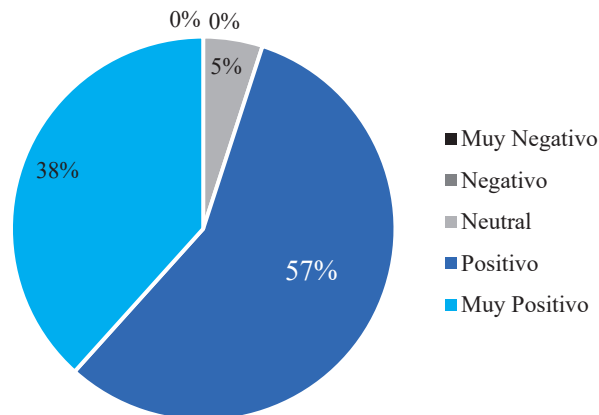
Figura 4. Ingreso promedio mensual de su emprendimiento

Fuente: Encuesta

Son muy importantes los ingresos que genera el sector turístico en los negocios, donde los encuestados respondieron que más del 42% tienen ingresos mensuales promedio entre \$1501 a \$3000, y un porcentaje considerable representado por el 32% indicaron que los ingresos promedio mensuales son de más de \$3000; un mínimo porcentaje señaló que sus negocios generan menos de \$600 mensuales.

En la Figura 5, los usuarios respondieron acerca de como calificarían el crecimiento del turismo en Manta en los últimos años. El 57% de empresarios encuestados indican que el crecimiento del turismo de Manta ha sido positivo, mientras que el 38% indicaron que es muy positivo, señalan que pese a la pandemia producida por el Covid 19 han tenido una constante recuperación.

Figura 5. Crecimiento del turismo en Manta en los últimos años



Fuente: Encuesta

Conclusiones

El sector turístico ha tenido un crecimiento positivo en los últimos años; además, ha permitido que negocios como el de restaurantes, hospedaje, servicios de transporte y las actividades recreativas, se desarrollen y generen nuevas fuentes de ingresos.

Los emprendimientos turísticos han contribuido significativamente a la generación de empleo en la ciudad de Manta, donde el 38% de los negocios aportan con una cantidad de empleo de entre 11 a 20 trabajadores, lo que favorece a la reducción del desempleo y el aumento del ingreso per cápita de los habitantes.

Los emprendimientos turísticos en la ciudad de Manta han demostrado ser un motor importante para el crecimiento económico, generando empleo, diversificando la economía y aportando importantes ingresos para la ciudad.

Referencias

- Arroyo, L. B. (2017). *¿Esta aggotado el periodo petrolero en Ecuador?* Quito: La tierra. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/317267707_Los_retos_del_turismo_sostenible_en_la_Amazonia_ecuatoriana_Entre_politicas_publicas_y_practicas_territoriales
- Cevallos, L. &. (Diciembre de 2018). Propuesta de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Ciudad de Manta con Fines de Divulgación Educativo. *Revista EDUCARE*, 22(2), 45-73. doi:<http://dx.doi.org/10.46498/reduipb.v22i2.31>
- Chávez, K. T. (2017). *El Emprendimiento en Ecuador. Visión y Perspectivas*. Samborondón, Ecuador. Obtenido de <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>
- Cooper, C. F. (2005). *El turismo y teoría y práctica* (Tercera ed.). Madrid : Síntesis S.A. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/413037265/El-Turismo-Teoria-y-Practica-Chris-Cooper>
- García, Y. &. (28 de Noviembre de 2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6). doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1346
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación*. México DF: McGraw-Hill. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Loor, L. M. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(1), 265-275. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf>
- Loor, T. V. (27 de Abril de 2020). Los atractivos turísticos de Manta y su incidencia en el desarrollo económico de las parroquias urbanas y rurales. *Revista Científica Ciencias económicas y empresariales*, 5(18), 42-77. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i18.200>
- Márquez, L. C. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*

- (Ve), 26(1), 233-253. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063104020/html/>
- Mullo, E. V. (Febrero de 2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 11(2), 178-183. Obtenido de http://www.scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178
- Orgaz, F. &. (18 de Mayo de 2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008
- Palomeque, J. R. (Febrero de 2018). La creatividad como potenciador del emprendimiento turístico en el Ecuador. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 10(2), 165-170. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-165.pdf>
- Polanco, D. A. (18 de Diciembre de 2019). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. *Revista Siembra*, 7(1), 61-69. doi:<https://doi.org/10.29166/siembra.v7i1.1714>
- Quispe, G. J. (14 de Febrero de 2024). El emprendimiento turístico rural y sus tendencias a través de un análisis bibliométrico. (53), 69-93. doi:<https://doi.org/10.6018/turismo.616391>
- Salgado. (Agosto de 2023). El Emprendimiento en el Ecuador. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2). doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.923>
- Universon. (2024). *Manta y la lucha por mantener el turismo: la ciudad ha perdido 237 negocios turísticos en los últimos tres años*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/manta-ha-perdido-237-negocios-turisticos-en-los-ultimos-tres-anos-nota/>
- Useche, M. P. (Octubre de 2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 272-286. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>
- Valgas & Mendoza. (Julio de 2023). *Repositorio de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López*. Obtenido de https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2145/1/TIC_T28D.pdf
- Vargas, P. Z. (1 de Octubre de 2020). Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador. *Polo del conocimiento*, 5(50), 243-258. doi:[10.23857/pc.v5i10.1802](https://doi.org/10.23857/pc.v5i10.1802)



Ensayo

«El periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad».

Gabriel García Márquez

La acción comunicativa y el periodismo en tiempos difíciles

Communicative action and journalism in difficult times

Willington Paredes Ramírez¹

Resumen

El presente ensayo tiene como objetivo determinar la acción comunicativa del periodismo ecuatoriano de investigación, enmarcado en una serie de acontecimientos socioculturales e ideológicos que realizan determinados y concretos actores sociales, los que gravitan e influyen directamente en diferentes sectores sociales. En el contexto histórico se identifican un conjunto de intereses económicos, sociales, políticos e ideoló-

Abstract

The purpose of this essay is to determine the communicative action of Ecuadorian investigative journalism, framed in a series of sociocultural and ideological events carried out by certain and concrete social actors, which directly gravitate and influence different social sectors. In the historical context, a set of economic, social, political and ideological interests, individual and collective, are identified, which directly and indirectly influence

¹ Investigador Independiente, Historiador, Ex Jefe de Investigación ex asesor académico del Archivo Histórico del Guayas, Ecuador. Ex- Profesor de; Escuela Superior Politécnica del Litoral, Universidad Católica de Guayaquil, Universidad de Guayaquil. Columnista de Diario Expreso (wp_economia@hotmail.com)

Recibido: 2024-10-08 | Aceptado: 2024-11-24 | Publicado: 2024-12-29

DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2.1871>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



gicos, individuales y colectivos, que influyen de manera directa e indirecta en la labor del periodista, comprometido con una acción comunicativa libre, analítica, crítica y relativamente independiente, que busca, por todos los medios, ejercer su profesión sin estos obstáculos y bloqueos. Se presenta una breve sinopsis histórica de los más sonados casos de corrupción, que la acuciosidad del periodismo y la prensa de investigación, puso a la luz pública en el Ecuador entre 1960 y 2020. Entre las principales conclusiones se puede establecer que el periodismo de investigación, como acción comunicativa, que se hace real y efectiva tarea en el trabajo de los periodistas, no es otra cosa que una forma de acción. Un modo especializado, de mucha responsabilidad y compromiso cívico, ético, y también ideológico-político, de “audacia y atrevimiento” de quienes buscan la verdad para la sociedad. Por eso en la acción comunicativa del periodismo, especialmente cuando es crítico, analítico y objetivo, siempre tendrá riesgos.

Palabras clave: acción comunicativa, periodismo de investigación, corrupción, libertad de expresión, medios de comunicación

the work of the journalist, committed to a free, analytical, critical and relatively independent communicative action, who seeks, by all means, to exercise his profession without these obstacles and blockages. A brief historical synopsis is presented of the most notorious cases of corruption, which the diligence of journalism and the investigative press brought to light in Ecuador between 1960 and 2020. Among the main conclusions, it can be established that investigative journalism, as a communicative action, which becomes a real and effective task in the work of journalists, is nothing other than a form of action. A specialized method, with a lot of responsibility and civic, ethical, and also ideological-political commitment, of “audacity and daring” of those who seek the truth for society. That is why in the communicative action of journalism, especially when it is critical, analytical and objective, there will always be risks.

Keywords: communicative action, investigative journalism, corruption, freedom of expression, media.

Introducción

El periodismo, desde ayer hasta hoy, debemos comprenderlo, definirlo y asumirlo socialmente como una acción comunicativa de una comunidad determinada. Implica aspectos socioculturales e ideológicos que realizan determinados y concretos actores sociales, y en los que gravitan e influyen directamente diferentes sectores sociales. Estos siempre expresarán intereses convergentes, pero también opuestos y hasta contradictorios. Además, no siempre esta realidad es transparente y visible, especialmente cuando hay interés en ocultar intenciones y objetivos. Esto sucede porque en toda acción comunicativa, social e individual de periódicos, revistas y periodistas, lo que inmediatamente se percibe es lo siguiente:

1. Una realidad, como totalidad compleja de aspectos socioeconómicos, políticos, ideológicos, culturales, etc. en la cual siempre se dan todas y cada una de las acciones comunicativas (a esto se llama contexto histórico-social).
2. El periodista, como actor social y agente de comunicación, que asume como profesión la acción comunicativa de manera individual. Pero en ella siempre gravitan e influyen costumbres, tradiciones e intereses ideológicos y culturales.
3. El hecho concreto que el periodista reseña, cuenta y relata en su crónica, artículo, informe, etc. que lo dirige a la sociedad. Es decir, el periodista es un actor y representante de la sociedad. Por ello tiene un encargo que ella le otorga: develar las realidades visibles y las que determinados intereses ocultan.

Estos son tres elementos visibles, relacionados y articulados en una síntesis compleja. Sin embargo, en el contexto histórico siempre hay un conjunto de intereses económicos, sociales, políticos e ideológicos, individuales y colectivos, que influyen de manera directa e indirecta en ese contexto. Su influencia se da, básicamente, en el tipo de percepción-representación que esos intereses quieren que el periodista tenga y asuma sobre el hecho que él relata.

Otro aspecto que está oculto y hasta invisible, incluso en la sombra, son las influencias ideológicas y culturales. Pero también influyen mucho las influencias teóricas e ideológicas de la escuela o facultad de periodismo en la que se han formado determinados actores de la acción comunicativa. Por eso el padre del periodismo crítico moderno, Kapus-

cinski (1994), dice que ningún relato es neutro.

Recordar este presupuesto del máximo exponente del periodismo es importante para el ejercicio correcto y adecuado de la profesión periodística. También influyen los intereses socioeconómicos y políticos que gravitan sobre él, el diario, la revista, el medio de comunicación y el tipo de acción periodística que tiene como postulado esa institución.

Otros autores señalan también que es importante no olvidar que influyen los intereses de la empresa periodística. Es decir, los intereses concretos y determinados de los propietarios de los medios de comunicación. Lo dicen porque sostienen que quienes son dueños de los medios de comunicación inciden, de manera indirecta, en la acción comunicativa del profesional del periodismo.

Por eso el filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas en su investigación sobre la “Teoría de la acción comunicativa”, refiere que siempre en la acción comunicativa, de manera individual o colectiva, hay concretos y determinados contextos que el comunicador no puede eludir. Para ello requiere un “grado de racionalidad comunicativa amplia” (Habermas, 1992). Esto significa que, en distintos tiempos y circunstancias, siempre inciden en esta actividad cuanto en la profesión. Claro que esto se da desde distintas perspectivas. Pues, generalmente, hay una parte para favorecerlo e impulsarlo, para desarrollarlo y proyectarlo. Otra, para obstruirlo, bloquearlo, reprimirlo y perseguirlo.

Esto no es nuevo ni actual, en distintos tiempos y circunstancias, se ha dado a lo largo del desarrollo humano y social. La historia mundial de los países da cuenta de estos múltiples aspectos que en la acción comunicativa confluyen e influyen. En la historia del periodismo se registran hechos, procesos y eventos en los cuales se expresa esto, en las diferentes crónicas y relatos del periodismo.

Además, es necesario señalar que esto se expresa de manera más directa cuando las circunstancias socioeconómicas, culturales y especialmente ideológicas-políticas hacen difícil que la acción comunicativa pueda ser libre, voluntaria, analítica-crítica, y relativamente independiente. En ese momento es cuando esos intereses, factores y sectores crean diferentes tipos de dificultades-obstáculos-bloqueos para el ejercicio profesional del periodismo. Esto sucede cuando la libertad de prensa, de pensamiento y de comunicación se hace oscura, opaca y difícil (especialmente en regímenes autoritarios, dictaduras, etc.)

Sin embargo, el periodista que está comprometido con una acción comunicativa libre, analítica, crítica y relativamente independiente busca, por todos los medios, ejercer su profesión sin estos obstáculos

y bloqueos. Esto pertenece al ámbito de los periodistas que asumen la tarea de descubrir, develar y rebelar todo el conjunto de hechos y procesos que están detrás de cualquier evento que, desde el periodismo se busca y pretende comunicarlos con libertad y autonomía.

En esa historia social del periodismo y de la acción comunicativa, en diferentes tiempos, circunstancias, países y sociedades, no son pocos los periódicos y periodistas que, en diferentes momentos de la historia social, han sido perseguidos reprimidos, apresados y asesinados. Estos hechos y procesos generalmente no aparecen en las historias del periodismo.

Se conoce generalmente que siempre el periodismo será una acción comunicativa de develamiento y revelación de la verdad sobre diversos hechos, fenómenos y procesos. Pero también, en las circunstancias reseñadas antes, especialmente en regímenes despóticos, autoritarios y dictatoriales, los periodistas corren riesgos (Sosa, 2022). Sin embargo, ellos lo asumen sabiendo que su compromiso es con la verdad, profesión y la necesidad de reseñar objetivamente un hecho, evento y proceso que la sociedad debe conocer.

Por eso en la acción comunicativa del periodismo, especialmente cuando es crítico, analítico y objetivo, siempre tendrá riesgos. Especialmente para quienes la asumen como una actividad social y como un compromiso profesional, de libertad y de búsqueda de independencia comunicativa (FOPEA, 2022). Aunque no siempre los periodistas puedan llegar a ver la culminación de su trabajo de investigación. Especialmente, cuando sufren persecuciones, prisión y hasta muerte.

Esto ya lo conoce la humanidad, pues lo registra la historia social de los diferentes pueblos del mundo. Por eso, el más profundo pensador del periodismo ha expresado que hay que distinguir un compromiso social y personal que va más allá de una experiencia existencial y de un proceso psicosocial para los autores y actores que asumen esa profesión.

El prestigioso periodista polaco, Ryszard Kapuscinski (1932-2007), manifiesta que, el periodismo responsable es una demanda social. Cambia con los contextos, pero nunca deja de ser eso. Por eso afirma que siempre es intencional. Esto hace que el profesional deba asumirlo con mucha responsabilidad hacia la sociedad, pues en esa actividad está en juego la libertad de todos. Espera el mensaje de ellos y que el profesional cumpla con el encargo que le hace. Pues la acción comunicativa del periodista siempre se concreta y cristaliza en una crónica, reseña, noticia y relato, etc. Por eso el autor mencionado señala que:

“El verdadero periodismo es intencional... Se fija un objetivo e intenta provocar algún tipo de cambio. El deber de un periodista es informar, informar de manera que ayude a la humanidad y no fomentando el odio o la arrogancia. La noticia debe servir para aumentar el conocimiento del otro, el respeto del otro” (Servicio de la República de Polonia, 2024).

Además, es preciso establecer, de una vez por todas, que los tiempos sociales y los diversos contextos históricos siempre son de paz, tranquilidad laboral, estabilidad sociopolítica, plena libertad y goce del bienestar. Hay momentos difíciles, poco difíciles, en los que la incertidumbre y las dificultades se presentan para los periodistas en tiempos de crisis, donde suele haber bloqueos, obstrucciones, persecuciones y peligros.

Para nadie es desconocido cómo y cuánto fueron perseguidos y asesinados periodistas que en el ejercicio de su profesión descubrieron y denunciaron el ascenso del nazifacismo alemán en ese país y en Europa. También se sabe cuántos periodistas fueron desaparecidos por rendirle culto y tributo a la verdad. Esto sucedió ayer, y hoy se da en los gobiernos y regímenes represivos, dictatoriales y corruptos (Sosa, 2022).

Por ejemplo, fueron perseguidos, apresados y exterminados los periodistas que denunciaron los crímenes horrendos y los crematorios que crearon los fascistas alemanes. Esa acción comunicativa de libertad y pleno compromiso profesional llevó a que muchos de ellos pagaran su honestidad y profesionalismo con prisión, desaparición y muerte..

La historia social del periodismo, como acción comunicativa de la sociedad, señala que miles de periodistas, cuando hay dificultades políticas en la sociedad (dictaduras, regímenes autoritarios, guerras, etc.), son reprimidos. Según Reporteros Sin Fronteras (RSF), 569 profesionales de la comunicación estuvieron prisioneros, 61 periodistas fueron asesinados en el mundo, 22 fueron de Latinoamérica durante el año 2022, incitando a los periodistas a autocensurarse, donde el crimen organizado y la corrupción encabezan la lista de temas por los que los periodistas se juegan la vida (RSF, 2023). De este accionar hay suficientes pruebas, evidencias, crónicas e informes. Sin embargo, siempre deben de estar dispuestos a pagar “el precio” a esos riesgos por conseguir las verdades que se pretenden ocultar.

Esto no se refiere exclusivamente a los periodistas, intelectuales y otros que escribieron y denunciaron esos oprobiosos crímenes que

realizó el nazifacismo alemán. Recuérdese, que esas muertes, no todos eran judíos sino periodistas comprometidos con la verdad y con la necesidad histórica de hacer y presentar una crónica objetiva de los hechos que vivió Europa occidental entre 1939-1945.

En Ecuador, está suficientemente señalado y conocido el rol que tuvieron que jugar a lo largo de la historia social los periódicos, revistas y periodistas. También el precio que tuvo que pagar por su valentía y tributo a la libertad, el fundador del periodismo ecuatoriano Eugenio de Santa Cruz Espejo. Este por su ejercicio crítico y comunicador de la verdad, cuando realizó esto en el periódico el Nuevo Luciano (1779), fue reprimido, perseguido y apresado. Las autoridades coloniales lo hicieron porque él se atrevió a denunciar los hechos y efectos del dominio colonial español.

Esto significa que la historia inicial del periodismo ecuatoriano, desde su primera página está marcada por ese ejemplo de Espejo; y sobre el cuánto y cómo debe comprometerse el periodista con la verdad. Por eso con razón en la Historia de los Periódicos de Guayaquil (tres tomos), José Antonio Gómez Iturralde señala que esto se puede detectar en un recorrido que se pueda hacer de su convulsionada historia comunicacional. Él expresa que:

“Recorrido alucinante a nuestra convulsionada nacionalidad, en el que nuestro periodista aparece construyendo con sus escritos el espejo de su propia alma; que en su intento de perpetuarse lo vemos discutir, argumentar, queriendo demostrar lo que nuevamente, hasta el infinito, será sometido a discusión, argumentación e interminable demostración. Poco a poco su imaginación rebasa los límites del pequeño territorio; la información, y las ideas extranjeras empiezan a acceder al país despertando su curiosidad por saber más de él mismo, de los suyos y del mundo externo que lo rodea. Emerge de estas su progreso intelectual, se ensancha su criterio y cobra mayor brío su expresión. Finalmente, paso a paso cede la violencia, la personalización en la lucha por las ideas, y vemos a la comunicación periódica abrir las compuertas de las críticas reciprocas que permitieron construir el camino civilizado para el desarrollo de la actividad” (Gómez Iturralde, 2006, pág. 13)

En la vida colonial y republicana del Ecuador hay centenares de evidencias, ejemplos e historia de periodistas y de periódicos cuanto de diversos medios de comunicación que han sido perseguidos, apresados, clausurados y asesinados. Es el precio que tuvieron que pagar aquellos que se atrevieron hacer periodismo en tiempos difíciles. Esas publicaciones y los periodistas no tuvieron miedo al poder, al despotismo, la persecución y las amenazas de los dueños del poder.

Esto que el autor señala y dice claramente que la historia comunicacional en el Ecuador, de ayer y de hoy; consta desde sus inicios al presente esa historia de contribución y sacrificio. Ahí están los nombres de los periódicos y periodistas con historias entrelazadas por la defensa de las libertades públicas, las instituciones y la democracia. En ellas también está presente un homenaje del periodista hacia la vigencia de la libertad de prensa.

Ejemplos de periódicos y periodismo comprometidos con la acción comunicativa para la sociedad en el periodo republicano son: El Eco, El Quiteño Libre, Semanario Eclesiástico, La Escoba, La Luz, La Civilización Católica, La Voz del Azuay, El Progreso, El Vigía, El Dardo, El Industrial, etc., El Telégrafo, El Grito del Pueblo, El Diario de Guayaquil, El Tiempo, El Comercio, El Estandarte, El Mercurio, El Perico (Punin & Calva, 2024)

La acción comunicativa y el periodismo en los tiempos actuales

Tras esta introducción, pasamos a hacer una breve reseña de la acción comunicativa, del periodismo y de los periodistas en la actualidad. De hecho, los procesos y la acción comunicativa de la sociedad y los individuos que ejercen el periodismo señalan que el rol de quienes asumen el oficio de comunicar e informar, es el de estar atentos a la dinámica de los tiempos.

Deben hacerlo porque en cada momento y coyunturas históricas hay factores múltiples y diferentes, que también condicionan el accionar comunicativo. Esto supone que no hay una acción comunicativa única, sino que los tiempos históricos de la sociedad se reflejan en las páginas y crónicas del periodismo. Esto llevó al filósofo alemán Friedrich Hegel (1770-1831) a señalar que en todos los periódicos del mundo contienen y expresan la dinámica de la historia social de las diferentes comunidades en los que ellos se editan, circulan y leen.

Este es un aspecto de la acción comunicativa como expresión de la dinámica del tiempo que mide la temperatura (alta, baja o media) de los distintos momentos históricos que atraviesan sociedades, pueblos, sectores, cuanto los profesionales del periodismo. Cada uno de ellos

en cada periodo y momento histórico han sabido reconocer cuales son los tiempos de calma y cuáles son los tiempos difíciles que determinan “mayor cuidado personal” en el ejercicio de la profesión.

Hay hechos y procesos normales, donde la dinámica social genera tranquilidad. Pero también no pueden descartarse que hay circunstancias y momentos históricos en los cuales la acción comunicativa se hace difícil por diferentes razones y circunstancias.

Siempre en el campo de la acción comunicativa que se realizan y que buscan reflejar los eventos de la sociedad y del mundo, los periodistas y periódicos deben comprender esos tiempos y circunstancias cambiantes. Por eso los periodistas que se adhieren y asumen esa importante tarea, no deben olvidar los cambios y mutaciones históricas. Pero también estas mutaciones se dan en condiciones irregulares. Es decir, en tiempos y circunstancias “difíciles”.

Sin duda alguna esos momentos y eventos difíciles, los cuales el periodismo y los periodistas atraviesan, se dan cuando al interior de las sociedades están presentes factores que bloquean y obstruyen la acción comunicativa profesional. Esto hace difícil y peligroso el despliegue de la acción comunicativa. No obstante, y pese a los riesgos, los periodistas los perciben y los asumen como una “tarea de riesgo”, tanto colectiva como individualmente.

En esas circunstancias históricas y sociales, la atmósfera de la acción comunicativa se oscurece. La verdad la “vuelven opaca” porque determinados intereses gravitan sobre el ejercicio periodístico y la acción comunicativa profesional. Cuando se dan esos momentos los diarios atraviesan: amenazas, persecuciones, clausuras y hasta quema de las diferentes ediciones. De igual manera la sufren los periodistas.

Esto señala y marca un punto de inflexión en el que el ejercicio de la acción comunicativa del periodismo vive y atraviesa circunstancias adversas, peligrosas y de gran riesgo para la vida de los periodistas. Pese a aquello, los profesionales de la acción comunicativa no se paralizan, sino que llevan adelante su tarea. Eso dice de la calidad del compromiso comunicacional del profesional del periodismo.

La historia de la comunicación mundial da cuenta de diversos hechos y procesos de estas variadas situaciones que enfrentan la acción comunicativa y los periodistas. Sin duda alguna, esto es un desafío para el periodista. Pues sabe que en el ejercicio de su acción comunicativa los profesionales están frente a mayores riesgos y peligros. Esto tiene que percibir el periodista para que tome medidas de protección y autoprotección. Especialmente para detectar cuando “los intereses ocultos” de

diferentes actores sociales ejercen su poder y presión social. Muchos ejemplos hay de los periodistas que prefirieron buscar la verdad y comunicarla pese a los riesgos.

Esto se da en cualquier sociedad. Se produce cuando por la vía del periodismo especialmente del segmento más importante de ella, el **periodismo de investigación** encuentra los mayores obstáculos, bloqueos, peligros y riesgos. Esto sin duda alguna se da cuando el Estado y diferentes gobiernos obstruyen la labor de la acción comunicativa del periodismo y quienes ejercen este oficio.

Por eso estimamos necesario que nos introduzcamos en la necesidad de conocer qué es, qué comprende, cuándo se da, qué busca, qué abarca y cuánto el periodismo de investigación requiere de la verdadera profesionalización y compromiso de quienes tienen el valor de asumir, con libertad y autonomía, la necesidad de la acción comunicativa en la pluralidad del mundo social.

A continuación, se reproducen una serie de perspectivas de las diversas formas de su abordaje, importancia y necesidad social que tiene este difícil oficio. Especialmente en estos momentos de crisis de obstáculos y de bloqueos que tienen los intereses ocultos de diversos actores sociales. Pues la presión a la que están sometidos los periodistas y los medios de comunicación lleva a que los interesados en ocultar hechos y procesos busquen bloquear la acción comunicativa libre y crítica.

En las siguientes citas están justamente estos aspectos que necesitan ser comprendidos, valorados y asumidos para desbloquear la idea de quienes piensan que el periodismo de investigación es un periodismo común. Particularmente quien ha elaborado este documento tentativo piensa que no es así. La cita que a continuación se reproduce va a permitir comprender de mejor manera ese momento del profesional de la acción comunicativa periodística:

El periodismo de investigación es el que analiza en profundidad un tema en particular con el fin de poner en evidencia hechos de corrupción, analizar políticas gubernamentales y corporativas o llamar la atención sobre tendencias sociales, económicas, políticas o culturales. Un periodista de investigación puede dedicar meses o años a un solo tema. A diferencia del rutinario, en el que los periodistas reportan material provisto por el gobierno o una ONG, el periodismo de investigación toma la iniciativa para exponer asuntos públicos que de otro modo permanecerían ocultos en forma deliberada o accidental.

El periodismo de investigación no es instantáneo. Sigue etapas de planificación, investigación y responde a estándares reconocidos de precisión y documentación. La base de una investigación periodística es el trabajo proactivo del reportero y, cuando se puede, de su equipo. Apenas se tiene una pista de que un tema merece ser investigado, los periodistas desarrollan sus hipótesis, planifican la investigación adicional, deciden sobre los aspectos relevantes y comienzan a investigarlos. Necesitan compilar evidencias, observando y analizando los hechos más allá de una simple verificación de la información recibida. El reportaje final debe relevar información nueva o conectar información previamente disponible de una manera novedosa que revele su importancia (Nazakat, 2018, pág. 5).

Esto significa que el periodismo de investigación se presenta, asume y realiza en un momento determinado y concreto del oficio profesional del periodista. Éste tiene que comenzar por reconocer que esta “especialización” tiene que asumirla sin miedo, temor y pavor. Pues su objetivo es proporcionar a la sociedad aquello que Kapuscinski dice: “El verdadero periodismo es intencional... Se fija un objetivo e intenta provocar algún tipo de cambio”.

Debe quedar claro y de una vez por todas: el verdadero horizonte del periodismo de investigación se da cuando el profesional está ante momentos y condiciones que hacen difícil y hasta peligroso el ejercicio del periodismo, como acción comunicativa, individual, intersubjetiva y social. Esto acontece particularmente cuando esos factores diversos conspiran contra el libre ejercicio de la actividad periodística, por las condiciones y factores señalados anteriormente. Muchos dicen que esos son los “tiempos históricos en los cuales **se pone a punto y prueba**” el compromiso, la responsabilidad y el valor de quienes, como hombres y mujeres, ejercen esa actividad y oficio.

En efecto, es precisamente en la adversidad, en esos momentos “difíciles”, duros y peligrosos, cuando se pone a prueba, no solo el valor del periodismo sino también el de los hombres y mujeres que, asumiendo los peligros no desertan de su oficio y su actividad de periodistas. Por eso también se ha dicho que es en esos tiempos difíciles cuando el periodismo de investigación debe emplearse a fondo, trabajando porque la verdad y la libertad de pensamiento y de escribir no sean blo-

queadas, obstruidas ni silenciadas.

Kapuscinski (el prestigioso periodista polaco), que ejerció el periodismo de investigación en sociedades ubicadas en la cortina de hierro, establece diferentes parámetros que permiten considerar que los tiempos difíciles son momentos en los cuales el compromiso del periodista y la necesidad de defender la libertad de prensa, son asumidas como bandera de lucha por los periodistas.

Por eso cuando el ejercicio de la acción comunicativa que realiza el periodista se transforma en “oficio peligroso”, este tiene dos caminos: seguir o retroceder en el develamiento de las reales causas de un determinado evento. Por ejemplo, cuando se persigue la libertad de prensa y se reprime a los periodistas por su accionar profesional independiente.

En los múltiples y diferentes estudios y ensayos que publicó Kapuscinski están ilustrados y descritos ese conjunto de “momentos difíciles” que debe enfrentar el periodista. Por eso es importante que la sociedad valore, dimensione y reconozca la importancia del periodismo al lograr la verdad.

“Creo que, para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias. Y convertirse, inmediatamente, desde el primer momento, en parte de su destino. Es una cualidad que en psicologías se denomina «empatía». Mediante la empatía, se puede comprender el carácter del propio interlocutor y compartir de forma natural y sincera el destino y los problemas de los demás” (Kapuscinski, 2002, pág.38).

Cuando el polaco, orientador del periodismo moderno señala esto, no lo hace gratuitamente. Él sabe que la condición de “buen ser humano”, en el hombre y mujer periodista es una condición básica. En nuestro medio conocemos que también hay periodistas que son malas personas. A los que en el lenguaje popular se llama “plumas de alquiler”. Contra esto es que el pensador del periodismo llama la atención.

Quienes escogen la profesión del periodismo, como una acción comunicativa individual y social, no deben perder de vista este señalamiento. Además, hay que recordar que el llamado de Kapuscinski a la empatía con la sociedad y sus intereses es lo fundamental. Pues como

bien señala él: Los cínicos no sirven para este oficio.

Es importante señalar que la prensa y los periodistas juegan un importante papel en la vigencia de la democracia, pero también, “requiere de un periodismo independiente y libre, que pueda desarrollar su tarea con seguridad, al mismo tiempo que se requiere de periodistas comprometidos con el rigor profesional y con apego a los principios éticos que rigen su accionar” (FOPEA, 2022, 12).

La acción comunicativa, el periodismo y los tiempos históricos

En un corto recorrido que podemos hacer en referencia a los tiempos históricos de las sociedades planetarias, hay que considerar aspectos que inciden e influyen en el periodismo y acción comunicativa profesional del Ecuador. Esto significa que en el país también debemos saber detectar cuándo y cómo, los periodistas están frente a los diversos obstáculos para el ejercicio de la libertad de prensa.

Especialmente el compromiso y la entrega de los periodistas por hacer conocer las verdades, los hechos y procesos que el poder y los gobiernos ocultan. En esto caben distinguir dos aspectos: la intuición del periodista y la comprensión clara de cuántos y cuáles son esos bloques y obstáculos que el poder pone al libre ejercicio de la actividad periodística.

El mundo conoce que esos momentos “históricos difíciles y adversos” para el libre ejercicio del periodismo tienen que ver no solo con los tiempos difíciles sino sobre todo con gobiernos despóticos, autoritarios, dictatoriales. Ante ello se devela y revela abierta y ocultamente los riesgos del periodista y los peligros que debe enfrentar. Esto no lo debe atemorizar sino llamarlo “a tener cuidado”. Esto supone “saber vigilar a quienes lo vigilan”.

En las dos guerras mundiales se conocen historias de periódicos y periodistas que se destacaron en su labor denunciando los horrores de esas guerras. También se registran los diferentes momentos que periódicos y revistas vivieron bajo los regímenes de “la cortina de hierro” (gobiernos autoritarios, despóticos de la Europa oriental, bajo la jefatura de la Unión Soviética). En esos tiempos, momentos y circunstancias esos regímenes y gobiernos se dieron a la tarea de clausurar periódicos, revistas, radios y canales de tv. Fueron momentos en los cuales esos gobiernos persiguieron, apresaron, reprimieron y hasta asesinaron diferentes periodistas.

Por ejemplo, la Primera Guerra mundial (1914-1918), que dejó 10-20 millones de víctimas, así como 260.000 millones de dólares en pérdidas fue puesto a la luz pública por periodistas de investigación. También

pasó lo mismo en la Segunda Guerra mundial (1939-1945) que dejó 60-80 millones de víctimas, y pérdidas por más de un billón de dólares.

Incluso hay momentos en que diversos factores sociales, especialmente los gubernamentales, establecen políticas de persecución reales y efectivas. Como las que vivió el periodismo y los periodistas en los periodos de las dictaduras militares de América Latina (década del 70 y 80 del siglo pasado): Argentina, Uruguay, Bolivia, Brasil, etc.

Sin embargo, y aunque la represión era brutal y la persecución sin límites; diferentes periodistas (hombres y mujeres), no callaron frente a los abusos del poder. No solo denunciaron crímenes atroces, sino que además publicaron extensas crónicas, ensayos y documentos sobre esas situaciones de represión que vivieron esas sociedades y gobiernos.

Además, en esos momentos, múltiples revistas y diarios de América Latina fueron perseguidos. En la lista de desaparecidos en los gobiernos de Jorge Rafael Videla, Alfredo Stroessner, Augusto Pinochet murieron muchos periodistas. Un ejemplo de cuánto sufrieron los periodistas en persecuciones está en lo que vivieron y sufrieron los comunicadores sociales de la revista uruguaya “En Marcha”.

Este importante medio de comunicación, develó muchas de las situaciones del gobierno dictatorial que afectó a la sociedad uruguaya. Por eso adquirió un gran prestigio en América Latina y en el mundo. Su staff de periodistas y comunicadores sociales contó con escritores de la talla y valía de Mario Benedetti y otros importantes intelectuales. Fue impedida de circular y sus redactores tuvieron que exiliarse.

Hechos de corrupción que el periodismo de investigación puso a la luz pública en Ecuador

En el Ecuador los hechos, procesos y momentos de persecución contra el periodismo de investigación y la prensa crítica son numerosos. Hay una larga historia que relata esos eventos. Se dieron, en diversos tiempos y circunstancias históricas (Reyes, 1957). Especialmente cuando diarios, revistas y periodistas, que investigaron, pusieron a la luz pública hechos de corrupción.

Muchos de estos eventos, negados por la trama de obstrucción, llevaron a la investigación de mucha responsabilidad y constante persecución de la verdad que ocultaban intereses. Fue ese el instante cuando los periodistas y periódicos enfrentaron mayores riesgos. Dieron lugar a “tiempos de persecución y mayores bloqueos” (Kuhn & Paula, 2024).

Es decir, hay una íntima y estrecha relación y vínculo entre la publicación de hechos y procesos de corrupción y las decisiones políticas y policiales de los diferentes gobiernos hacia la prensa y periodistas.

En el país en los últimos 70 años (1950-2024) múltiples denuncias de corrupción fueron publicados. Comenzaron en las dictaduras militares de 1963-65 y 1972-78. Sin embargo, no se detuvieron ahí. Continuaron en los periodos posteriores.

En el periodo democrático de Velasco Ibarra y posteriores gobiernos también se dieron momentos de persecución, represión y apresamiento contra periodistas. El país recuerda lo que el régimen velasquista, realizó contra los periodistas Alejandro Carrión (Juan sin Cielo), Alfredo Vera Arrata, etc.; cuando en la revista “Mañana”, reseñaron el caso del “negociado de la Chatarra”. Por esto, su director, el periodista lojano fue golpeado brutalmente por fuerzas de seguridad pública.

En este periodo, especialmente cuando aún no concluía la dictadura militar (1972-1979), se dio un caso que no era propiamente de corrupción, sino de represión y asesinato. Sucedió en 1976 cuando ejercía el ministerio de gobierno el general Bolívar Jarrín Cahueñas. Éste ordenó que fuerzas de seguridad golpearan al opositor y dirigente político del Frente Radical Alfarista el economista Abdón Calderón Muñoz.

Aunque los hechos probaron que desde principio a fin la orden del ministro militar fue: “callar a ese opositor” del gobierno militar. Pero, según declararon quienes ejecutaron esa brutal represión y asesinato confesaron que “se les escaparon los tiros”. Este hecho salió a la luz pública por la acción periodista, crítica y la labor de periodistas de investigación.

Una breve sinopsis histórica de los más sonados casos de corrupción, que la acuciosidad del periodismo y la prensa de investigación, puso a la luz pública en el Ecuador puede resumirse en lo siguiente. Lo abreviamos desde el retorno a la democracia hasta el periodo de Correa, y son los siguientes:

1. La sucretización de la deuda privada, en el gobierno del presidente Oswaldo Hurtado Larrea que fue denunciado como un hecho que favoreció el círculo allegado al gobierno.
2. En el periodo de León Febres Cordero se dieron los siguientes: El caso Ecuahospital, el negociado de los carros de basura, el tráfico de influencias en los negociados petroleros y camaroneros, la construcción de la vía Perimetral y el más sonado caso Focker. También tuvo resonancia el llamado “caso de los hermanos Restrepo”, que desaparecieron habiendo sido apresados por la policía.
3. En el gobierno de Rodrigo Borja Cevallos se hicieron conocer públicamente los siguientes casos de corrupción: las llamadas

plancha de acero, así como el financiamiento del trasvase del río Daule a la Península.

4. En el periodo de Sixto Durán Ballén se dieron casos de corrupción que la sociedad ecuatoriana conoció porque periódicos, revistas y periodistas de investigación lo pusieron a la luz pública. Fueron los denominados Flores y miel, en el que estaba involucrada la nieta del Primer Mandatario. También fue el tiempo en el que se dio el bochornoso caso de “utilización de fondos reservados del estado ecuatoriano”, en el que estuvo implicado y fue el protagonista, el vicepresidente Alberto Dahik Garzozi, quien por esta razón fugó del país.
5. En el periodo de Bucaram se investigaron y publicaron los siguientes casos de corrupción: el millón de dólares que obtuvo “Jacobito” para lucrar en las aduanas y los juicios por gastos reservados, y el escándalo de la “mochila escolar”, que tuvieron sobreprecios.
6. En el periodo transitorio de Fabián Alarcón la prensa y periodismo sacó a la luz pública los casos de corrupción de la constructora Andrade-Gutiérrez, el caso Verduga, la importación fraudulenta de ropa usada, la forma dolosa del manejo de los gastos reservados, las coimas en una de las garitas de la Comisión de Tránsito y los sobreprecios en la construcción de carreteras.
7. En el periodo presidencial de Jamil Mahuad, la prensa y el periodismo, por investigación y decisión honesta de la verdad salieron a la luz pública los sobreprecios de los reaseguros en las Fuerzas Armadas, el asunto de drogas en el que tuvieron que ver la Policía Nacional, el caso llamado Hong, la red Emmanuel y la dolarización que fue decidida poniendo el precio del dólar a un precio que no era el real.
8. En el periodo de Gustavo Noboa, quien le tocó asumir la presidencia, se dieron los siguientes casos: el manejo doloso de las partidas presupuestarias. También estuvo salpicada por denuncias de corrupción en la contratación de un seguro para aviones de las Fuerzas Armadas con un sobreprecio que superaba los 4 millones de dólares.
9. El periodo presidencial del general Lucio Gutiérrez tampoco estuvo libre de actos de corrupción. Lo que más denunció la prensa y los periodistas de investigación fueron los numerosos casos de nepotismo en la administración pública, los actos de corrupción en las aduanas cuanto en la adquisición de insumos para atender

a los damnificados por la erupción del volcán Tungurahua.

10. Caso especial se dio en el periodo presidencial del economista Rafael Correa. Lo hace particular porque gobernó una década y desde que comenzó su administración no estuvo libre de hechos de corrupción entre los que se pueden destacar:

El escándalo internacional Odebrecht, Ecuador fue uno de los doce países de Latinoamérica donde Odebrecht reconoció haber cometido actos de corrupción para ganar grandes contratos en obras públicas. El 'Caso Sobornos' (arroz verde), salió a la luz en abril de 2019 después de que el portal digital Mil Hojas publicara una investigación llamada Receta de arroz verde 502, la publicación decía que varios ex funcionarios del gobierno de Correa estaban involucrados en negociar, gestionar y recaudar dinero de "aportes voluntarios" al movimiento Alianza País.

El caso Gran Hermano. Los periodistas Juan Carlos Calderón y Christian Zurita publicaron en 2011 el libro "El Gran Hermano" donde denunciaban los contratos a favor de Fabricio Correa con el Estado. Por este texto, Rafael Correa presentó una demanda civil en contra de los comunicadores por "daño moral".

Ley de comunicación mordaza, Correa firmó la Ley Orgánica de Comunicación, que le concede al gobierno amplias potestades para limitar la libre expresión, la cual exige que la información difundida por los medios sea "verificada" y "precisa". La ley prohíbe, además, el "linchamiento mediático". El órgano encargado de aplicar la ley fue la SUPERCOM.

Lo singular de este conjunto de hechos de corrupción de coimas y sobrepagos en la década que gobernó el presidente Correa es que luego, con las investigaciones y hechos que puso la prensa y los periodistas dedicados a sacar a la luz pública estos eventos aún se ventilan muchos de ellos en tribunales nacionales e internacionales.

Es necesario recordar que fueron periodistas de investigación, periódicos y revistas críticas los que comenzaron a denunciar esos diversos sobornos, los montos, los nombres y muchos otros "personajes" que ocupaban altos cargos en el gobierno de Correa. Por denunciar eso, algunos periodistas fueron perseguidos y enjuiciados. El país y la ciudadanía ecuatoriana sabrán reconocer el importante rol que jugó el periodismo de investigación.

En el Ecuador durante los últimos años también se evidencian vínculos del crimen organizado con los diferentes niveles de gobierno cen-

tral y municipal, lo que supone nuevos riesgos a los que se enfrentan los profesionales de la comunicación (Garcés & Andino, 2020). De acuerdo con FOPEA (2022, pág. 6) “El crecimiento de la narcocriminalidad necesita una potente definición política para frenarlo”, el Estado debe asumir su rol y garantizar la seguridad y la paz de todos los ecuatorianos.

Conclusiones

El periodismo de investigación siempre ha estado presente en las diferentes sociedades y en el país también. En la política, sus actores y escenarios diversos, aparece como actividad especializada de diarios, revistas y de profesionales del periodismo, en el siglo XX. Ahí están sus mayores logros y efectos. Especialmente en las últimas tres décadas.

El antecedente directo en la historia del periodismo ecuatoriano y en el campo político se da en varios hechos políticos de los primeros años de la república (siglo XIX) como Juan José Flores, García Moreno, la venta de la bandera, etc. En ese momento fueron los políticos los que realizaron esas investigaciones y denuncias. Ellos acudieron a la prensa y otros medios para hacerlos conocer al país.

El periodismo de investigación, como acción comunicativa, que se hace real y efectiva tarea en el trabajo de los periodistas, no es otra cosa que una forma de acción. Un modo especializado, de mucha responsabilidad y compromiso cívico, ético, y también ideológico-político, de “audacia y atrevimiento” de quienes buscan la verdad para la sociedad.

El periodismo de investigación es una actividad y una forma específica de realización del periodismo profesional. Nace, crece, desarrolla y se expande al calor de las cambiantes condiciones sociales adversas: económicas, sociales, políticas, culturales, étnicas. En este sentido nunca es la misma, varía de contexto a contexto histórico. Sin embargo, siempre se sustenta y se proyecta como una demanda social.

Como actividad y forma específica de especialización de la profesión del periodista siempre demanda instrumentos cognoscitivos que cambian en función de las circunstancias. Hoy requieren gran conocimiento de técnicas informáticas, computacionales, etc. Los instrumentos que debe poseer el periodista siempre varían de área específica que se quiere investigar: áreas culturales, área política, área jurídica, área institucional, área de las formaciones económicas, políticas, áreas étnicas, etc.

Siempre en el periodismo de investigación los “factores de prueba” son fundamentales y decisivos. Puesto que el develamiento de la ver-

dad no puede ni debe sustentarse en simples conjeturas. Debe tener documentos, informes y numerosas pruebas que hacen evidente la existencia de problemas de corrupción, narcotráfico, trata de personas, etc.

Es cierto que, en el campo del periodismo, cuando se ejerce desde diferentes medios de comunicación, particularmente hoy implica factores de riesgo que antes no estaban presentes. Mucho más hoy, particularmente en el campo del periodismo de investigación de los hechos y procesos políticos.

Las situaciones y el contexto han cambiado, transformando una profesión honesta y transparente en una actividad de “mucho cuidado y precaución”. Los ejemplos de enjuiciamientos, penalizaciones, judicializaciones, persecuciones y hasta “represión brutal” hacen más peligroso el ejercicio periodístico (Palacios, 2008). Lo que hemos conocido de los periodistas ecuatorianos es suficiente prueba y evidencia de lo que decimos.

Sin embargo, que esto no sea razón ni motivo para que los jóvenes, que abrazan el periodismo como especialización, modo de vida, y sobre todo actividad profesional, los haga replegarse y no asumir la demanda social que el pueblo ecuatoriano les pide hoy.

Que el sacrificio y el tributo que han tenido que pagar diferentes periodistas ecuatorianos con destierros, persecuciones, enjuiciamientos y hasta su asesinato no les haga perder la necesidad de preservar y mantener permanentemente sus valores morales íntimos. Solo esas fuerzas podrán sostener una profesión que sigue aportando mucho a la historia social del país, la democracia y la libertad.

Referencias

- Foro de Periodismo Argentino (2022). El periodismo bajo acecho del crimen organizado frente al aumento de la violencia narco, se necesita un estado capaz de brindar seguridad a los periodistas y garantizar la libertad de expresión. Informe anual monitoreo de Libertad de expresión. https://monitoreo.fopea.org/wp-content/uploads/2023/05/monitoreo-libertad-de-expresion_informe-2022.pdf
- Garcés, F., & Andino Veloz, B. (2020). Periodismo ecuatoriano en la sociedad del riesgo. Reflexividad y experiencias en coberturas sobre crimen organizado en 2018 y 2019. *Revista Enfoques De La Comunicación*, (3), 83–116. Recuperado a partir de <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/45>

- Gómez Iturralde, J. (2006). Los periódicos guayaquileños en la historia, 1821-1997. Tomo I, II y III. Archivo histórico del Guayas. Colección Guayaquil.
- Habermas, J. (1992). *Teoría de la acción comunicativa. 1: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Taurus. https://pics.unison.mx/documentado/wp-content/uploads/2020/05/Teoria-de_la_accion_comunicativa-Habermas-Jurgen.pdf
- Kapuscinski, Ryszard (1994). El imperio. Editorial Anagrama. Barcelona, 1994.
- Kapuscinski, Ryszard (2002). Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo. Editorial Anagrama. Barcelona.
- Kuhn, F., & Paula, M. (2024). Trabajo de Titulación. *Estudio sobre la influencia de los medios de comunicación con la emisión de noticias de eventos relacionados al crimen organizado en la percepción de seguridad ciudadana en el norte de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/22374>
- Nazakat, S. (2018). Periodismo de investigación, portavoz del ciudadano: manual de periodismo de investigación. Konrad Adenauer Stiftung, Argentina. https://www.kas.de/documents/287460/4262432/periodismo_de_investigacion_ESP.pdf
- Palacio, Emilio (2008). El libro blanco de las bestias salvajes. La polémica sobre libertad de expresión con Rafael Correa. Guayaquil, Ecuador.
- Punín Larrea M. I. & Calva Cabrera K. D. (2014). Periodismo en la Audiencia de Quito: Seis iluminados en la historia del periodismo de Ecuador. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 1177-1194. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47058
- Reyes, O. (1957). Breve historia General del Ecuador. Tomo II, Quinta Edición. Editorial Fray Jodoco Ricke. Quito.
- Reporteros Sin Fronteras. (14 de Diciembre de 2023). Balance 2023: 45 periodistas asesinados en el ejercicio de sus funciones en todo el mundo, una cifra en descenso pese a la tragedia de Gaza. <https://rsf.org/es/balance-2023-45-periodistas-asesinados-en-el-ejercicio-de-sus-funciones-en-todo-el-mundo-una-cifra>
- Rodríguez Castelo, H. (1995). El espejo de las “primicias de la cultura de Quito” en Primicias de la cultura del Quito de Eugenio de Santa Cruz y Espejo. Editorial Quipus. Quito, diciembre
- Sullivan, Drew (2022). Guía para periodistas: investigar Estados mafio-

- sos y cleptocracias. <https://gijn.org/es/articulos/guia-para-periodistas-investigar-estados-mafiosos-y-cleptocracias/>
- Servicio de la República de Polonia. (06 de 09 de 2024). ¡Kapuściński y el periodismo de hoy! <https://www.gov.pl/web/argentina/kapuscinski-y-el-periodismo-de-hoy>
- Sosa, D. (23 de Agosto de 2022). Global Investigative Journalim Network. ¿Cuál es el impacto del periodismo en regímenes autoritarios?: <https://gijn.org/es/articulos/espanol-periodismo-regimenes-autoritarios/>
- Weibel Barahona, Mauricio. Manual de periodismo de investigación. Cuadernos de discusión de comunicación e información. UNESCO, 2019.