

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Periodismo comunitario y medios tradicionales: Representaciones
en los contenidos digitales difundidos durante la crisis de octubre
del 2019**

Andrea Valeria Aguirre Noboa

Periodismo

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título
de periodista

Quito, 20 de mayo de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Periodismo comunitario y medios tradicionales: Representaciones en los contenidos digitales difundidos durante la crisis de octubre del 2019

Andrea Valeria Aguirre Noboa

Nombre del profesor, Título académico **Directora:** Pamela Johana Cruz Páez, maestra en CC.SS. con mención en Comunicación **Co-directora:** Tania Cleopatra Orbe Martínez, magíster en comunicación y divulgación de la ciencia.



Firmado electrónicamente por:
**PAMELA
JOHANA CRUZ**

Quito, 20 de mayo de 2021

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Andrea Valeria Aguirre Noboa

Código: 00200042

Cédula de identidad: 1722215462

Lugar y fecha: Quito, 20 de mayo del 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Para mi mamá, papá, hermano y abuelos. Gracias por todo su amor, cariño y fuerza.

RESUMEN

Este trabajo investigativo analizó el discurso visual respecto al movimiento indígena generado en los contenidos digitales de dos medios de comunicación generalistas, uno tradicional (*El Comercio*) y uno comunitario (*Wambra*). Este tema es relevante; ya que son estos discursos los que afectan de manera directa en nuestras interpretaciones de la realidad en lo que respecta a temas políticos, sociales y étnicos, y en nuestra manera de interpretar lo que pasó en ese momento tan crucial de nuestra historia que tiene repercusiones que afectan hasta el día de hoy.

Y también porque, durante ese contexto, la imagen tuvo un papel importante al ser un lenguaje nuevo que predomina en los contextos y conflictos contemporáneos. Este trabajo fue comparativo alrededor de las características de los contenidos visuales difundidos por los medios de comunicación tradicionales y comunitarios en línea durante octubre del 2019, evidenciando las representaciones sociales creadas y cómo estas fortalecen los discursos de los medios de comunicación y de la sociedad.

Esta investigación se desarrolló a lo largo de tres capítulos. En el capítulo I se reconstruyó el panorama mediático de las protestas de octubre y se elaboró un marco conceptual. En esa sección, también, se aplicó una metodología de análisis del discurso al contenido visual de los medios antes mencionados y enfocado en dos plataformas digitales: *Instagram* y *Twitter*, y se redactó un *paper* cuyos resultados permitieron elaborar un proyecto multimedia que expandió la perspectiva de las representaciones indígenas hacia el panorama documental. Ese proyecto se detalla en el capítulo II.

Por último, en el capítulo III se registraron varias conclusiones que se resumen en que la crisis política de octubre de 2019 mostró una disputa discursiva, social y política por la imagen y la visibilidad, además de una crisis de representación en la cual *El Comercio*

creó un discurso que interpretaba al indígena desde la subversión, mientras que *Wambra* interpretaba al indígena desde la colaboración, tradición e interculturalidad.

Palabras clave: Ecuador, medios digitales, protestas, crisis política, indígenas.

ABSTRACT

This investigative paper analyzes the visual discourse regarding the indigenous movement displayed in digital platforms of two generalist media, one traditional (*El Comercio*) and one alternative (*Wambra*). This issue is relevant since these discourses directly affect our interpretations of reality with regard to political, social and ethnic issues, and in our way of interpreting what happened at that crucial moment in our history that has repercussions that affect to this day.

And also, because image plays an important role as a new form of language during the contemporary conflicts. This paper compares the characteristics of the visual online content disseminated by traditional versus alternative media during October 2019, showing the social representations created and how they strengthen the discourses of the media and society.

This research was developed over three chapters. In Chapter I, the media landscape of the October protests was reconstructed and a conceptual framework was developed. Also in this section a discourse analysis methodology was applied to the visual content of the aforementioned media and focused on two digital platforms: *Instagram* and *Twitter*, and a paper was written whose results allowed the elaboration of a multimedia project that expanded the perspective of representations of indigenous people towards the documentary panorama. This project is detailed in Chapter II.

Finally, in Chapter III several conclusions were recorded that are summarized into the political crisis of October 2019 showing a discursive, social and political dispute over image and visibility, in addition to a representation crisis in which *El Comercio* created a discourse that interpreted the indigenous from subversion,

while *Wambra* interpreted the indigenous from collaboration, tradition and interculturality.

Key words: Ecuador, digital media, protests, political crisis, indigenous people.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| Introducción..... | 13 |
| Objetivos..... | 18 |
| Diseño Metodológico | 18 |
| Capítulo1: Periodismo comunitario y tradicional: Representaciones en los contenidos digitales durante la crisis de octubre 2019 | 23 |
| 1.1 Contexto Histórico..... | 23 |
| 1.2 Marco referencial..... | 31 |
| 1.3 El <i>paper</i> para la revista científica | 36 |
| 1.4 <i>Paper</i> elaborado..... | 37 |
| Capítulo 2: El reportaje multimedia como herramienta de materialización de este estudio..... | 59 |
| Capítulo 3: Conclusiones y recomendaciones | 66 |
| Referencias bibliográficas | 70 |
| Anexo A: Matriz..... | 72 |
| Anexo B: Lista de preguntas para las entrevistas | 72 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Análisis del nivel del relato en <i>Wambra</i> | 54 |
| Tabla 2: Análisis del nivel del relato en <i>El Comercio</i> | 55 |
| Tabla 3: Cronograma del trabajo total de titulación | 60 |
| Tabla 4: Presupuesto de seis meses para proyecto web..... | 61 |

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Gráfico 1: Plataforma con más actividad | 47 |
| Gráfico 2: Dinámica de publicación por fecha | 48 |
| Gráfico 3: Tipos de fuentes predominantes..... | 49 |
| Gráfico 4: Ejes de las noticias | 51 |
| Gráfico 5: Subtemas tratados..... | 52 |
| Figura 1: Captura de pantalla de la portada de proyecto multimedia | 63 |
| Figura 2: Captura de pantalla del reportaje web..... | 64 |
| Figura 3: Captura de pantalla de la galería de fotos | 64 |
| Figura 4: Captura de pantalla del video para web | 65 |

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación constituyen un pilar fundamental en la sociedad, no solo por ser fuentes de información, sino por ser, principalmente, creadores de imaginarios sociales y generadores de opinión pública. Por esta razón, es sumamente importante el estudio de sus contenidos y de sus representaciones en cuanto a temas que son elementales para este país que se reconoce “según la Constitución” como un territorio intercultural y plurinacional.

Sin embargo, a pesar de constar como un derecho en la Constitución y de que la Ley Orgánica de Comunicación dispone la asignación de hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario, y el 66% del espectro restante para el sector público y privado (no debiendo exceder la asignación de frecuencias al sector público un porcentaje del 10% del espectro) más del 90% de los medios está en manos privadas. “Los principales actores de los medios ecuatorianos son los grupos *El Universo* (medios gráficos, radio y televisión), *El Comercio* (medios gráficos y radio) y Fidel Egas (medios gráficos y televisión)” (Gehrke, et al, 2016, p.6).

Actualmente la brecha que existe entre frecuencias asignadas a medios públicos, privados y comunitarios es bastante grande, por lo que el espacio digital se ha vuelto una alternativa importante para la difusión de contenidos de los medios comunitarios. Incluso, según el estudio del Estado Digital de Ecuador de Mentinnos, existe un 50% de reducción en el promedio de las audiencias de televisión y prensa, desde el 2010 hasta el 2020. Lo cual podría indicar que gran cantidad del público ha migrado al campo digital para el consumo de información coyuntural (2021, p.73).

El periodismo comunitario es sumamente importante, ya que su gestión y dirección corresponde a colectivos u organizaciones sociales que son esenciales para el desarrollo de las comunidades locales, para crear espacios de cuestionamiento, colaboración y

diálogo alternativo, y para fortalecer la interculturalidad, pluralidad, y diversidad. La comunicación comunitaria e independiente en Ecuador se volvió una alternativa a modelos obsoletos de representación y los espacios digitales se han convertido en un campo libre para la difusión de contenidos que surgen desde la propia perspectiva indígena y que le apuestan a la comunicación horizontal, a la auto gestión, al diálogo participativo, la colaboración y a la auto representación. (Ramírez Campos, 2018).

Un suceso histórico que plasmó con claridad la relevancia que tiene el mensaje de los medios de comunicación en la construcción de nuestras concepciones, decisiones, posturas sociales y políticas fue la crisis política que suscitó en octubre del 2019. Durante once días, del 2 al 13 de octubre, Ecuador vivió un panorama de protestas sociales, demandas y movilizaciones desde la sociedad civil contra las medidas y paquetes económicos acogidos por el presidente Lenín Moreno.

El país entero entró en conmoción al atravesar un paisaje de inconformidad social, movilización, intimidación estatal, represión y una comunicación sumamente polarizada. La producción comunicativa en el contexto de protestas fue fundamental, sobretodo al verse las redes y plataformas digitales, saturadas de información que mostraba y creaba un discurso que promovía la difusión de información por parte de los propios actores civiles, consecuencia de la inconformidad con el contenido compartido por los medios tradicionales, fundamentada en el silencio y el cerco mediático.

Si bien existe un amplio espectro de trabajos académicos, análisis y estudios acerca del papel que cumplieron los medios de comunicación en la crisis política del 2019 (Tapia Inga, 2020; Tamayo Castañeda, 2020; Pérez, 2020; Clavijo, 2020; Tapia, Castro, 2019; Yuquilema Yupanqui, 2019; Ramírez Gallegos, 2020; León, Vega, Laso, Rodrigo-Mendizábal, Reyes, Zambrano, 2021; et al) no existe un análisis comparativo de los contenidos informativos visuales que suscitaron en ese momento en el espacio digital,

considerando lo fundamental que fue este para la difusión de información por parte de los medios comunitarios e independientes que representaban a la voz indígena, y que, claramente, no contaban con un espacio significativo en las plataformas tradicionales (radio, televisión, prensa).

La crisis política del 2019 fue un momento social que determinó un auge importantísimo de contenido mediático informativo independiente y proveniente de los medios comunitarios. A partir de esta eventualidad, se podría decir que los medios comunitarios digitales han ganado fuerza y popularidad sobretodo en las audiencias jóvenes, abriéndose amplio camino en la opinión pública. Esto hace que sea tan importante el estudio de los contenidos generados en esta temporalidad, para entender la incidencia del periodismo comunitario en la actualidad, en los contextos políticos actuales y el alcance que pueden llegar a tener en las audiencias, además de comprender la importancia que tienen las representaciones que crean los medios de comunicación en las opiniones y posturas que adoptan los diferentes grupos sociales que conforman la sociedad ecuatoriana, hacia los fenómenos políticos, sociales y hacia el propio periodismo comunitario.

Por ejemplo, en la primera vuelta electoral de las pasadas elecciones, que se realizó en febrero de 2021, los resultados se proclamaron oficialmente una semana después tras las denuncias de recuento, debido a que los resultados mostraron que los dos candidatos que pasaban a segunda vuelta eran Andrés Arauz (de la alianza Centro Democrático-Fuerza Compromiso Social), y Guillermo Lasso (de la alianza Creo-PSC), cuando por otro lado, Yaku Pérez candidato del movimiento indígena Pachakutik, obtuvo el triunfo en 13 provincias de la Sierra y la Amazonía con un porcentaje relativamente parejo al de Lasso. Finalmente, Pérez quedó en tercer lugar con 19,39% de votos, mientras que el avance del recuento de actas, mayoritariamente en Guayas, permitió que Lasso supere este

porcentaje a último minuto, alcanzando el 19,74% y posicionándolo en la segunda vuelta junto a Arauz (Primicias, 2021).

Estas cifras son importantes ya que muestran que Lasso superó a Pérez por un porcentaje mínimo, y esto quiere decir, que el movimiento indígena ha ganado fuerza y visibilidad dentro del panorama político de una manera nunca antes vista. Y, sobre todo, ha ganado soporte dentro de la sociedad civil joven y militante que fue participe activa de las manifestaciones de octubre del 2019, y que logró, junto al propio pueblo indígena, posicionarse dentro de la opinión pública a través de la difusión de su propio contenido informativo en redes.

La Ley Orgánica de Comunicación, establece en su Artículo 36:

El derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su contenido comunicacional (Ley Orgánica de Comunicación, 2019).

Por otro lado, la Constitución ecuatoriana aprobada en el 2008 también establece como un derecho la creación de medios de comunicación públicos, privados, y comunitarios y el acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias de radio y televisión. Este contexto es el que ha permitido que “los medios comunitarios sean reconocidos como actores trascendentales del sistema de comunicación, después de años de haber sido

limitados por la ley e invisibilizados por las políticas públicas” (Acosta, Calvopiña, Cano, 2017, p.5).

Según Diego Pérez, el tratamiento de los temas interculturales por parte de los medios tradicionales ha mostrado hasta la actualidad la permanencia de estigmas y de la subvaloración hacia la población indígena como sujetos políticos, al crear, en primer lugar, discursos que fomentan la idea de la disputa por el espacio público, comprendido como un campo de tensiones, divergencias y lucha de clases. Y, en segundo lugar, por la construcción del imaginario discriminatorio en contra del indígena desde el discurso mediático, traducido en formas de diferenciación, exotización, exclusión social y legitimización de lógicas hegemónicas (2020).

Por esta razón, los grupos y movimientos indígenas han enfocado sus esfuerzos, entre otras varias demandas por el reconocimiento de derechos colectivos, en visibilizar la urgencia de transformar y desmontar la visión dominante que existe en cuanto a las formas de representación desde los medios masivos, las cuales han naturalizado la discriminación hacia los grupos sociales que son minoría; entre ellos los pueblos y nacionalidades indígenas, que han sido objeto de estereotipos y excluidos en los mensajes producidos a través de radio, prensa y televisión (Canterón, 2018).

El periodismo comunitario figura una alternativa a la representación hegemónica que se sigue perpetuando, representa los modelos propios de comunicación y de auto representación, siendo gran representativo del cambio social (Gumicio, 2001). En ese contexto, este estudio pretende enfocarse alrededor de la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de los contenidos visuales y audiovisuales en línea generados por los medios de comunicación tradicionales y de los generados por los medios comunitarios durante la crisis política de octubre del 2019, y cómo estos fortalecen sus discursos y los imaginarios sociales?

OBJETIVO GENERAL

Analizar a modo comparativo las características de los contenidos visuales difundidos por los medios de comunicación tradicionales y comunitarios en línea durante la crisis política de octubre del 2019, para evidenciar su trascendencia en la creación de representaciones sociales que fortalecen los discursos de los medios de comunicación y de la sociedad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir el panorama de las protestas de octubre en el que se enfatizará la cobertura mediática.
- Diseñar y aplicar una metodología de análisis del discurso en el contenido visual producido por los medios de comunicación *El Comercio* y *Wambra*
- Redactar un paper cuyos resultados me permitirán elaborar un proyecto multimedia enfocado en las representaciones de los contenidos digitales difundidos durante la crisis de octubre del 2019.

DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo académico es descriptivo porque busca responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de los contenidos visuales en línea generados por los medios de comunicación tradicionales y de los generados por los medios comunitarios durante la crisis política de octubre del 2019?

Este tipo de investigación es aquella que se centra el análisis en la descripción y observación de fenómenos y cosas observadas, a través de la utilización de una metodología cualitativa. La investigación cualitativa “se nutre epistemológicamente de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico” (Monje Álvarez, 2011, p.12).

Es decir, esta investigación busca dar la mayor cantidad de detalles y características posibles sobre los contenidos visuales en línea difundidos durante la crisis política de octubre del 2019, con el fin de comprender su importancia al momento de la creación de representaciones que se generaron en los medios de comunicación tradicionales y los medios comunitarios, fortaleciendo estas a su vez, a sus discursos. Este estudio es importante ya que, al final, son estos discursos los que fomentaron la división de percepciones y la segregación en la opinión pública, lo cual alimentó un fenómeno social que hasta el día de hoy afecta en nuestras percepciones políticas y étnicas.

El análisis de discurso se refiere, según Rodrigo,

al estudio de las producciones simbólicas, ya sea escritas o habladas, que tienen un orden y una coherencia y que son producidas en el marco de una interacción en el que el emisor legitima “su” mundo. Aunque se parte de la consideración que el objeto simbólico es siempre lingüístico, nosotros delimitamos su campo al hecho que mas bien tal objeto siempre es codificado y no necesariamente lingüístico dándonos la posibilidad de encerrar en el análisis de discurso expresiones como los audiovisuales o la misma interacción humana sobre lo que sustenta sus definiciones la etnometodología” (1999, pg.114).

Es decir, se hizo un análisis de las producciones simbólicas que hay en los contenidos difundidos durante el contexto previamente mencionado, y se llevó a cabo los objetivos de esta investigación desde diferentes niveles de análisis utilizando la teoría del autor Ivan F. Rodrigo Mendizábal, quien propone hacer el análisis de discurso a través del nivel del relato, nivel del contexto, y el nivel ideológico.

El nivel del relato, comprende el conocer el objeto de estudio y la interiorización hacia su estructura. El nivel de contexto se alimenta del análisis del primer nivel, pero también de las informaciones y del análisis socio-cultural de la realidad a la cual se refiere o la refleja. Y, el nivel ideológico es el que fundamentalmente observa los aspectos de representación y eficacia del discurso como tal (Rodrigo, 1999, pg. 129).

El primero y segundo niveles de análisis se realizaron por medio de la aplicación de una matriz, en la cual se registró el contenido visual y audiovisual difundido por *El Comercio* y *Wambra* únicamente en *Instagram* y *Twitter*, ya que son las dos plataformas más amigables con los formatos visuales y audiovisuales noticiosos, desde el 1 de octubre hasta el 13 de octubre que finalizó la protesta indígena. Según el estudio del Estado Digital de Ecuador de Mentinno, hasta enero del 2021 existían 14,25 Millones de usuarios con acceso a internet y 14 Millones en Redes Sociales. 5,2 Millones de esa audiencia está en Instagram y 1M en Twitter (2021, p. 16).

Otro filtro de estudio es que solo se analizó los contenidos que están enfocados en el movimiento y los actores indígenas. Por tanto, en la matriz se aplicaron los siguientes niveles de análisis: Datos de identificación y Nivel del relato (dentro del cual está también el Nivel del contexto).

Este método fue empleado en los contenidos en línea publicados por *El Comercio* y el medio digital comunitario *Wambra* ya que son dos medios generalistas, que presentan información en formato digital, y representativos del panorama nacional y del panorama de protestas indígenas durante octubre del 2019.

Diario *El Comercio* es uno de los grandes medios de comunicación privados, representante del diarismo, que con el tiempo se ha adaptado a las plataformas digitales

y funciona con un modelo de comunicación masiva. Actualmente *El Comercio* cuenta con 990 mil seguidores en *Instagram* y 1,869,552 seguidores en *Twitter*.

Por otro lado, *Wambra* es un medio nativo digital que por muchos años tuvo el objetivo de conseguir una frecuencia radial y poder posicionarse entre los demás medios de comunicación. Al no conseguirlo, afianzó su contenido y audiencia en las plataformas digitales y en la actualidad representa uno de los medios comunitarios con mayor audiencia y fue uno de los que mayor presencia tuvo en la crisis política del 2019. Actualmente cuenta con 19,7 mil seguidores en *Instagram* y 41,840 seguidores en *Twitter*.

Por esta razón, encuentro relevante el análisis de los contenidos visuales a manera comparativa de estos dos medios de comunicación, ya que sin duda sus discursos pueden incluir representaciones con tendencias diferentes, al tener dos modelos de comunicación distintos.

Para el tercer nivel de análisis que corresponde al nivel ideológico, se hizo una selección de 10 elementos visuales que fueron los más relevantes en cuanto a la interactividad generada. Dentro de estos 10 elementos, 5 son de *El Comercio* y 5 de *Wambra*, 2 son videos y 3 son fotografías, y en estos se procedió a hacer el análisis de representación o discurso como tal.

Por ultimo, para sustentar y expandir la perspectiva del análisis de discurso y las conclusiones, se realizaron 5 entrevistas y se utilizaron ciertas reflexiones del conversatorio realizado por el área de comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar acerca de los primeros hallazgos y avances del proyecto colectivo de investigación “Octubre de 2019: discursos e imaginarios de la movilización social en medios e hipermedias de comunicación”, en la cual aportaron 5 docentes del área de comunicación.

Las entrevistas se realizaron a 4 fotógrafos documentales que cubrieron las marchas del paro nacional del 2019, representando a colectivos de fotografía o/y a medios internacionales: Eduardo León, David Díaz, Johana Alarcón e Isadora Romero. Esto con el fin de incluir sus reflexiones y proyectos visuales sobre el paro en el proyecto web realizado a partir de los resultados de esta investigación. También se realizó una entrevista a Consuelo Fernández-Salvador, antropóloga con interés en política e identidad en poblaciones indígenas, para apoyar al proyecto y a las conclusiones de este estudio.

CAPÍTULO 1

PERIODISMO COMUNITARIO Y TRADICIONAL: REPRESENTACIONES EN LOS CONTENIDOS DIGITALES DURANTE LA CRISIS DE OCTUBRE 2019

En este primer capítulo de la investigación se abordará en primer lugar el contexto en el que surgieron las manifestaciones de octubre del 2019, con el fin de conseguir un mejor entendimiento al momento de analizar la producción de contenido digital que tuvieron los medios de comunicación estudiados en esa temporalidad. Es decir, se reconstruirá el panorama mediático de las protestas octubrinas.

Y, por otro lado, este capítulo contiene el marco referencial que es sumamente relevante para definir ciertos conceptos que serán la base de este estudio académico. Con este punto de partida, se podrá dar paso a la elaboración de un *paper* donde constarán los resultados obtenidos mediante el diseño metodológico previamente establecido.

1.1 El contexto histórico del tema

La resistencia y los movimientos indígenas en el Ecuador

Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en 2010, el 7% de la población ecuatoriana es indígena. De acuerdo a Pérez, “la historia colonial y republicana del Ecuador señala innumerables episodios de sublevaciones indígenas” (2020), que como conocemos colectivamente, se remontan a la instauración del sistema colonial español. Así mismo Moreno (2014), apoya a esta idea al exponer que la población nativa de este país fue sometida a una situación colonial por parte de los conquistadores españoles, imponiendo los sistemas normativos y religiosos en función de una cultura dominante.

El sistema colonial trajo consigo grandes cambios para el país y sobretodo para las poblaciones indígenas que aquí habitaban. Era un sistema que estaba basado en la dominación y la explotación de la mano de obra, y que era sumamente excluyente para los nativos del continente. Estos grupos étnicos tuvieron que acoplarse a una sociedad discriminante que los invisibilizó, explotó, y que limitó el acceso a las tierras y a los derechos de los blanco-mestizos, (Larrea Maldonado, Montenegro Torres, Greene López & Cevallos Rueda, 2007).

Posterior a la independencia de la colonia española, históricamente se conoce que se constituyeron haciendas, donde se perpetuaron las dinámicas coloniales y se siguió utilizando la mano de obra indígena, hasta la implementación del huasipungo. Este contexto de opresión histórica hacia la población indígena, que se extiende también hacia todos los otros grupos sociales no hegemónicos, es el que desencadenó una serie de eventos revolucionarios y de protestas colectivas desde diferentes sectores de la sociedad, que siguen vigentes hasta el día de hoy.

Pérez menciona en su trabajo a un conjunto de primeras revueltas que suscitaron durante el periodo de 1871 en la parroquia de Yaruquíes (Riobamba). No obstante, añade que: “ninguno de estos levantamientos o insurrecciones indígenas dan cuenta del desarrollo de una agenda política en términos sustantivos, la creación de partidos o de su constitución como movimiento político” (2020, p. 222).

A inicios del siglo XX, con el apoyo del Partido Comunista se fundó la primera organización indígena del país, la Federación Ecuatoriana de Indio (FEI). Sin embargo, es importante señalar que Ramírez (2009) sustenta de alguna manera la idea de Pérez al mencionar que:

Antes de la creación del Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik
Nuevo País (PK), en 1995, el rendimiento electoral de las fuerzas de izquierda

en el Ecuador, a lo largo del vigente período democrático, fue modesto. Su constitución como movimiento político vino precedida por la eclosión, desde 1990, de una serie de levantamientos indígenas, coordinados por la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), que paralizaron al país y evidenciaron la irrupción política de un actor colectivo que incidiría, en adelante, no solo en el campo de la izquierda sino en la reconfiguración de la comunidad política (Ramírez, 2009, p. 65).

La constitución de una estructura sólida de demandas por parte de los movimientos indígenas dio como resultado ciertos principios que mejoraron significativamente el sector campesino, conformado por población mayoritariamente indígena. Esto quiere decir, que, en primera instancia, la aparición del movimiento indígena como actor político respondió a fenómenos relativos a los movimientos sociales y, en gran medida, esta lucha fue dirigida por el socialismo y la izquierda de la época.

Ayala (2011) expone que, al activarse el proceso organizativo del movimiento indígena, en 1986 se materializó la formación de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (también conocida como CONAIE), que “no solamente aglutinó la movilización de los indígenas, sino que también significó una postura de resistencia popular en contra del neoliberalismo” (Pérez, 2020, p. 223). Desde los años 70 y 80 las bases indígenas han estado presentes con gran fuerza en la política nacional. La presencia de su movimiento se incrementó cuando se empezaron a elegir a sus representantes en los espacios electorales y ya son bastantes años de presencia política junto con otros actores de izquierda.

Otro punto esencial de la historia es que, en 1996, las tendencias étnicas promovieron la formación del Movimiento Pachacutik, que con el tiempo se estructuró como el par político de la CONAIE, y en conjunto han sido relevantes políticamente. Estas dos

organizaciones prosperaron de la mano de un creciente número de indígenas electos para la representación popular, en diversas formas políticas, a nivel nacional (Ayala, 2011, p. 6)

En los últimos años del siglo XX, según Ayala (2011), las organizaciones expandieron sus proyectos a aspectos étnicos, de valoración de sus demandas, de reconocimiento de su agenda política, de sus reivindicaciones, y de reclamo al modelo neoliberal.

Desde la llegada de los 2000s, las peticiones se han ampliado al campo de la educación, en donde se demanda un modelo pedagógico basado en el lenguaje originario de estos pueblos, como una base que permita asegurar su identidad y la garantía de sus derechos. La lucha se ha enfocado, sin dejar de lado sus intenciones políticas iniciales, en integrar y fortalecer las nociones de diversidad en el país. Esto se traduce en proyectos de educación intercultural, por la búsqueda de un modelo donde la interculturalidad sea entendida como algo permanente en nuestra sociedad, y que permita una relación activa entre culturas para garantizar sociedades participativas y equitativas (Pérez, 2020).

Protesta de octubre del 2019

El 1 de octubre del 2019 el presidente ecuatoriano, Lenin Moreno, informó mediante una cadena nacional la aplicación del Decreto 883, un paquete de seis reformas económicas y laborales que elevarían la economía del país. Este aviso causaría una gran inconformidad y discordia entre varios sectores de la sociedad ecuatoriana, al mismo tiempo que, en algunos países del sur de Latinoamérica a finales de ese mismo año, surgió un conjunto de manifestaciones y levantamientos que exponían una clara tensión latente contra el desarrollo de Estados neoliberales sujetos en el autoritarismo y la precarización de las clases populares.

Entre las medidas económicas anunciadas estaban: el mantenimiento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en 12%, la eliminación del subsidio de gasolinas Extra y Diésel (ambas de consumo masivo) y la aclaración de que estas medidas eran parte de un acuerdo firmado con el Fondo Monetario Internacional (FMI) en marzo de ese mismo año, que permitiría el acceso a un crédito por más de 4.209 millones de dólares en tres años, de los cuales 900 millones ya habían sido desembolsados.

El 2 de octubre varias organizaciones y grupos sociales manifestaron su descontento y su rechazo oficial hacia estas medidas. Entre los principales opositores a este paquete de disposiciones estaban: el Frente Unitario de Trabajadores (FUT), el gremio de transportistas, la Confederación de Nacionalidades Indígenas (CONAIE), el Frente Popular y el Parlamento Laboral, quienes además anticiparon el inicio de jornadas de manifestaciones desde el 3 de octubre, que fue el día en el que entró en vigencia el Decreto 883.

De tal manera, desde el 3 de octubre empezaron a circular fotografías, noticias y demás información en los medios de comunicación y en redes sociales sobre el gremio de transportistas movilizándose, suspendiendo sus actividades y bloqueando calles y carreteras del país a manera de resistencia contra la liberación del subsidio de combustibles.

Esto solo sería el inicio de un panorama mediático, social y político sumamente peculiar y polarizado en el que afloró la presencia y el surgimiento de nuevas fuerzas sociales que reestructuraron el escenario de los movimientos sociales y la acción colectiva. El Ecuador vivió 11 días de fuertes protestas en las que participaron transportistas, indígenas, colectivos, feministas, médicos, socorristas, trabajadores y estudiantes.

El papel de los medios de comunicación frente a un panorama escabroso

La organización ecuatoriana Fundamedios, creada en 2007 con el objetivo de respaldar a los medios de comunicación y periodistas en cuanto a temas de atentados contra la libertad de expresión o amenazas, verificó durante toda la jornada de protestas un acentuado discurso estigmatizante contra la prensa. Algunas consignas muy presentes en las manifestaciones fueron “prensa corrupta”, “prensa vendida”, “prensa mentirosa”, reflejando una clara disconformidad hacia la labor periodística que era sentenciada de no ser imparcial y cubrir hechos que solamente servían al Gobierno (Fundamedios, 2019).

César Ricaurte, director ejecutivo de Fundamedios, presentó un informe a la Comisión Especial Ocasional Multipartidista, que expone lo que pasó durante el paro nacional, en el cual hubo 116 agresiones contra medios y periodistas (incluyendo fotógrafos, camarógrafos, comunicadores comunitarios); 138 periodistas agredidos, de los cuales, en 18 casos la agresión venía a manos de desconocidos, 35 a manos de la Fuerza Pública, y en 53 casos por los manifestantes. Además, se conoció de ataques a 20 medios de comunicación, censuras, detenciones arbitrarias, amenazas y cierre de medios como el caso de radio Pichincha Universal (Fundamedios, 2019).

Para los grupos de oposición y demás actores manifestantes ciertos medios de comunicación privados presentaron información manipulada, censurada, sesgada y no objetiva. Estas representaciones creadas en el panorama mediático llevaron a una suerte de polarización y división en la población ecuatoriana que exaltaba el lado del racismo, clasismo y machismo que sigue arraigada en nuestros tejidos más profundos y que han consolidado de forma sistemática esta fisura social que nos sigue lastimando profundamente como sociedad.

Frente a este contexto, los comunicadores independientes, medios comunitarios y alternativos comprometidos con la lucha popular y conocedores de una realidad de

monopolio en la comunicación e información ecuatoriana hicieron un llamado urgente a romper con el cerco mediático. Según Tapia y Castro de Kapari Comunicación:

Ante al cerco mediático implantado en el país durante 11 días de paralización y la posterior campaña de desprestigio al movimiento indígena, las plataformas oficiales del movimiento indígena se convirtieron en las voceras oficiales de la información que ocurría en el lugar de los hechos. Las estadísticas de alcance de los portales de Conaie y Confeniae ilustran el crecimiento de estos canales digitales al que acudió la población para informarse sobre los acontecimientos del paro nacional, logrando un alcance que superó los 75 millones de visualizaciones en Facebook durante los 30 días de paro y post paro (Red Kapari).

La CONAIE incluso invitó en un comunicado a hacer uso del derecho constitucional a la comunicación e información, es decir, invitó a actuar a los medios comunitarios, alternativos, populares y sus plataformas digitales, para

Romper con el cerco mediático impulsado por la hegemonía de los monopolios de comunicación nacionales, y de esta manera, dotar de información verificada, verificable y desde el lugar de los hechos a la ciudadanía, estableciendo un flujo de información permanente que permitió visibilizar y contrastar los hechos que ciertos medios convencionales ocultaron y descontextualizaron en sus emisiones (CONAIE, 2019).

Se conoció también de medios internacionales que intervinieron en la discusión sobre la cobertura mediática que se estaba ejerciendo durante esta crisis, e incluso cubrieron los

hechos y verificaron la información. Por ejemplo, el medio ruso *Russia Today*, comentó que muchos medios

Confundieron cobertura con su acepción de encubrir o tapar. Crearon tendencias nacionales con transmisiones de series como Bob Esponja durante la grave convulsión social que vivía el Ecuador. Quitaron los micrófonos a testimonios contrarios al gobierno y se los dieron a comentarios que promovían racismo y discriminación (Red Kapari).

Por otro lado, mediante el ejercicio civil e independiente de la información, se difundieron miles de noticias en las redes sociales, entre las que constataban aquellas de que ocho personas habían muerto por la violencia estatal, más de mil personas habían sido encarceladas por resistencia, miles de personas, entre ellos miembros de la Policía Nacional, estaban heridas en los distintos puntos del país.

El 25 de octubre, el presidente de la Confederación de Nacionalidades Indígenas (CONAIE), Jaime Vargas, se pronunció públicamente para acusar a varios medios de comunicación de difundir información falsa durante y después del paro nacional. Manifestó un rechazo frontal hacia la actuación de los medios de comunicación masiva del Ecuador ya que estos habían tergiversado la información que el movimiento indígena expresó. Según el dirigente, los canales y periódicos masivos resaltaron en sus narrativas que con el levantamiento indígena se iniciaron los saqueos y demás actos delincuenciales. “No han hecho entender al país que el levantamiento fue de todos los pueblos y de todas las organizaciones” (Vargas, 2019).

Todos estos acontecimientos crearon una evidente división en el país, en la que, por un lado, estaba el sector de clase alta - media alta, el cual consumía mayormente noticias

provenientes de los medios privados (dependientes de las voces oficiales políticas gubernamentales y oficiales públicas) y que se oponía al paro desde su preocupación por la afectación económica que este causaría. Y, por otro lado, estaban los muchos otros sectores sociales que apoyaban las manifestaciones desde diferentes motivaciones, y que se aferraron al consumo de contenido comunitario, digital, independiente y/o producido por los propios manifestantes. Un contenido que a la vez alimentaba la manifestación en la calle, volviendo al espacio digital, también un espacio de protesta.

1.2 El marco referencial

Con el propósito de comprender claramente las dinámicas y modelos con los que trabajan los medios de comunicación en nuestra sociedad, y cómo estos dan espacios y características a los grupos sociales desde sus percepciones e intereses, es necesario tomar en cuenta y definir ciertos conceptos.

Partiendo de que este estudio se enfoca en las representaciones que se construyeron en los contenidos visuales difundidos por los medios digitales durante la crisis política de octubre, es preciso, en primer lugar, definir qué es la representación, aclarando que “algunos autores señalan que en su búsqueda han definido esta palabra como parte de la comunicación y desde los estudios culturales señalando la dura tarea de encontrar su real significado” (Conterón, 2018, p.21).

El autor Stuart Hall define al concepto del modo siguiente:

Representación es la producción de sentido de los conceptos en nuestra mente mediante el lenguaje. Es el vínculo entre los conceptos y el lenguaje el que nos capacita para *referirnos* sea al mundo "real" de los objetos, gente o evento,

o aun a los mundos imaginarios de los objetos, gente y eventos ficticios (Hall, 1997, p.4).

Por otro lado, el autor hace énfasis en otro elemento que se debe entender, que es el "sistema de representación" el cual se refiere a la manera de organizar, relacionar y establecer cada uno de esos conceptos que se menciono con anterioridad desde la semejanza y la diferencia.

Los seres humanos a través de nuestras representaciones vamos creando nuestras formas de ver al resto del mundo y vamos construyendo también nuestra forma de identificarnos, y, por ende, diferenciarnos de otros grupos sociales. Para el autor, cada individuo tiene una percepción del mundo, y de su entorno totalmente diferente, sin embargo, compartimos los mismos mapas conceptuales, y a esto lo define como cultura. Vamos construyendo una realidad en conjunto (cultura) conformada por varios sentidos. “Representación es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Pero implica el uso del lenguaje, de los signos e imágenes que están por, o representan cosas” (Hall, 1997, p.2).

Por otro lado, el autor Alejandro Raiter define al concepto de representación como:

La imagen (mental) que tiene un individuo cualquiera, es decir, un hablante cualquiera de cualquier comunidad lingüística, acerca de alguna cosa, evento, acción, o proceso que percibe de alguna manera. Esta representación -en la medida en que es conservada y no reemplazada por otra- constituye una creencia (o es elemento de una creencia) y es la base del significado que adquiere cada nuevo estímulo relacionado con esa cosa, evento, acción o proceso (Raiter et al., 2002, p.9).

Para esta producción investigativa trabajaré con esta definición y el estudio general sobre las representaciones sociales que proponen los autores Alejandro Raiter et al.

Es importante mencionar que las representaciones no se generan solamente a través del lenguaje oral, sino que podemos construir representaciones importantes por lo que nos comunica una imagen, o símbolo y es aquí en donde la comunicación juega un papel fundamental para la construcción de los imaginarios de realidades y sociedades.

Los medios de comunicación y todos los formatos de difusión masiva como el cine, la televisión, los libros, etc, han sido los que a través del tiempo comunican y construyen parámetros de cómo o qué es lo que una sociedad debería ser y lo que significa ser parte de la misma. Como menciona Raiter: “en una sociedad determinada nos comunicamos desde roles sociales (padres, docentes, amigos, funcionarios, políticos, periodistas), y los distintos roles sociales no tienen las mismas posibilidades de enunciar, ni lo que enuncian tiene el mismo prestigio...” (Raiter et al., 2002, p.15). Por esta razón, cada grupo social aporta a los imaginarios y representaciones desde su posición y posibilidad de comunicar, y en ese sentido, se ha creado una visión y norma cultural aceptada desde los grupos dominantes.

Al hablar de medios tradicionales hago referencia a los medios de comunicación que se manejan desde un modelo masivo de comunicación y apegado a una línea editorial determinada por el grupo económico o social que sustenta este medio o organización. El medio tradicional bien podría ser público o privado, ya que estos dos comúnmente se manejan bajo los mismos modelos de comunicación, difiriendo del medio comunitario que tiene otros estándares de difusión de información. Según el sociólogo alemán Niklas Luhmann (2007), todo lo que sabemos acerca de la realidad, lo conocemos por los medios de comunicación de masas. Luhmann se refiere al sistema de los medios de comunicación de masas como “al conjunto de aquellas comunicaciones sociales que se sirven de medios

técnicos de reproducción masiva para propagarse”. El aspecto fundamental del modelo de medios de comunicación de masas corresponde a su factor comunicativo elemental: “entre el emisor y el receptor no debe haber interacción entre presentes” (2007, p.3).

Becerra y Arreyes, proponen que:

Se trata de una comunicación que se encuentra “desacoplada” y requiere de una doble selección que no se puede coordinar en el mismo acto comunicativo: por un lado, el emisor (las organizaciones que producen la comunicación -a las que nos referiremos como “mass media”) debe suponer por parte del receptor (el público masivo) el interés y la capacidad para aceptar su oferta comunicativa; mientras que por otro lado, el receptor debe suponer la disposición del emisor a generar dicha oferta (2013, p.50).

En sentido contrario, la comunicación comunitaria, también llamada popular o alternativa propone espacios diferentes de comunicación que surgen debido a la necesidad de “una enorme cantidad de organizaciones y movimientos sociales que están pugnando por hacerse ver y escuchar” (Mata et al., 2009, p.22). Según Frances J. Berrigan:

Los medios de comunicación comunitaria son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta. Se trata de unos medios de comunicación a los que tienen acceso los miembros de esa comunidad, con fines de información, educación o esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad. La comunicación comunitaria

designa un intercambio de puntos de vista y de noticias, y no una transmisión de una fuente a otra (1981, p.7-8).

En ese contexto, la participación significa el pilar fundamental de la comunicación comunitaria. “Los principales componentes que caracterizan a la comunicación participativa se relacionan con su capacidad de involucrar a los sujetos humanos del cambio social en el proceso de comunicar” (Gumucio, 2001, p.38).

El periodismo comunitario se ha convertido en una importante herramienta de transformación social, ya que en este se ejercita del derecho a la comunicación al estar comprometido con el desarrollo de la comunidad. Los medios comunitarios según la Ley Orgánica de Comunicación son “aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a los movimientos y organizaciones sociales, colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, universidades y escuelas politécnicas, mediante los cuales ejercen el derecho a la comunicación democrática [...] no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (2019).

A diferencia del medio tradicional masivo, el medio comunitario permite a las comunidades expresar sus preocupaciones desde su propia voz, siendo una experiencia colectiva, y no unilateral de difusión. Es importante considerar que, aunque las plataformas digitales permiten la interacción y la retroalimentación entre el emisor y receptor incluso en los modelos de comunicación masiva, no existe un verdadero ejercicio de colaboración con la comunidad en la difusión comunicacional masiva. El periodismo comunitario se ha formado desde “la necesidad de iniciativas de comunicación participativa donde la comunidad tenga los medios para expresar lo que piensa sobre sus problemas, sobre su presente y sobre su futuro” (Gumucio, 2001, p.35).

Por último, considero importante mencionar que, aunque “la participación y el acceso a la comunicación constituyen un peligro para los intereses” de modelos como el

comunicacional mediático masivo (Berrigan, 1981), “la comunidad o lo comunitario no puede ser nunca el paraíso. No sólo porque siempre va a existir el conflicto, sino porque en cualquier proceso de interacción humana y social está presente el poder y la lucha por el mismo” (Mata et al., 2009, p.26). Con esto me refiero a que el periodismo comunitario no está exento de problemáticas, al ser ejercido por grupos humanos que se conforman también por sistemas de estratos sociales e intereses.

1.3 El *paper* para la revista científica

El paper académico *periodismo comunitario y tradicional: representaciones en los contenidos digitales durante la crisis de octubre 2019* ha sido escrito para una posible publicación en la revista Latinoamericana de Comunicación *Chasqui* en la sección “Informe”. Esta revista editada por el *Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL)* se especializa en el campo del estudio de la comunicación, y participa activamente en el debate científico y social sobre políticas y estructuras de comunicación, periodismo, etc.

Sus normas de publicación establecen un título en español, inglés y portugués de máximo 15 palabras. También debe constar un resumen de extensión de 80 a 120 palabras, igualmente en los 3 idiomas anteriormente mencionados, además de entre 4 a 6 palabras clave. La extensión del artículo debe ser de entre 5000 y 6500 palabras con tipografía Arial. El cuerpo del texto debe tener tamaño 11, espacio de 1 ½ pts. entre líneas, y alineación justificada. Los márgenes de página deben ser de 2,5 cm a cada lado y el tamaño de la hoja A4. Al final del artículo la bibliografía debe organizarse alfabéticamente de acuerdo al apellido de los autores y siguiendo los parámetros de las normas APA sexta edición.

En esa revista se difunden artículos académicos que son “un tipo especial de documento que contiene ciertas clases determinadas de información en un orden establecido” (Day, R. 1996, p.10). El paper académico principalmente responde al objetivo de “difundir las conclusiones generadas de una investigación, y es producido para ser publicado en una revista académica especializada en un área del conocimiento, que responde a una superestructura determinada. Este género puede clasificarse según su función, su finalidad y su formalidad” (Manrique, B. 2008, p.43).

1.4 El *paper* elaborado

Periodismo comunitario y tradicional: representaciones en los contenidos digitales durante la crisis de octubre 2019

Andrea Valeria Aguirre Noboa, USFQ, aaquirren@estud.usfq.edu.ec

Resumen: Este *paper* académico realizó un análisis de discurso sobre la población indígena en el contenido visual en línea publicado durante el paro de octubre del 2019, de un medio tradicional (*El Comercio*) y un medio comunitario (*Wambra*). Se analizaron a manera comparativa 231 elementos visuales de estos medios publicados en las plataformas de *Instagram* y *Twitter*, corroborando con estos, las diferencias en los discursos de los medios y exponiendo la clara disputa discursiva, social y política que se reflejó en el tratamiento mediático de este contexto. Además, se manifestó que la visualidad (y las representaciones que exhibe) jugó un papel fundamental dentro del conflicto, al estar, hasta la actualidad, enfocada en todos los debates y discusiones.

Palabras Claves: Ecuador, medios digitales, protestas, interculturalidad, crisis política del 2019, indígenas.

Abstract: This academic analyzed the discourse on the indigenous population in the online visual content published during the October 2019 strike, from a traditional medium (*El Comercio*) and a community medium (*Wambra*). 231 visual elements of these media published on *Instagram* and *Twitter* platforms were analyzed comparatively, corroborating with them the differences in this media discourses and exposing the clear discursive, social and political dispute that was reflected in the media treatment of this

context. In addition, it was stated that visuality (and the representations it exhibits) played a fundamental role within the conflict, being, until now, focused on all debates and discussions.

Keywords: Ecuador, digital media, protests, interculturality, political crisis of 2019, indigenous people.

Resumo: Este artigo realizou uma análise do discurso sobre a população indígena no conteúdo visual online divulgado durante a greve de outubro de 2019, a partir de um meio tradicional (El Comercio) e um meio comunitário (Wambra). 231 elementos visuais dessas mídias veiculados nas plataformas Instagram e Twitter foram analisados comparativamente, corroborando com eles as diferenças nos discursos midiáticos e expondo a nítida disputa discursiva, social e política que se refletiu no tratamento midiático desse contexto. Além disso, foi afirmado que a visualidade (e as representações que exhibe) teve um papel fundamental no conflito, estando, até agora, centrada em todos os debates e discussões.

Palabras claves: Ecuador, medios digitales, protestas, interculturalidad, crisis política do 2019, indígenas.

Introducción:

Los medios de comunicación figuran una base de la estructura social, no solo porque son principales fuentes de información, sino también, porque son los creadores primordiales de imaginarios sociales y opinión pública. El estudio de su contenido es muy importante porque las representaciones que producen son parte de un discurso, y este impone o crea parcialmente una interpretación de la realidad que contiene a los problemas básicos de este país, reconocido en la Constitución como “territorio intercultural y plurinacional”.

Esos discursos se pueden rastrear en distintos momentos, y un suceso histórico reciente para el Ecuador que demostró claramente la relevancia que tiene el mensaje mediático en la construcción de nuestras concepciones, decisiones, posturas sociales y políticas, fue la serie de protestas que suscitaron en octubre del 2019.

Dentro del panorama de los medios ecuatorianos, la Ley Orgánica de Comunicación estipula que el 34% del espectro radioeléctrico se debe asignar al sector comunitario y el 66% restante del espectro se debe asignar al sector público y privado. A pesar de

esto, y de que la interculturalidad y plurinacionalidad constan como un derecho en la Constitución, más del 90% de los medios de comunicación está todavía en manos privadas. Según Gehrke, et al: “los principales actores de los medios ecuatorianos son los grupos *El Universo* (medios gráficos, radio y televisión), *El Comercio* (medios gráficos y radio) y Fidel Egas (medios gráficos y televisión)” (2016, p.6).

La brecha que existe entre frecuencias asignadas a medios públicos, privados y comunitarios sigue siendo significativa, por lo que el espacio digital se ha vuelto una importante alternativa para la difusión de contenidos que provienen de los medios comunitarios e independientes. Según el estudio del *Estado Digital de Ecuador de Mentinno* existe un 50% de reducción en el promedio de audiencias en televisión y prensa, desde el 2010 hasta el 2020. Esto es un claro indicativo de que mucha de esta audiencia ha migrado al mundo digital para consumir noticias (2021, p.73).

Los modelos comunicacionales alternos son relevantes en el Ecuador, porque su gestión y dirección corresponden a grupos u organizaciones sociales que participan activamente del desarrollo de las comunidades locales, creando espacios de cuestionamiento, cooperación, diálogo alternativo y fortaleciendo la multiculturalidad, el pluralismo y la diversidad.

A su vez, la comunicación comunitaria se ha convertido en una alternativa a los modos de expresión obsoletos y el espacio digital es actualmente un campo libre para la difusión de contenidos que se crean desde la propia voz indígena o comunitaria, y partiendo desde principios de comunicación horizontal, autogestión, diálogo participativo, colaboración y autor representación (Ramírez Campos, 2018).

Desde esos medios se registró lo que ocurrió durante once días, del 2 al 13 de octubre, en el país. La noche del 1 de octubre de 2019, Lenin Moreno informó a través de una Cadena Nacional sobre la implementación de seis medidas económicas y laborales que promoverían el desarrollo económico del país, en acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI). Esto dio inicio a un paisaje mediático, social y político sumamente peculiar y polarizado en el que se elevó la presencia de nuevas fuerzas sociales que reestructuraron el panorama de la acción colectiva. Ecuador vivió un escenario de demandas y movilizaciones contra el Decreto 883 acogido por el presidente en las que participaron transportistas, indígenas, colectivos, feministas, médicos, socorristas, trabajadores y estudiantes.

La producción comunicativa en este contexto, fue esencial, sobre todo al verse las redes y plataformas digitales, saturadas de contenido que mostraba un discurso que promovía la difusión de información por parte de los propios actores civiles. Esto se dio, como consecuencia de la inconformidad con el contenido compartido por los medios tradicionales, denunciados de mantenerse en silencio, de falta de imparcialidad y de crear un cerco mediático.

Christian León, define a este panorama como “una expresión visual” que se manifestó como nunca antes, y según él existió una “crisis de representación” que generó el surgimiento de alternativas que estén al margen de estos canales tradicionales de representación, proponiendo nuevas formas de comunicación, de expresión, de política, de uso de las imágenes, y de uso de los medios. Estas nuevas formas de comunicación fueron las que redimieron de alguna manera la “crisis de representación” que estalló de manera problemática, y que todavía se sigue tratando de definir, y de medir en cuanto a los alcances que llegó a tener.

Hasta el presente, existe una amplia variedad de trabajos académicos y estudios acerca del rol que cumplieron los medios de comunicación en la crisis política del 2019 (Tapia Inga, 2020; Tamayo Castañeda, 2020; Pérez, 2020; Clavijo, 2020; Tapia, Castro, 2019; Yuquilema Yupanqui, 2019; Ramírez Gallegos, 2020; León, Vega, Laso, Rodrigo-Mendizábal, Reyes, Zambrano, 2021; et al) que han aportado a la interpretación de este conflicto desde otras entradas teóricas y con otros enfoques metodológicos. Pero ningún trabajo ha enfatizado en el análisis comparativo del contenido visual y audiovisual que retrató la participación indígena y que se generó en el espacio digital en ese momento. Partiendo de lo fundamental que fue este último para la transmisión de información por parte de los medios comunitarios e independientes que representaban a las bases indígenas, y que, claramente, no contaban con un espacio relevante en las plataformas tradicionales como la radio, televisión y prensa.

La crisis política del 2019 determinó una movilización importante de contenido alternativo y comunitario. Por esta razón, yo considero importante el estudio de los contenidos generados en esta eventualidad, para comprender, en primer lugar, la incidencia que ha ganado el periodismo comunitario y los representantes indígenas en los panoramas políticos y sociales actuales. Por ejemplo, considerando que Yaku Pérez fue el primer candidato a la presidencia, representante del movimiento indígena Pachakutik, que casi alcanza la segunda vuelta en febrero de este año.

Lo cual es indicio de que el movimiento indígena ha ganado apoyo dentro de la sociedad civil militante (que fue participe importante de la crisis política de octubre, y que alcanzó, junto al propio pueblo indígena, posicionarse dentro de la opinión pública a través de la producción de su propio contenido) ya que son estos sectores los que ahora eligen en pro de los representantes indígenas. Pérez, claramente, fue quien, en el campo político actual, hizo acopio de esa condensación social e histórica.

Y, en segundo lugar, para comprender el alcance que pueden llegar a tener los medios en general, y la importancia de sus representaciones en las opiniones y posturas que adoptan los grupos sociales que conforman la sociedad ecuatoriana.

Según Diego Pérez, el tratamiento de los temas interculturales por parte de los medios tradicionales ha mostrado, hasta la actualidad, la permanencia de estigmas y subvaloración hacia la población indígena como sujetos políticos, al crear discursos que fomentan la idea de la disputa por el espacio público, comprendido como un campo de tensiones, divergencias y lucha de clases. Y, por la construcción del imaginario discriminatorio en contra del indígena desde el discurso mediático, traducido en formas de diferenciación, exotización, exclusión social y legitimización de lógicas hegemónicas (2020).

Por esta razón, los grupos indígenas han dirigido sus esfuerzos, entre otras varias demandas, en la urgencia de transformar y desmontar la visión dominante que existe en las formas de representación desde los medios masivos, las cuales han naturalizado la discriminación hacia los grupos sociales que son minoría. El periodismo comunitario figura una disyuntiva a todo esto. Figura los modelos propios de comunicación y de auto representación, siendo parte importante del cambio social (Gumicio, 2001).

En ese contexto, este estudio pretende orientarse alrededor de la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de los contenidos visuales y audiovisuales en línea generados por los medios de comunicación tradicionales y de los generados por los medios comunitarios durante la crisis política de octubre del 2019, y cómo estos fortalecen sus discursos y los imaginarios sociales?

Por tanto, el objetivo de este artículo académico es registrar los resultados de una investigación que buscó analizar a modo comparativo los contenidos visuales difundidos por los medios de comunicación tradicionales y comunitarios en línea durante la crisis

política de octubre del 2019, para evidenciar su trascendencia en la creación de representaciones sociales que fortalecen los discursos de los medios de comunicación y de la sociedad.

Marco referencial:

Para profundizar en las representaciones visuales que existieron en el conflicto de octubre del 2019, es primero necesario definir ciertos conceptos, que serán los pilares de esta investigación. Para este estudio, empezaré con la definición de lo que son las representaciones sociales y trabajaré con la perspectiva que proponen los autores Alejandro Raiter et al., en la cual, la representación se presenta como:

La imagen (mental) que tiene un individuo cualquiera, es decir, un hablante cualquiera de cualquier comunidad lingüística, acerca de alguna cosa, evento, acción, o proceso que percibe de alguna manera. Esta representación -en la medida en que es conservada y no reemplazada por otra- constituye una creencia (o es elemento de una creencia) y es la base del significado que adquiere cada nuevo estímulo relacionado con esa cosa, evento, acción o proceso (Raiter et al., 2002, p.9).

Es relevante aclarar que las representaciones no se generan únicamente a través del lenguaje oral, sino que podemos ir construyendo representaciones importantes a través de lo que nos comunica una imagen o símbolo y, es por esto, que la comunicación juega un papel fundamental dentro de la construcción de los imaginarios de realidades y sociedades.

Todos los modelos de difusión de información masiva como los medios de comunicación, el cine, la televisión, los libros, etc, han sido los que, a través del tiempo, construyen y determinan parámetros de cómo o qué es lo que una sociedad debería ser. Raiter menciona que: “en una sociedad determinada nos comunicamos desde roles sociales (padres, docentes, amigos, funcionarios, políticos, periodistas), y los distintos roles sociales no tienen las mismas posibilidades de enunciar, ni lo que enuncian tiene el mismo prestigio...” (Raiter et al., 2002, p.15). Esto da respuesta, a que cada grupo social aporta a los imaginarios y representaciones desde su lugar y posibilidad de comunicar, y en ese sentido, se ha creado una visión general y norma cultural aceptada desde los grupos dominantes. A lo cual se le llama visión y modelo hegemónico.

Por otro lado, es importante definir cómo son los modelos comunicacionales que se van a estudiar. Por una parte, están los medios tradicionales que se manejan desde un formato masivo de comunicación, que está, a su vez, determinado por una línea editorial dispuesta por el grupo económico o social que sostiene a este medio u organización. Estos pueden ser tanto públicos como privados, ya que ambos comúnmente se manejan bajo este mismo modelo, a diferencia del medio comunitario que tiene otros parámetros de producción y difusión de información.

El sociólogo alemán Niklas Luhmann (2007) propone que todo lo que sabemos acerca de la realidad, lo conocemos por los medios de comunicación de masas. Luhmann se refiere a este sistema de comunicación de masas como “al conjunto de aquellas comunicaciones sociales que se sirven de medios técnicos de reproducción masiva para propagarse”. La característica comunicativa esencial del modelo de los medios de comunicación de masas corresponde a que: “entre el emisor y el receptor no debe haber interacción entre presentes” (2007, p.3). Por otro lado, Becerra y Arreyes proponen que:

Se trata de una comunicación que se encuentra “desacoplada” y requiere de una doble selección que no se puede coordinar en el mismo acto comunicativo: por un lado, el emisor (las organizaciones que producen la comunicación -a las que nos referiremos como “mass media”) debe suponer por parte del receptor (el público masivo) el interés y la capacidad para aceptar su oferta comunicativa; mientras que por otro lado, el receptor debe suponer la disposición del emisor a generar dicha oferta (2013, p.50).

En contraste a esto, la comunicación comunitaria, popular o alternativa se caracteriza por proponer espacios diferentes de comunicación que derivan de a la necesidad de “una enorme cantidad de organizaciones y movimientos sociales que están pugnando por hacerse ver y escuchar” (Mata et al., 2009, p.22). Según Frances J. Berrigan:

Los medios de comunicación comunitaria son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta. Se trata de unos medios de comunicación a los que tienen acceso los miembros de esa comunidad, con fines de información, educación o esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como

planificadores, productores o intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad. La comunicación comunitaria designa un intercambio de puntos de vista y de noticias, y no una transmisión de una fuente a otra (1981, p.7-8).

Desde un contexto político, los medios comunitarios según la Ley Orgánica de Comunicación son “aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a los movimientos y organizaciones sociales, colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, universidades y escuelas politécnicas, mediante los cuales ejercen el derecho a la comunicación democrática [...] no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (2019).

Se puede decir entonces, que una base crucial de la comunicación comunitaria es la participación. Por ende, el periodismo comunitario es una importante herramienta de transformación social, ya que en este se ejercita el derecho a la comunicación de todos los individuos, al estar comprometido con el desarrollo de las comunidades. Como Gumucio menciona: “Los principales componentes que caracterizan a la comunicación participativa se relacionan con su capacidad de involucrar a los sujetos humanos del cambio social en el proceso de comunicar” (2001, p.38)

Si bien en la actualidad las plataformas digitales permiten la interacción entre el emisor y receptor, dentro de los modelos de comunicación masiva no existe un ejercicio real de colaboración con la comunidad. Mientras que, el periodismo comunitario se ha formado desde “la necesidad de iniciativas de comunicación participativa donde la comunidad tenga los medios para expresar lo que piensa sobre sus problemas, sobre su presente y sobre su futuro” (Gumucio, 2001, p.35).

Por último, es crítico también señalar, que, aunque “la participación y el acceso a la comunicación constituyen un peligro para los intereses” de modelos sistemáticos como el mediático masivo (Berrigan, 1981), “lo comunitario no puede ser nunca el paraíso. No sólo porque siempre va a existir el conflicto, sino porque en cualquier proceso de interacción humana y social está presente el poder y la lucha por el mismo” (Mata et al., 2009, p.26). Esto hace referencia a que el periodismo comunitario no está libre de complejidades, al ser ejercido por grupos humanos que se atraviesan también de sistemas de estratos sociales e intereses.

Metodología:

Para responder a la pregunta de investigación se optó por una investigación descriptiva que es aquella que centra el análisis en la descripción y observación de fenómenos y cosas observadas, a través de la utilización de una metodología cualitativa. La investigación cualitativa, según Monje Álvarez “se nutre epistemológicamente de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico” (2011, p.12).

Esto quiere decir, que esta investigación busca dar la mayor cantidad de detalles y características posibles sobre los contenidos visuales en línea difundidos durante la crisis política de octubre del 2019, con el objetivo final de comprender su importancia en la creación de representaciones que se generaron, por un lado, en los medios de comunicación tradicionales y, por otro, en los medios comunitarios, fortaleciendo estas a sus discursos.

Para contar con los resultados de este paper, se hizo un análisis de las producciones simbólicas que hay en los contenidos difundidos durante el contexto previamente mencionado, utilizando la teoría del autor Ivan F. Rodrigo-Mendizábal, quien define al análisis de discurso como:

al estudio de las producciones simbólicas, ya sea escritas o habladas, que tienen un orden y una coherencia y que son producidas en el marco de una interacción en el que el emisor legitima “su” mundo. Aunque se parte de la consideración que el objeto simbólico es siempre lingüístico, nosotros delimitamos su campo al hecho que mas bien tal objeto siempre es codificado y no necesariamente lingüístico dándonos la posibilidad de encerrar en el análisis de discurso expresiones como los audiovisuales o la misma interacción humana sobre lo que sustenta sus definiciones la etnometodología (1999, pg.114).

Rodrigo-Mendizábal, también propone hacer el análisis de discurso a través de diferentes niveles de análisis que se componen por: el nivel del relato, nivel del contexto, y nivel ideológico. Por tanto, para el primero y segundo niveles de análisis se utilizó la aplicación de una matriz en la cual se registró el contenido visual y audiovisual difundido por *El Comercio* y por *Wambra Medio Digital Comunitario*. Este método fue empleado en los contenidos en línea publicados por estos dos medios de comunicación, ya que son dos medios generalistas, que presentan información en formato digital, y

representativos del panorama nacional y del escenario de protestas indígenas durante octubre del 2019.

Diario *El Comercio* es uno de los grandes medios de comunicación privados, representante del diarismo, que con el tiempo se ha ido adaptando a las plataformas digitales y funciona con un modelo de comunicación masiva. Actualmente *El Comercio* cuenta con 990 mil seguidores en *Instagram* y 1,869,552 seguidores en *Twitter*.

Por otro lado, *Wambra* es un medio nativo digital que por muchos años tuvo el objetivo de conseguir una frecuencia radial y poder posicionarse entre los demás medios de comunicación. Al no conseguirlo, afirmó su contenido y su audiencia en las plataformas digitales y en la actualidad representa uno de los medios comunitarios con mayor alcance y fue uno de los que mayor presencia tuvo en la crisis política del 2019. Actualmente cuenta con 19,7 mil seguidores en *Instagram* y 41,840 seguidores en *Twitter*.

Por este motivo es que considero trascendental el análisis de los contenidos visuales a manera comparativa de estos dos medios de comunicación, ya que sus discursos pueden incluir representaciones con tendencias diferentes, al tener dos modelos de comunicación desemejantes.

Los filtros que se utilizaron en la matriz constaron de contenido publicado únicamente en *Instagram* y *Twitter*, al ser las dos plataformas más compatibles con los formatos visuales y audiovisuales noticiosos, desde el 2 de octubre hasta el 13 de octubre que finalizó la protesta indígena. Según el estudio del *Estado Digital de Ecuador de Mentinno*, hasta enero del 2021 existían 14,25 millones de usuarios con acceso a internet; 5,2 millones de estos están en *Instagram* y 1M en *Twitter* (2021, p. 16).

Otro filtro de estudio es que solo se analizó los contenidos orientados hacia el movimiento y los actores indígenas. Por tanto, en la matriz finalmente se aplicaron los siguientes niveles de análisis: Datos de identificación y Nivel del relato - contexto.

Para el tercer nivel de análisis que pertenece al nivel ideológico, se hizo una recopilación de 10 elementos visuales que constaban en la matriz y que fueron seleccionados por ser los más relevantes en cuanto a su contexto y en cuanto a la interactividad generada. Dentro de estos 10 elementos, 5 son de *El Comercio* y 5 de *Wambra*, 2 son videos y 3

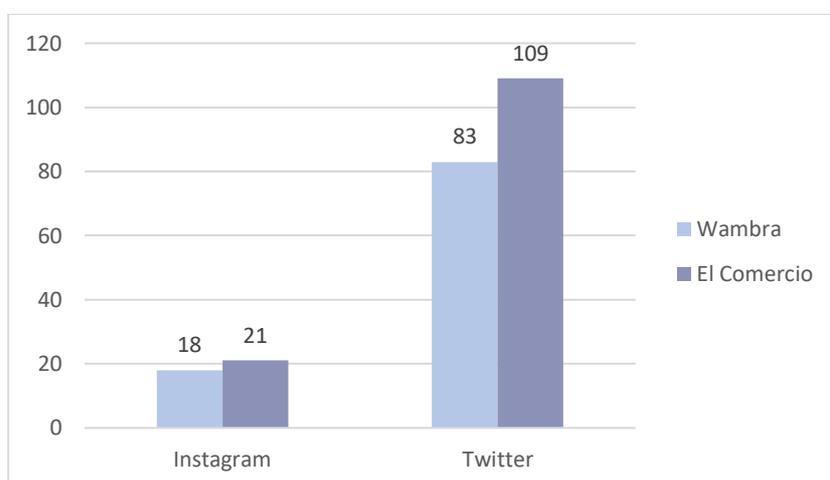
son fotografías, y en estos se procedió a hacer el análisis de representación o discurso como tal.

Finalmente, para ampliar la perspectiva del análisis de discurso y las conclusiones, se utilizaron ciertas reflexiones del conversatorio realizado por el área de comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar acerca de los primeros hallazgos y avances del proyecto colectivo de investigación “Octubre de 2019: discursos e imaginarios de la movilización social en medios e hipermedias de comunicación”, en la cual aportaron 5 docentes del área de comunicación, entre ellos Christian León.

Resultados y su interpretación

En el periodo estudiado los medios de comunicación usaron las redes sociales para difundir una gran cantidad de información escrita y visual. En relación a la última, en este estudio se analizaron un total de 231 productos visuales, con los cuales se pudo llegar a ciertos resultados de las dinámicas comunicacionales, y, por ende, del discurso de ambos medios, que se detallará con precisión en cada gráfico. Es importante mencionar que existen claras diferencias comunicacionales y de discurso entre ambos medios, lo cual era previsible, al estar funcionando con modelos e intereses distintos.

Gráfico 1: Plataforma con más actividad



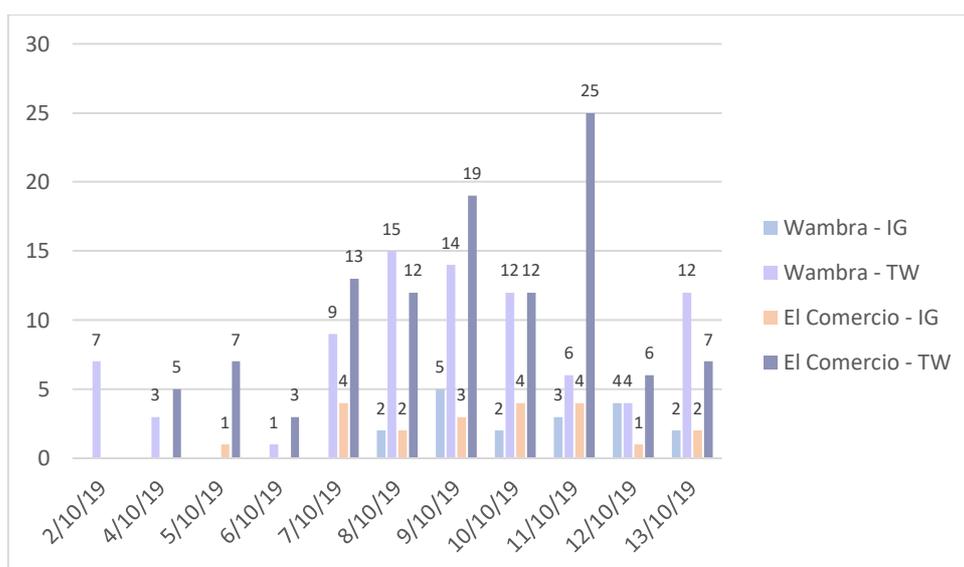
Fuentes: @elcomerciocom / @wambraEc **Elaboración:** propia

Este primer gráfico demuestra cuál fue la plataforma en la que más se publicó contenido visual y audiovisual relacionado al movimiento indígena durante los días del paro. Es decir, entre Twitter e Instagram cuál fue la plataforma más activa y utilizada por los medios en cuestión. Y, al obtener la totalidad de publicaciones se pretende determinar también cuál fue el medio que más publicó.

Como se puede observar, en cuanto a *Instagram*: *Wambra* publicó un total de 18 post visuales y *El Comercio* 21. En cuanto a *Twitter*: *Wambra* publicó 83 posts y *El Comercio* 109. Dando un total de 39 publicaciones realizadas en *Instagram* por los dos medios estudiados, y un total de 192 en *Twitter*. Por lo que la plataforma más utilizada por estos medios durante el paro de octubre fue *Twitter*.

Por otro lado, *Wambra* hizo un total de 101 publicaciones entre *Twitter* e *Instagram*, y *El Comercio* un total 130, dando un total general de 231 publicaciones relacionadas a los actores indígenas entre el 2 y 13 de octubre del 2019 en estas plataformas. Esto quiere decir, que el medio que más publicaciones hizo fue *El Comercio*, con 29 publicaciones más que *Wambra*, aunque se podría decir que esta diferencia no es muy significativa. Ambos fueron medios muy activos durante ese contexto.

Gráfico 2: Dinámica de publicación por fecha

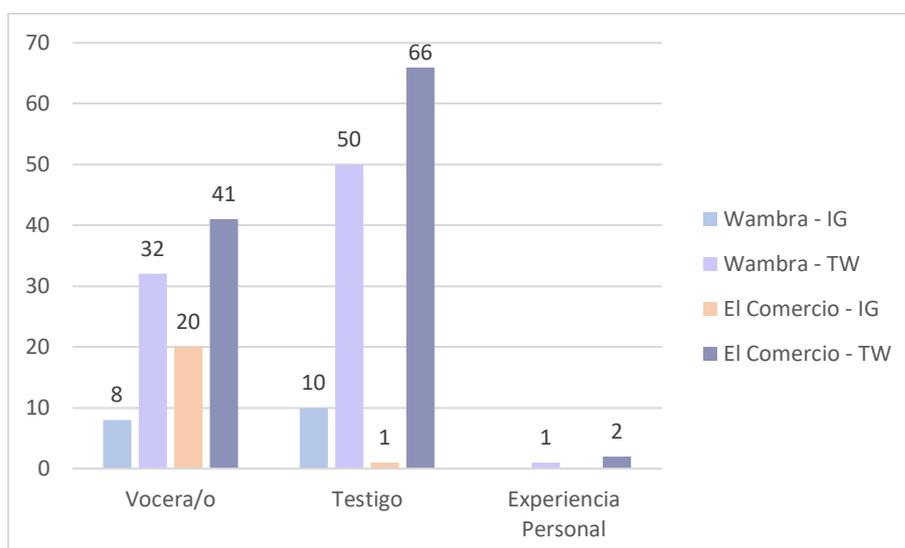


Fuentes: @elcomerciocom / @wambraEc **Elaboración:** propia

Este gráfico analiza cómo fue la dinámica de publicaciones realizadas por los medios estudiados en relación a las fechas. Como se puede observar, el día que *Wambra* tuvo más publicaciones fue el 9 de octubre con 5 posts en Instagram y 14 en Twitter dando un total de 19 publicaciones ese día en estas dos plataformas. Por otro lado, *El Comercio* tuvo más publicaciones el 11 de octubre con 4 publicaciones en *Instagram* y 25 en *Twitter*, dando un total de 29 publicaciones en ese día. Ambos fueron días muy activos de manifestación.

También considero importante mencionar que como se puede observar en los gráficos, los primeros días de octubre casi no hay producción de contenidos relacionados al movimiento indígena porque su movilización empezó oficialmente unos días después de la movilización transportista. El 2 de octubre, el único medio que dio visibilidad al pronunciamiento indígena frente a las medidas económicas que dispuso Lenin Moreno fue *Wambra* con 7 publicaciones de cobertura a las posturas de los dirigentes indígenas. El 3 de octubre no se publicó nada de contenido visual enfocado en los indígenas, en ninguna de las dos plataformas. Recién el 4 de octubre *El Comercio* empieza a publicar contenido visual de los indígenas. El 5, y 6 las publicaciones fueron pocas, y la producción de contenido empieza a elevarse y a ser destacable desde el 7 de octubre, cuando los indígenas empezaron a movilizarse con mayor prominencia.

Gráfico 3: Tipos de fuentes predominantes



Fuentes: @elcomerciocom / @wambraEc **Elaboración:** propia

En este gráfico se muestra los tipos de fuentes predominantes dentro del contenido estudiado. Se tomó en cuenta 8 tipos de fuentes, de las cuales en el material solo se pudo reconocer la fuente Vocera/o que es aquella que representa o habla en nombre de otra persona, grupo u organización; Testigo, que es aquella que da testimonio o comenta algo, basado en la observación directa; y de Experiencia personal que es aquella que provee una opinión o comentario basado en su experiencia personal o individual, y no necesariamente tiene la intención de reflejar el punto de vista de un grupo más amplio.

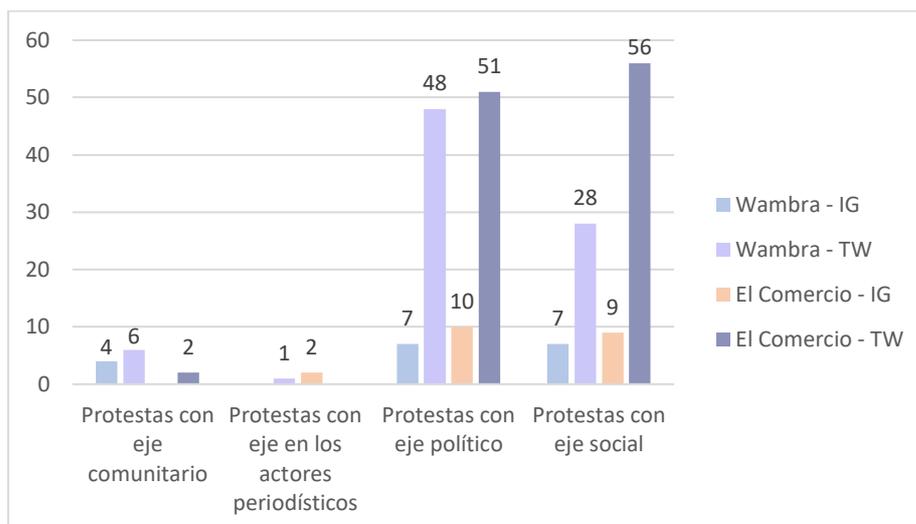
Como se observa, el tipo de fuente más utilizada por ambos medios de comunicación fue la de testigo con un total de 60 publicaciones a manera de testigo en *Wambra* y un

total de 67 en *El Comercio*. La fuente de testigo funcionó de tal forma en que los medios publicaban fotografías o videos cubriendo algún acontecimiento que estos percibían estando allí en el campo, o a su vez, compartiendo material que otras personas enviaban a partir de su observación y captura directa.

Por otro lado, el otro tipo de fuente que le procede es la de Vocera/o con un total de 40 publicaciones en *Wambra* y un total de 61 en *El Comercio*. La fuente de vocera/o funcionó de tal manera en la que el medio citaba a alguna fuente, o mostraba extractos de video donde alguna persona hablaba en nombre de algún grupo o organización. Es de suma importancia mencionar que dentro de esta parte del estudio se pudo percibir que *Wambra* fue el medio que más voz dio al movimiento indígena, siendo los integrantes de este, las principales fuentes que el medio utilizó.

De manera contraria, *El Comercio* utilizó más fuentes que provenían de los diferentes actores políticos como el presidente, las autoridades, actores gubernamentales, o los dirigentes indígenas. Además, se dio bastante cabida a los temas que tenían que ver con la Fuerza Pública, Policía Nacional y las F.F.A.A. No se puede decir que hubo un espacio real hacia las voces civiles que conformaban parte del movimiento indígena y los demás grupos protestantes, cosa que el medio *Wambra* si proporcionó.

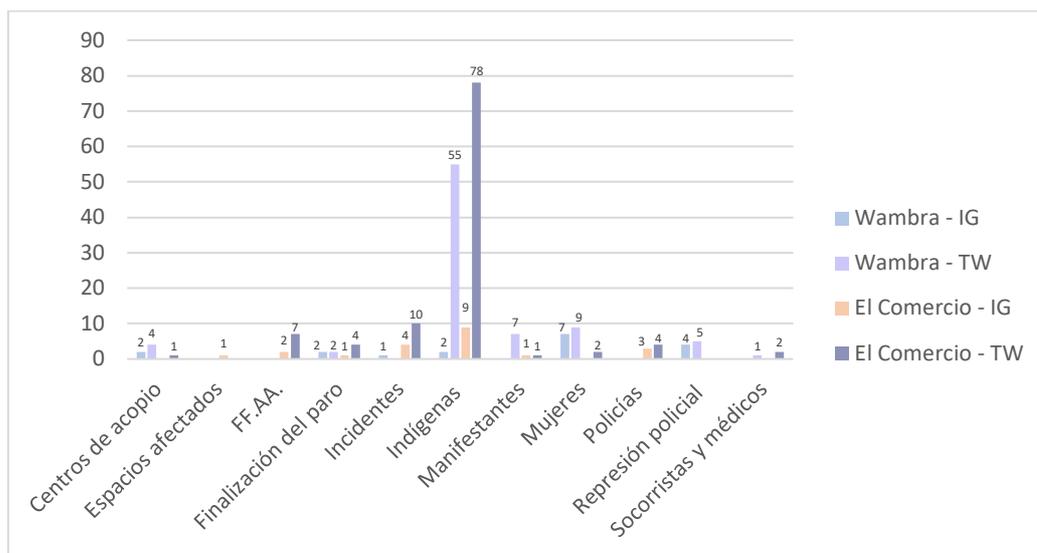
Por ultimo, se pudo identificar la fuente correspondiente a experiencia personal con un total general de 3 publicaciones generadas entre los dos medios, lo cual es un porcentaje muy bajo. En el medio *Wambra* hubo una publicación que dio voz a una niña indígena que se pronunció para defender a los protestantes. Y, en *El Comercio* existieron dos publicaciones, una opinión de Jaime Vargas en cuanto al tratamiento de información que realizó la prensa, y una que dio voz a un dirigente de Quisapincha que denunciaba que los antimotines estaban lanzando bombas lacrimógenas vencidas.

Gráfico 4: Ejes de las noticias

Fuentes: @elcomerciocom / @wambraEc **Elaboración:** propia

Este gráfico expone los ejes temáticos que trataron los medios estudiados en cuanto a las protestas. Como se puede observar, los ejes que se cubrieron prioritariamente fueron el eje social y el político. *Wambra* tuvo un total de 55 publicaciones entre las dos plataformas, enfocadas en el eje político y *El Comercio* 61. Por otro lado, *Wambra* tuvo 35 publicaciones enfocadas en el eje social y *El Comercio* 65.

También *Wambra* tuvo un total de 10 publicaciones enfocadas en el eje comunitario, es decir, publicaciones que daban visibilidad a todas las gestiones comunitarias, de ayuda y de acopio que se realizaron durante el paro. Mientras que *El Comercio* a penas tuvo 2 publicaciones con eje enfocado en la comunidad. Por ultimo, existió 1 publicación de *Wambra* enfocada en los actores periodísticos y 2 por parte de *El Comercio*.

Gráfico 5: Subtemas tratados

Fuentes: @elcomerciocom / @wambraEc **Elaboración:** propia

Como muestra el gráfico, se pudo identificar 11 subtemas en el material estudiado, que giraban en torno al movimiento indígena como actor principal. Para empezar, está la cobertura relacionada a los centros de acopio, el medio *Wambra* publicó un total de 6 posts al respecto entre *Instagram* y *Twitter*, y *El Comercio* 1.

Después está el tema de espacios afectados, el cual no fue tomado en cuenta por *Wambra*, mientras que *El Comercio* publicó una recopilación de fotos del Centro Histórico y demás lugares afectados y dañados por las protestas. En cuanto a las FF.AA, *Wambra* no publicó ningún contenido dando protagonismo a este sector, mientras que *El Comercio* tuvo un total de 9 publicaciones relacionadas a este. También, *Wambra* hizo 4 publicaciones de la finalización del paro, mientras que *El Comercio* hizo 5.

Respecto a los incidentes que suscitaron durante el paro como agresiones o ataques a instituciones, *Wambra* produjo una sola publicación que daba voz a un dirigente pronunciándose en contra de estos atentados. Por su lado, *El Comercio* realizó un total de 14 publicaciones relacionadas a incidentes que suscitaron a manos de manifestantes. Esto es importante, ya que muchas de estas publicaciones asociaron los incidentes al movimiento indígena, y esto fue lo que creo una suerte de rechazo y estigmatización de ciertos sectores hacia la lucha indígena. Cuando lo que sucedía es que, dentro de las manifestaciones, había personas de todos los grupos sociales, e incluso personas que no pertenecían a ningún grupo en específico.

Por otro lado, el subtema más tratado por ambos medios fue el de indígenas en general con un total de 57 publicaciones por *Wambra* y 87 por *El Comercio*. También se cubrió el contexto enfocado en los grupos de manifestantes en general, para los cuales *Wambra* realizó 7 publicaciones y *El Comercio* 2. Asimismo, el subtema de las mujeres dentro de las protestas es muy importante ya que varios grupos de mujeres fueron participes e incluso el 12 de octubre hubo una movilización solo de mujeres. *Wambra* produjo 16 publicaciones en cuanto a esto, mientras que *El Comercio* tan solo 2.

En cuanto al subtema de la policía, *Wambra* no publicó contenido dando protagonismo a este sector, y *El Comercio* publicó un total de 7 posts dando voz a lo que pasaba con la Fuerza Pública. Respecto a la represión policial existieron 9 publicaciones por parte de *Wambra* y 0 por parte de *El Comercio*. Esto es sustancial, porque a pesar de que este medio privado dio espacio a ciertos sucesos que exponían implícitamente la represión policial o, a algunos dirigentes que la denunciaban, no existieron publicaciones en las que se muestre un enfoque visual explícito o real de la represión policial durante las protestas. Las publicaciones de denuncias por parte de los dirigentes fueron pocas, pero incluso ahí, el subtema estaba enfocado en la acusación por parte de los indígenas, y no en la represión policial como tal.

Por último, también entró en campo el subtema de los socorristas y médicos en torno a la protesta indígena. *Wambra* publicó en total 1 post respecto a esto y *El Comercio* 2.

La siguiente tabla muestra el análisis de representaciones de 3 fotografías y 2 vídeos del medio *Wambra*.

Tabla 1: Análisis del Nivel del Relato en *Wambra*

| Datos de identificación | | Nivel del relato | | |
|-------------------------|----------------------|---|---|--|
| Plataforma | Fecha de publicación | Elemento Multimedia | Nivel de contexto | Nivel Ideológico |
| TW | 9/10/19 |  | Se puede observar a un grupo de mujeres indígenas en el frente de la manifestación. Están entrelazadas de brazos y alzando las manos. Atras se puede ver al resto de la manifestación con sus diferentes banderas. | Esta fotografía para mí tiene una connotación de unión. Se puede ver a las mujeres unidas y alzando los brazos como simbolismo de lucha, pero también de paz, ya que sus manos en alto pueden representar la protesta pacífica. Las banderas del Ecuador y del movimiento indígena también son importantes porque representan al pueblo como tal. En general se percibe la unión del pueblo. |
| TW | 9/10/19 |  | Se ve a los dirigentes parados como en una grada superior, uno de ellos está hablando por el micrófono. Se percibe a la audiencia abajo de esta grada, alrededor del parque. También se ve que los manifestantes abajo alzan sus brazos como a manera de apoyo o aliento. Las otras personas que están arriba de esta grada, graban al dirigente con sus celulares. | Esta fotografía muestra el apoyo y seguimiento de los manifestantes hacia los dirigentes. El pueblo que apoya a sus representantes políticos, al mismo tiempo que estos comparten y están entre la lucha. Los dirigentes no ocupan un espacio diferente al que ocupa el pueblo, ya que ahí se encuentran habitando el mismo espacio. Mientras el dirigente habla por el micrófono el pueblo lo alienta y lo registra. |
| TW | 11/10/19 |  | Se puede ver una multitud de indígenas con sus palos, pitos y banderas, alzando sus brazos afuera de la asamblea. También se observa que la institución está rodeada de policías con sus escudos. | Esta imagen muestra la oposición del pueblo contra la autoridad. Por un lado, la foto es tomada desde el lado de los manifestantes que están con sus brazos alzados en connotación de lucha, y también algunos llevan palos en sus manos como simbolismo de resistencia. Y, por otro lado está la policía con sus escudos protegiendo la institución. En un grado simbólico superior (porque se ve a la policía arriba) los antimotines con sus escudos y armas defienden al estado, mientras el pueblo, desde abajo, resiste y reclama. |
| TW | 11/10/19 |  | Vídeo de las mujeres indígenas afuera de la asamblea gritando "somos mujeres no somos delincuentes" mientras alzan sus banderas y sus puños. Se puede ver que la institución está rodeada de policías con sus escudos. | Este vídeo muestra una vez más la oposición del pueblo contra las autoridades. Las mujeres gritan "somos mujeres no somos delincuentes" moviendo sus manos libres de cualquier tipo de arma, mientras los policías las rodean y bloquean de acercarse más a la institución. El medio da protagonismo a la voz indígena que, se percibe como expone sus demandas de manera pacífica, mientras la policía está en una posición de defensa y control. |
| TW | 13/10/19 |  | Vídeo donde se puede ver a los manifestantes celebrando abajo de una tarima. Bailan, aplauden, gritan consignas, silban, y alzan sus banderas. En la mitad hay un fuego prendido y en el fondo se escucha música. | Este vídeo muestra la alegría y la unión del pueblo. La celebración con bailes y música típica indígena mientras gritan consignas como "viva el movimiento indígena" denota que este medio muestra al pueblo desde sus adentros y desde su propia voz y tradición. No hay una mirada externa, en este vídeo se siente la mirada interna que es partícipe de esta cercanía y de lo intrínseco del movimiento. |

Fuente: @wambraEc Elaboración: propia

Como se puede observar en la tabla, los 5 elementos visuales analizados indican que este medio generó un discurso a través de su contenido, que muestra al pueblo indígena desde una visión general de unión, lucha pacífica, pluralidad y resistencia. Los contenidos enfatizan y dan prioridad a temas relacionados con la diversidad de los actores civiles, desde las mujeres, niños, estudiantes, indígenas, hasta las acciones más colectivas y comunitarias que tenían que ver con los centros de acopio, las celebraciones, las ritualidades y demás actividades desde la acción conjunta.

El contenido analizado de *Wambra* ha mostrado la reiteración en la reivindicación de la lucha indígena desde la acentuación en sus consignas, posturas y agenda política. Es decir, se ha encontrado un discurso que buscaba reivindicar al indígena como importante sujeto político a través de las imágenes. Otro factor importante, es que el discurso muestra una clara oposición entre el pueblo y la autoridad, en la cual denota

que los manifestantes se acercan desde el poder de su voz como esencial, y muchas veces, única herramienta. Mientras que, contrariamente, por parte de la autoridad pública hay una clara necesidad de defensa, represión y control.

El discurso compartido por *Wambra*, también, se podría decir que expone a las dirigencias políticas indígenas desde un sentido paternalista, siendo estas figuras las que dan los comandos de todos los movimientos a proceder, mientras son totalmente apoyados y sustentados por el pueblo. Incluso en algunos contenidos se puede encontrar al indígena representado desde un carácter épico. En general, la mirada del medio *Wambra* es muy íntima y cercana al movimiento. Los contenidos expuestos narran las situaciones muchas veces desde adentro, desde la propia perspectiva, tradición, forma cultural y lucha indígena.

La siguiente tabla muestra el análisis de representaciones de 3 fotografías y 2 vídeos del medio *El Comercio*.

Tabla 2: Análisis del Nivel del Relato en *El Comercio*

| Datos de identificación | | Nivel del relato | | |
|-------------------------|----------------------|---|--|--|
| Plataforma | Fecha de publicación | Elemento Multimedia | Nivel de contexto | Nivel Ideológico |
| TW | 8/10/19 |  | Vídeo que una recopila fotos y otros vídeos donde manifestantes (muchos cubiertos el rostro) agreden al cura. | El vídeo muestra una narrativa que asegura que los indígenas atacaron al cura, cuando no se puede saber con certeza si son indígenas o no quienes atacan al cura. Los atacantes están encapuchados su rostro y es un vídeo que enfatiza en las acciones violentas de algunos manifestantes, que no se sabe con seguridad a que grupo pertenecen. Sin embargo, se está asociando directamente a la violencia con los actores del movimiento indígena. |
| TW | 9/10/19 |  | Imagen donde se ve una multitud de indígenas llegando al Centro Histórico con sus banderas, carteles y demás simbolismos. | La multitud de personas con sus banderas del Ecuador demuestran un simbolismo de unidad y comunidad. Es una imagen que representa la movilización del pueblo como tal. La energía de la colectividad. Sin embargo, es una fotografía distante, con una mirada externa y ajena al movimiento. |
| IG | 10/10/19 |  | Hay una aglomeración de personas. Algunas están arriba de una tarima y otros abajo viendo y escuchando a una hombre con un microfono hablando. Se puede escuchar que pide a la ministra que pare con la represión y la llama "mentirosa y asesina". Hay un grupo de policías en el medio de los indígenas. | En este extracto de vídeo se representa a los indígenas como si estuvieran reteniendo a la fuerza a los policías lo cual creó en el imaginario una connotación de que los indígenas son secuestradores y una vez más violentos. El tweet que acompaña este vídeo mencionaba que los policías "se encuentran en buen estado", como disponiendo que los indígenas podrían hacer daño o ser incluso peligrosos. |
| IG | 11/10/19 |  | Se puede ver a centenares de manifestantes con sus banderas, hay una humareda en el ambiente que nace de un fuego prendido en la mitad de la calle, hay palos y ramas de arbol como bloqueando el paso. | Se resalta un panorama caótico de fuego, humo y aglomeración. Se percibe una connotación en la que los manifestantes podrían ser los causantes del caos y la desestabilidad. También se podría interpretar como la lucha y la resistencia. Pero es claro que se busca representar el desorden, y esto una vez más, se asocia al movimiento indígena. |
| IG | 11/10/19 |  | Manifestantes indígenas protestando con palos en sus manos y ayudándose entre ellos. Un manifestante está con una bomba lacrimogena en su mano y varios otros manifestantes cubriéndose el rostro. Los manifestantes se protegen con escudos de madera y palos. | La imagen busca representar un claro enfrentamiento contra la policía o la autoridad. Se puede ver a un hombre con una bomba en su mano con la intención de lanzarla. Es una imagen que denota la lucha y la resistencia, las maneras que encontraron los manifestantes para defenderse. Sin embargo, también puede ser interpretado como la anarquía y la rebelión contra la autoridad. La generación de caos. |

Fuente: @elcomerciocom **Elaboración:** propia

En este caso, el estudio del nivel ideológico, muestra que *El Comercio* generó un discurso que representa a las manifestaciones y al pueblo indígena desde una visión general de hostilidad, desorden, violencia, que también enfatiza en la demanda social y la unidad entre los manifestantes, pero desde una visión que resulta separatista, porque separa lo que representa la movilización hacia algo que está por fuera de lo “correcto” o “normal”.

Este separatismo se traduce en imágenes mucho más incendiarias que las utilizadas por el medio comunitario. Son imágenes que sobre amplifican lo caótico y el sentido de alteración al orden y a lo establecido. Además, el medio no hace una clara distinción entre el movimiento indígena y los actos violentos, y esto genera un conflicto, porque no hay un discernimiento en el discurso. Los contenidos, en muchas ocasiones, asocian a la violencia y al peligro con el movimiento indígena, generando un estigma.

Por otro lado, es un discurso que pone en disputa al indígena con el espacio público, como si este no le perteneciera. Se pueden encontrar tintes apocalípticos, en donde los indígenas atentan para conseguir lo que quieren, mientras hay una población urbana “indefensa” e “impotente” frente al “vandalismo”.

Un último factor importante es que también se puede percibir que la mirada de este medio es mucho más ajena, externa, contempla desde lejos y mira al indígena y a su lucha como algo foráneo y desemejante. Esto es parte también del discurso separatista que fomentó y que sigue alimentando en la actualidad la división entre luchas y clases en nuestra sociedad.

Discusión y conclusiones

De acuerdo a todo el estudio realizado sobre las características de los contenidos visuales publicados durante la crisis de octubre de 2019, se evidencia claras diferenciaciones en cuanto a las dinámicas de publicación de los medios y también en cuanto a las prioridades que tuvo cada uno al momento de cubrir las protestas. En general, se puede decir que el contexto muestra una clara disputa discursiva, social y política, que se refleja en el tratamiento mediático.

Según Christian León, “en octubre la imagen ocupó un lugar central, estuvo en primer plano. Todos los debates y acciones estuvieron enfocadas a esta nueva manera de

comunicarnos y relacionarnos que está vinculada con la visualidad” (2021). Esa reflexión se refleja en el número de los elementos visuales analizados: 231.

Pero de manera adicional, se observa que las imágenes reflejaron la polarización que existía entre los distintos actores del conflicto, y cada uno de los actores mediáticos construyó diversas estrategias de visibilidad para defender sus posturas, intereses y visión. León define a este panorama como “una expresión visual manifestada como nunca antes. Octubre podría ser leído como un conflicto por la visualidad y visibilidad” (2021).

En este trabajo, ese conflicto se resumiría de esta manera: los indígenas se representan en *Wambra* desde un sentido colaborativo y de interculturalidad, y en *El Comercio* desde lo subversivo.

Por un lado, *Wambra*, puso su servicio para dar una visión de lo que fue la comunidad indígena en su totalidad dentro del paro. Su discurso mostró un lado de la historia que reflejaba represión y violencia hacia el pueblo indígena, pero que también dio espacio a al sentido cultural en donde toda la comunidad como unidad fue partícipe del contexto. Aludió a la presencia social, cultural y política indígena, visibilizando la naturaleza de sus demandas, con un énfasis en derechos humanos, y haciendo producciones de su propia identidad e identificación.

El medio publicó contenido con fines de información, difusión, visibilidad y voz del pueblo. Como menciona Berrigan, siendo instrumento “de expresión de la comunidad, más que para la comunidad” (1981, p.7-8). Buscó demostrar, graficar, y exponer desde la voz de la protesta, lo acontecido.

Por otro lado, se puede decir que *El Comercio* al funcionar con un modelo masivo de comunicación y apegado a una línea editorial determinada por grupos económicos de otra índole, mostró otras realidades más semejantes a la opinión de las fuentes oficiales gubernamentales y de la fuerza pública. Su contenido mostró un discurso de subversión por parte de los indígenas. Además, que los representó como seres extraños al espacio simbólico que representa la urbanidad, como agentes externos que vienen a dañar y perturbar el espacio y el orden para exigir sus demandas.

Se puede decir que su discurso es oficialista y, al igual que muchos otros medios privados, reacciona desde el poder frente a la protesta masiva. Es importante decir que

no necesariamente es un medio totalmente difusor del discurso del gobierno (que fue sumamente rígido), pero no hay un énfasis en derechos humanos, y se enfocó en cubrir los aspectos más cotidianos y de captación de interés.

Si bien el contexto de protestas sí fue atravesado por actos de violencia, no hubo un ejercicio explícito de discernimiento por parte de este medio de comunicación. *El Comercio* fue parte de este discurso general que se creó en la opinión pública de que Quito estaba siendo vulnerado por la violencia y el vandalismo, por la destrucción del bien público, creando en los pobladores miedo, prejuicio y rechazo hacia el indígena.

También se pudo notar un discurso promovedor de paz, en el cual los indígenas usan tácticas distintas pero que resultan problemáticas contra el gobierno y la ciudadanía. La ciudadanía busca paz y democracia, y, al igual que el gobierno, rechaza la violencia, mientras los indígenas son los agentes problemáticos.

Se puede decir, en conclusión, que los medios crearon imaginarios y significaciones que estuvieron sumamente presentes en la disputa política de las protestas. Sin embargo, ninguno de estos medios logró cubrir, ni representar, la complejidad de la totalidad de este contexto tan profundo que sigue creando discusión, reflexión y debate en el mundo académico. Algo que queda notablemente preciso es que “octubre muestra de forma clara como ya habitamos los contextos de confrontación política de manera asociada a las disputas por la imagen” (León, 2021).

CAPÍTULO 2

EL REPORTAJE MULTIMEDIA COMO HERRAMIENTA DE MATERIALIZACIÓN DE ESTE ESTUDIO

En base a la investigación de las representaciones visuales y audiovisuales de los indígenas en las protestas de octubre del 2019 en Ecuador, específicamente en las cuentas de redes sociales de dos medios de comunicación generalistas, un privado y otro comunitario, se desarrolló un proyecto multimedia. La elaboración de este proyecto permitió materializar ciertas conclusiones de este estudio y ampliarlo de manera práctica hacia otras posibilidades periodísticas.

El periodismo digital, hoy en día, permite la utilización de varias herramientas multimedias que facilitan la difusión y el manejo de contenidos expresados en diferentes formatos pensados para las audiencias cibernéticas. Según Marrero, el reportaje multimedia es una “tipología específica de mensaje periodístico, resultado de la práctica del periodismo para y con Internet, que incorpora los rasgos esenciales de la comunicación en red –hipertextualidad, multimedialidad e interactividad– de diferentes maneras y con niveles de desarrollo variables” (2008).

Con este proyecto, entonces, se intentó aplicar y plasmar los conocimientos adquiridos acerca de estos tres ejes que construyen al periodismo digital. Y para hacerlo se utilizó una narrativa hipertextual, que permite el rol activo de los consumidores y que brinda el factor multimediático en tres formatos periodísticos: un reportaje, una galería de fotografías y un vídeo.

2.1 De la planificación a la ejecución: Cronograma y presupuesto

Para la realización total de este proyecto y este estudio se requirió un periodo de 17 semanas que se extendieron desde el 11 de enero hasta el 20 de mayo del 2021. La

siguiente tabla corresponde al cronograma que se utilizó para la producción del trabajo de titulación, artículo académico y reportaje web.

Aquí constan las actividades que se realizaron. Para la elaboración completa del trabajo de titulación y *paper* se necesitaron 16 semanas, y en cuanto al desarrollo del proyecto multimedia se requirieron 9 semanas.

Tabla 3: Cronograma del trabajo total de titulación

| ACTIVIDADES | ENERO | | FEBRERO | | | | MARZO | | | | ABRIL | | | | MAYO | | |
|---|-------|----|---------|----|----|----|-------|----|----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|
| | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S6 | S7 | S8 | S9 | S10 | S11 | S12 | S13 | S14 | S15 | S16 | S17 |
| Definición del tema | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planteamiento de la pregunta de investigación | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivos de la investigación | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| Marco referencial e introducción | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Diseño metodológico | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Realización de la matriz | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Borrador del paper | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Palnificación del proyecto multimedia | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Primera versión del reportaje multimedia | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | |
| Segunda versión del reportaje multimedia | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | |
| Entrega del paper version final | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| Defensa del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |
| Entrega del trabajo de titulación | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, en la siguiente tabla se puede observar el cálculo de un presupuesto previsto para los gastos que requiere este proyecto dentro de un periodo de seis meses.

Tabla 4: Presupuesto de seis meses para proyecto web

| PRESUPUESTO | | | | |
|--|--------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | Valor | Cantidad | Mensual | Total |
| PERSONAL | | | | |
| Editor de video | 500,00 | 1 | 500,00 | 3.000,00 |
| Reportera | 500,00 | 1 | 500,00 | 3.000,00 |
| Webmáster | 200,00 | 1 | 200,00 | 1.200,00 |
| SUBTOTAL | | 3 | 1.200,00 | 7.200,00 |
| EQUIPO DE PRODUCCIÓN | | | | |
| Láptop | 1.100,00 | 1 | N/A | 1100 |
| Cámara | 600,00 | 1 | N/A | 600 |
| Micrófonos | 100,00 | 2 | N/A | 200 |
| Audífonos | 50,00 | 1 | N/A | 50 |
| Smartphone | 500,00 | 1 | N/A | 500 |
| SUBTOTAL | | 6 | 408,33 | 2.450,00 |
| MOVILIZACIÓN TRANSPORTE | | | | |
| Gasolina | 30,00 | 3 | 90,00 | 540,00 |
| Pasajes | 0,25 | 2 | 0,50 | 3,00 |
| Peajes | 0,45 | 2 | 0,90 | 5,40 |
| Parqueadero | 1,00 | 3 | 3,00 | 18,00 |
| SUTOTAL | | 10 | 94,40 | 566,40 |
| COSTOS INDIRECTOS | | | | |
| Luz | 30,00 | 1 | 30,00 | 180,00 |
| Agua | 25,00 | 1 | 25,00 | 150,00 |
| Plan de datos y servicio movil | 25,00 | 1 | 25,00 | 150,00 |
| Internet | 45,00 | 1 | 45,00 | 270,00 |
| SUBTOTAL | | 4 | 125,00 | 750,00 |
| OTROS | | | | |
| Software Adobe Premier Pro y Adobe Audition | 53,00 | 1 | 53,00 | 318,00 |
| Suministros de oficina | 10,00 | 1 | 10,00 | 60,00 |
| Dominio de página Web. | 13,00 | 1 | 13,00 | 78,00 |
| SUBTOTAL | | 3 | 76,00 | 456,00 |
| TOTAL | | | 1.903,73 | 11.422,40 |

Fuente: Elaboración propia

El personal estaría compuesto por una reportera/redactora, un editor de video, y un webmaster, su servicio durante 6 meses por tiempo completo daría un valor total de 7,200 dólares. En cuanto al equipo de producción, se requiere un solo pago total de 2,450 dólares. Para la movilización y transporte durante los 6 meses saldría un total de 566,40 dólares.

Los costos indirectos como luz, agua, plan de datos e internet darían un total de 750 dólares y los valores que comprenden otros gastos dan un total 456 dólares, entre estos valores está el dominio de la página web en Wix donde está incrustado el reportaje multimedia parte de este proyecto y los Softwares requeridos.

Todos estos elementos requeridos dan un total mensual de 1.903,73 dólares, esto multiplicado por los 6 meses de trabajo daría un total general de 11.422,20 dólares solicitados para materializar este proyecto.

2.2 Un proyecto multimedia enfocado en la mirada documental

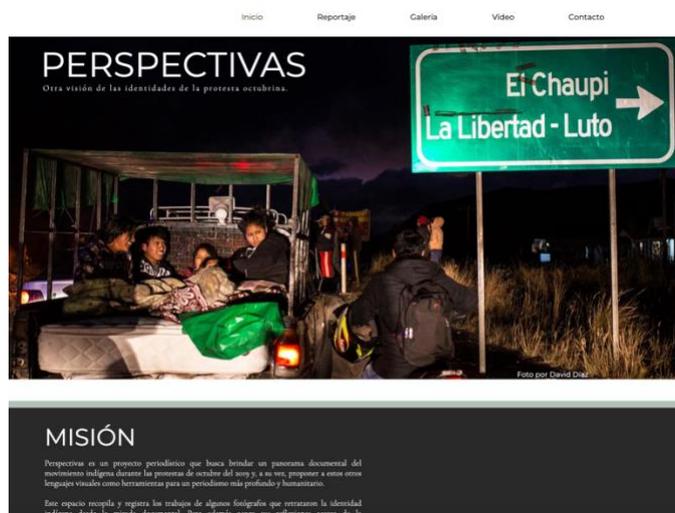
Este proyecto multimedia llamado *Perspectivas* busca ser una pagina web donde se plasmen y registren proyectos visuales que muestren otras perspectivas, con un modelo más apegado al documental y a la militancia, frente a las identidades del paro de octubre del 2019.

Con esto, se busca dar espacio también a las otras maneras de percibir los contextos e identidades que fueron sujetos activos de las protestas octubrinas. Si bien los medios masivos y comunitarios fueron agentes esenciales de la comunicación durante esta crisis política, considero importante también dar un espacio a la mirada documental y a la mirada que proviene del periodismo militante, al ser estas dos, mucho más cercanas a los procesos humanos de los fenómenos sociales y políticos.

Los resultados de este estudio han demostrados que cada medio de comunicación generó diferentes representaciones del pueblo indígena, de acuerdo al discurso y a la línea editorial a la que cada uno se alinea. Estos discursos generados por los medios de comunicación tanto privados como comunitarios, muchas veces no dejan de estar movilizados por los intereses que acarrear cada uno. Y, en ese sentido, he encontrado importante una mirada visual alterna a estos discursos, desde el documental y desde las

reflexiones que los foto-documentalistas puedan aportar a lo que fue la representación general mediática de este contexto, brindado a la vez, desde su propio trabajo, observaciones diferentes para poder hacer un periodismo distinto y más humanitario.

Figura 1. Captura de pantalla de la portada de proyecto multimedia



2.3 Formato 1: Reportaje Multimedia

El primer formato es un reportaje escrito para Web en donde se recopila la información obtenida a partir de este estudio y de las entrevistas a una antropóloga cultural y a tres fotógrafos que estuvieron cubriendo el paro de octubre del 2019 desde diferentes motivos y colectivos. El reportaje expone las representaciones generales visuales que estos entrevistados encontraron sobre el movimiento indígena en el tratamiento mediático de este contexto y sus reflexiones acerca de los fenómenos comunicacionales que surgieron.

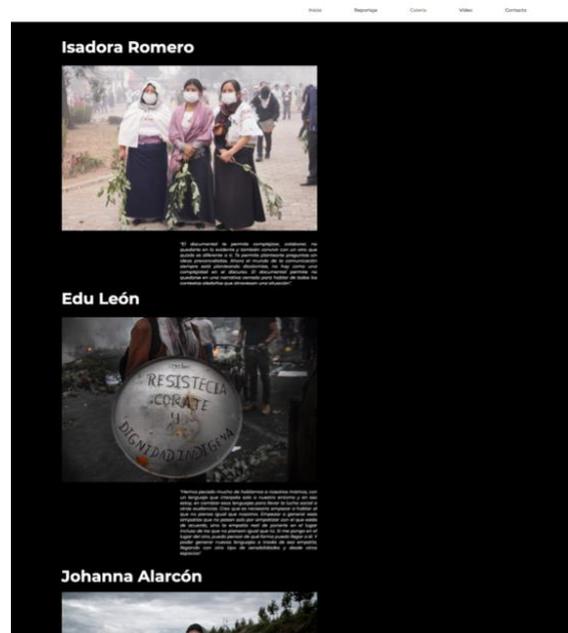
Figura 2. Captura de pantalla del reportaje web



2.4 Formato 2: Galería de fotografías

Este segundo formato es una galería de fotos donde se encuentran los trabajos visuales de los fotógrafos entrevistados y ciertas citas acerca de sus propias maneras de ejercer la fotografía y el foto-documental.

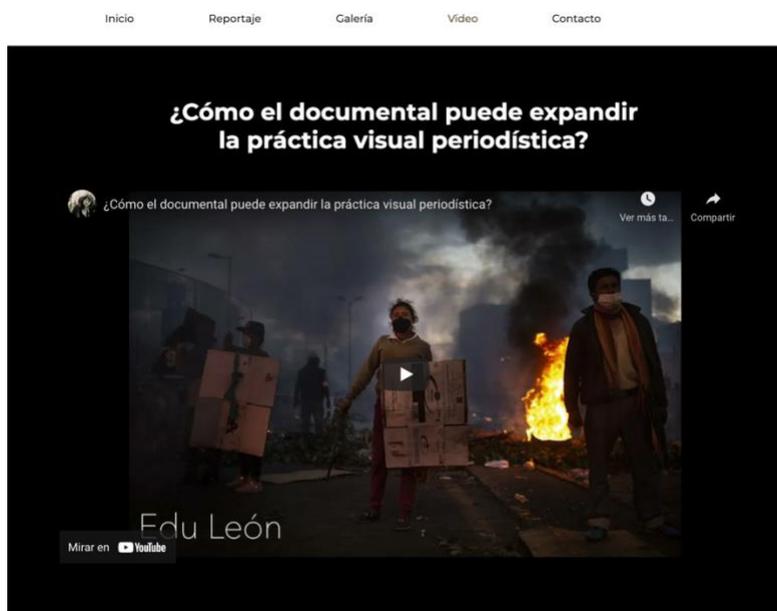
Figura 3. Captura de pantalla de la galería de fotos



2.5 Formato 3: Video para Web

El tercer formato es un reportaje de TV de 10 minutos adaptado a video para Web, en el que se abre un diálogo alrededor de las posibilidades que permite la mirada documental dentro de este tipo de contextos. Se exponen alternativas, desde los propios trabajos de estos fotógrafos, que se pueden encontrar en otros lenguajes visuales para hacer un periodismo más humano y profundo al momento de retratar visualmente estas eventualidades.

Figura 4. Captura de pantalla del video para web



CAPÍTULO 3

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este trabajo investigativo se enfocó en los discursos mediáticos sobre el movimiento indígena durante el paro del 2019. La pregunta que buscó responder fue: ¿Cuáles son las características de los contenidos visuales y audiovisuales en línea generados por los medios de comunicación tradicionales y de los generados por los medios comunitarios durante la crisis política de octubre del 2019, y cómo estos fortalecen sus discursos y los imaginarios sociales?

Para poder responderla, se aplicó una metodología de análisis del discurso a 231 elementos visuales de las cuentas de Instagram y de Twitter de *El Comercio* y *Wambra*. Se evidenció que los indígenas fueron contruidos de manera distinta por los medios de comunicación: *El Comercio* representó al indígena como subversivo y lo asoció a la violencia, mientras que *Wambra* utilizó un discurso que se enfocaba más en lo comunitario, tradicional y colectivo. Con estas conclusiones se realizó un proyecto web que buscó ahondar en representaciones visuales de la lucha indígena desde la perspectiva documental para ampliar la interpretación de lo que fue el paro de 2019.

En el proyecto web, específicamente en los tres formatos, se intentó dar un discurso alternativo a lo que se obtuvo de la investigación. Por una parte, en el reportaje se condensaron los resultados del análisis del discurso que se complementaron con los aportes y reflexiones de tres fotógrafos y una antropóloga visual. Para ellos, una mirada que vaya más allá de lo periodístico, y específicamente desde otros canales comunicativos o lenguajes visuales como el documental, puede representar de una manera más cercana y diversa a lo indígena del país.

En el segundo formato se hicieron varias galerías de fotos que exponen estos trabajos documentales del paro de octubre de 2019, los cuales muestran una mirada diferente a los

contenidos producidos por los medios de comunicación. Y, por último, se realizó un reportaje de TV adaptado a web, que muestra las entrevistas y la discusión entorno al documental como herramienta para expandir el ejercicio periodístico.

En términos generales este trabajo muestra que la mirada hacia el rol indígena fue claramente prejuiciada dado el contexto de violencia que se desató, y hubo una separación simbólica entre los pobladores “comunes” y esos otros, representados como los “violentos sociales”. Dentro de este panorama, los medios de comunicación cumplen un rol fundamental, al ser estos los que fomentan estos discursos a través de sus representaciones o, a su vez, quienes reflejan lo que somos como sociedad. Porque los medios de comunicación masiva reproducen, en su mayoría, lo que la visión dominante es, requiere o demanda.

Se puede decir, también, que la inmediatez del aspecto coyuntural que exige el periodismo como tal es un factor importante al momento de crear contenido que muchas veces no profundiza, ni discierne bien los aspectos que conforman la totalidad de estos contextos críticos como el que se ha estudiado. Hay una producción y un consumo de imágenes que está matizado y mediado también por el panorama tecnológico actual. Las redes sociales, la inmediatez, la disponibilidad y propagación de las imágenes e información determinan dinámicas que afectan en las opiniones colectivas.

En términos generales, el paro del 2019 fue un contexto sumamente complejo en cuanto a que muchos sectores de la sociedad fueron partícipes, y era difícil desde el ejercicio periodístico cubrir toda la realidad de un panorama que hasta el día de hoy sigue generando reflexiones, discusiones y esfuerzos en el mundo académico por entender los aspectos estructurales e históricos que generaron este estallido social, proveniente de una tensión que se venía acumulando desde hace años atrás y de una memoria que está ligada a procesos históricos de resistencia.

Si bien puede que algunos individuos indígenas hayan sido parte de actos violentos, no hay un ejercicio real desde la prensa para mostrar un contexto en el cual hay todo un bagaje cultural e histórico donde el pueblo indígena ha sido constantemente sometido a violencia y represión. Y, por otro lado, estos discursos que vinculaban al indígena con la subversión eran los que de alguna manera justificaban en el imaginario colectivo el uso de la fuerza indiscriminada contra el movimiento indígena y contra los manifestantes en general.

Es importante decir que no se busca abordar esta disputa discursiva desde la total polarización. Es relevante ser crítico con que hubo múltiples interpretaciones de lo que estuvo en juego durante octubre del 2019, y de lo que ha perdurado hasta ahora de ese contexto. Hay temas cruzados en discusión, hubo un conjunto de demandas con distinto alcance, pero se puede decir con certeza que todo medio de comunicación responde a una agenda y a un interés que, o se moviliza desde la colectividad/comunidad o desde lo privado/gubernamental/hegemónico.

He encontrado que, en ese sentido, la solución para hacer un periodismo más ético y acorde a la realidad, está en hacer un periodismo que sea honesto en cuanto a sus intereses o motivaciones, y que pueda ahondar desde la empatía en lo que también es contrario a su perspectiva.

Por último, el campo de estudio del tratamiento mediático respecto a las identidades en octubre del 2019 es muy amplio. Como recomendaciones es preciso mencionar que este tema se podría expandir a un estudio que abarque a más o a otros medios de comunicación que solo a los generalistas digitales determinados en este caso; más plataformas digitales u otras plataformas; o se podría hacer un análisis de discurso en el contenido de televisión o prensa. También se podría expandir el estudio a las representaciones generales de todos

los grupos sociales que fueron partícipes de las manifestaciones y no solo del movimiento indígena como en este caso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Acosta-Buenaño, A.M., Calvopiña-Panchi, V., & Cano-Cañizares J. (2017). Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el concurso público de frecuencias. *Friedrich Ebert Stiftung*. <https://bit.ly/2OCwELl>
- Ayala, E. (2011). Interculturalidad: camino para el Ecuador. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Becerra, G., & Arreyes, V. (2013). Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann. *Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistemico Aplicado a la Sociedad*, (28), 47-60. <https://bit.ly/2OSv1cm>
- Berrigan, F. (1981). *La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria por el desarrollo*. Editorial de la UNESCO
- Berrocal, G. (2018). La comunicación en el movimiento político Mapuche en Wallmapu. *La otra cosecha*, 1(1), 4–11.
- Conterón-Alta, Y.N. (2018). *Análisis de otras dinámicas de comunicación que producen dos medios de comunicación indígenas en Otavalo para explorar otras representaciones del pueblo kichwa* [Unpublished doctoral/master dissertation]. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Day, R. (1996). Cómo escribir y publicar trabajos científicos. *Organización Panamericana de la Salud (OPS)*. Segunda Edición. Publicación científica No. 558.
- Del Alcázar Ponce, J. P. (2021) *Estado Digital Ecuador Enero 2021*. Mentinno Innovation & Lifetime Value Partners. <https://bit.ly/3eT1Lf2>
- Fundamedios. (2019, octubre, 14). La prensa fue blanco de los violentos: 138 periodistas agredidos en 12 días de protestas. *Fundamedios*. <https://bit.ly/3nSsIUg>
- Fundamedios. (2019, octubre, 28). Líder indígena acusó a medios de comunicación de desinformar sobre el paro nacional. *Fundamedios*. <https://bit.ly/3xMRvxt>
- Fundamedios. (2019, noviembre, 12). Fundamedios presentó informe ante la Asamblea Nacional sobre las agresiones a la prensa durante el paro. *Fundamedios*. <https://bit.ly/3h8OWzN>
- Gehrke, M., Lizarazo, N., Noboa, P., Olmos, D., Pieper, O. (2016). *Panorama de los medios en Ecuador sistema informativo y actores implicados*. DW Akademie. <https://bit.ly/3qH0g8r>
- Gumucio, D. (2001). *Haciendo Olas*. Plural Editores.

- Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications. 1-55.
- Tapia, A., Castro, A. (2019, diciembre 11). Ataques, vulneraciones y cerco mediático al movimiento indígena durante el paro nacional en Ecuador. *Kapari Comunicación*. <https://bit.ly/3kcFWsM>
- Larrea Maldonado, C., Montenegro Torres, F., Greene López, N., & Cevallos Rueda, M. (2007). *Pueblos indígenas, desarrollo humano y discriminación en el Ecuador*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- León, C., Zambrano, E., Vega, E., Laso, J., Rodrigo-Mendizábal, I., & Reyes, H. (2021). *Octubre de 2019. Discursos e imaginarios de la movilización social en medios e hipermedios de comunicación*. [Conference]. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador. <https://bit.ly/2QgHGqu>
- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas*. Universidad Iberoamericana/Anthropos.
- Manrique-Urdaneta, B. (2008). Estudio del artículo académico como un género de texto: El paso de pre-texto a texto. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 9(21), 33-70. <https://bit.ly/30OYaYx>
- Marrero, L. (2008): El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido, en *Revista Latina de Comunicación Social*, (63), 348-367. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. http://www.revistalatinacs.org/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html
- Mata, M.C., et al. (2009). *Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*. La Crujía Ediciones
- Monje-Álvarez, C. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana.
- Moreno, S. (2014). *Sublevaciones indígenas en la Audiencia de Quito. Desde comienzos del siglo XVIII hasta finales de la Colonia*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar/Corporación Editora Nacional.
- Perez, D. (2020). Representaciones en los medios impresos: movimiento indígena y paro nacional en Ecuador. *Austral Comunicación*, 9(2), 217-248. <https://bit.ly/3ukUdZj>
- Primicias*. (2021, febrero, 21). Resultados primera vuelta electoral. *Primicias*. <https://bit.ly/3b4rIak>
- Raiter, A., Zullo, J., Sánchez, K., Szretter, M., Basch, M., Belloro, V., Pérez, S., García, P. (2002). *Representaciones Sociales*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Ramírez-Campos, M.J. (2018). *La comunicación comunitaria en Ecuador* [Unpublished doctoral dissertation]. Universidad Complutense de Madrid.

Ramírez, F. (2009). El movimiento indígena y la reconstrucción de la izquierda en Ecuador: el caso del Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik-Nuevo País (PK). En Ospina, P., Kaltmeier, O. y Büschges, C. (eds.). Los Andes en movimiento (pp. 65-95). Quito: Corporación Editora Nacional.

Van Dijk, T., Rodrigo Mendizábal, I. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Ediciones ABYA-YALA

Villagómez-Rodríguez, P.S., Ramírez-Paguay, E.L. (2018). Abordaje de la interculturalidad en la prensa ecuatoriana. *Revista Latina de Comunicación Social*, 748-776. DOI: 10.4185/cil2018-225

Wambra. (2019, octubre 21). Chequeando las protestas en Ecuador. Wambra Medio Digital Comunitario. <https://bit.ly/3sl3Rtb>

Anexo A: Matriz

file:///Users/andreaaguirre/Desktop/TESIS/MATRIZ%20TESIS.htm

Anexo B: Lista de preguntas para las entrevistas

1. ¿Cuál fue tu papel o rol dentro del paro de octubre del 2019?
2. ¿Cómo encontraste al tratamiento mediático durante el paro?
3. ¿Qué representaciones sobre los indígenas encontraste en los contenidos de los medios de comunicación?
4. ¿Puede el documental ser una alternativa a estas representaciones?
5. ¿Cómo para ti el documental puede aportar a la práctica periodística y expandirla hacia nuevas posibilidades?