

Uso de cadenas nacionales para imponer el discurso oficial en Ecuador (2007-2021)

Use of nationwide broadcasts to impose the official discourse in Ecuador (2007-2021)

Utilização de cadeias nacionais para impor o discurso oficial no Equador (2007-2021)

Allen Panchana-Macay, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador (allen.panchana@cu.ucsg.edu.ec)

Carlos Barrera, Universidad de Navarra, Navarra, España (cbarrera@unav.es)

RESUMEN | Las cadenas nacionales en televisión han sido un mecanismo de información o de propaganda recurrente de varios gobiernos latinoamericanos desde los años setenta del siglo XX. En distinto grado según su naturaleza y alcance, a través de este recurso han buscado sostener la versión oficial de hechos relevantes y sensibles e influir en el control de la opinión pública. En el caso de Ecuador, su uso se intensificó y sistematizó durante los gobiernos de Rafael Correa (2007-2017) y Lenín Moreno (2017-2021). Con base en los hechos acaecidos en aquellos años, la legislación creada y aplicada, el análisis de contenido de distintas cadenas nacionales y entrevistas a protagonistas, se estudia su utilización como una clave estratégica de comunicación y propaganda por parte del poder político, especialmente a través de la nueva emisora pública *Ecuador TV*, matriz de las cadenas desde 2007.

PALABRAS CLAVE: cadenas nacionales; Ecuador; medios públicos; Rafael Correa; Lenín Moreno; propaganda; televisión; radio.

FORMA DE CITAR

Panchana-Macay, A. & Barrera, C. (2022). Uso de cadenas nacionales para imponer el discurso oficial en Ecuador (2007-2021). *Cuadernos.info*, (53), 162-183. <https://doi.org/10.7764/cdi.53.40623>

ABSTRACT | *Nationwide television broadcasts have been used as a mechanism of information or recurrent propaganda by several Latin American governments since the seventies of the 20th century. To varying degrees, depending on their nature and scope, through this resource they have sought to support the official version of relevant and sensitive facts and influence the control of public opinion. In the case of Ecuador, its use was intensified and systematized during the governments of Rafael Correa (2007-2017) and Lenín Moreno (2017-2021). Based on the events that occurred in those years, the legislation created and applied, the content analysis of different national networks and interviews with protagonists, we study its use as a strategic key of communication and propaganda by the political power, especially through the new public broadcaster Ecuador TV, parent company of the networks since 2007.*

KEYWORDS: *nationwide broadcasts; Ecuador; public service media; Rafael Correa; Lenín Moreno; propaganda; television; radio.*

RESUMO | *Os canais nacionais na televisão têm sido um mecanismo de informação ou propaganda recorrente de vários governos latino-americanos desde os anos setenta do século XX. Em diferentes graus, dependendo de sua natureza e escopo, através deste recurso eles têm procurado apoiar a versão oficial de fatos relevantes e sensíveis e influenciar o controle da opinião pública. No caso do Equador, seu uso se intensificou e sistematizou durante os governos de Rafael Correa (2007-2017) e Lenín Moreno (2017-2021). A partir dos acontecimentos ocorridos naqueles anos, a legislação criada e aplicada, a análise de conteúdo de diferentes canais nacionais e entrevistas com protagonistas, é estudado seu uso como chave estratégica de comunicação e propaganda pelo poder político, especialmente através da nova emissora pública Equador TV, controladora dos canais desde 2007.*

PALAVRAS-CHAVE: *canais nacionais; Equador; mídias públicas; Rafael Correa; Lenín Moreno; propaganda; televisão; rádio.*

INTRODUCCIÓN

En América Latina, el empleo frecuente de las cadenas nacionales para comunicar mensajes de gobierno a la ciudadanía o –en algunos casos– para emitir propaganda electoral se reporta en al menos dieciséis países, principalmente a través de la televisión. Este artículo analiza el caso de Ecuador, donde el uso de las cadenas nacionales fue frecuente durante los períodos presidenciales de Rafael Correa (2007-2017) y Lenín Moreno (2017-2021), ambos del movimiento político Alianza PAIS.

El cambio de gobierno del 24 de mayo de 2021, con la asunción de Guillermo Lasso Mendoza, marcó el fin del uso de las cadenas, una práctica informativa empleada desde 1975. En su nueva política de comunicación, informada mediante un comunicado presidencial, se estableció que solo se autorizaría la emisión de cadenas “en casos excepcionales en los que amerite hacer uso de este recurso por necesidad nacional e interés general de temas relacionados con las necesidades colectivas de los ciudadanos y ciudadanas del país” (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2021). Este hecho permite realizar una mirada retrospectiva sobre el período anterior para analizar el uso político de las cadenas nacionales y mostrar el modelo ecuatoriano en comparación con otros de la región. Dado el contexto político de las presidencias de Correa y Moreno, especialmente la del primero, por considerarse encuadrada dentro de los populismos de izquierda (De la Torre, 2016), cabe hipotetizar que las cadenas nacionales fueron una clave comunicacional estratégica para el control y la dirección de la opinión pública. Nos interrogamos sobre (1) ¿Cuál fue la efectividad del uso de este instrumento de comunicación? (2) ¿Hasta qué medida devino en propaganda? y (3) ¿Se desarrolló de igual manera bajo los mandatos de Correa y Moreno?

En Ecuador, tras la vigencia de la nueva Constitución de 2008, que ordenaba adelantar los comicios para todas las dignidades del país, Correa, que había sido elegido para el periodo 2007-2011, se volvió a lanzar como candidato y ganó en una sola vuelta el 26 de abril de 2009, con 51,99% de los votos. Su segundo mandato se desarrolló entre agosto de 2009 y mayo de 2013. El tercer periodo, tras ganar sin balotaje en febrero de 2013 con 57,17% de votos, se desarrolló hasta mayo de 2017. En estas dos últimas etapas su confrontación con los medios se intensificó. Al término de su mandato, en mayo de 2017, Rafael Correa alcanzó históricos índices de aceptación y popularidad. Él y su partido ganaron las once elecciones generales, seccionales, consultas y referendos que se registraron entre 2007 y 2017, la presidencia más larga de la historia del país. Correa apoyó la elección presidencial en 2017 de quien fuera su vicepresidente, Lenín Moreno, que gobernó el país entre 2017 y 2021.

MARCO TEÓRICO-HISTÓRICO Y CONCEPTUAL

En países latinoamericanos, el concepto cadena nacional o cadena es claramente comprendido en el imaginario colectivo desde los años setenta. Se trata de un mensaje gubernamental, específicamente del presidente de la República o de las máximas autoridades de la nación, civiles o militares, insertado en todas las televisoras y radios nacionales, regionales y locales de señal abierta.

Este recurso de comunicación se ha empleado en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. La raíz histórica de la mayoría de sus normas reguladoras se encuentra en períodos de gobiernos militares. A pesar de las razones de utilidad pública en las que generalmente se basaron, las reformas normativas subsiguientes en muchos países de la región llevaron a su instrumentalización “para transformarse –en la práctica– en una poderosa forma de publicidad y promoción de políticas gubernamentales, así como de injerencia y control estatal, todo lo cual dista enormemente de la original razón de ser de dichas cadenas” (Alianza Regional por la Libre Expresión e Información, 2014, p. 4).

La legalidad a las que están sujetas difiere en diversos aspectos. Por ejemplo, en Argentina y Colombia las cadenas pueden ser impuestas por el poder Ejecutivo. Para Mengo (2018), en Argentina la cadena se convirtió en un medio de comunicación política por excelencia, específicamente en el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), y se inscribió en una especial relación de fuerzas:

[La mandataria] potenció su estilo comunicacional a partir del enfrentamiento con una parte de la prensa, a la que eligió como su rival. Para el kirchnerismo, la cadena oficial funcionó como una especie de herramienta contrahegemónica a la que tuvo que recurrir por la fuerza (con amenaza de sanciones) porque de otra manera los grandes medios no transmitirían, o en todo caso con malas intenciones, las cuestiones que consideran de relevancia institucional (Mengo, 2018, p. 14).

En Venezuela, las cadenas nacionales se encuentran reguladas y el presidente de la República tiene autorización para transmitir a través de todos los medios de comunicación, sin límite de tiempo ni de frecuencia. De hecho, Venezuela y Ecuador se han convertido en una amenaza a la libertad de expresión por el abuso de las cadenas nacionales impuestas por los gobiernos (Alianza Regional por la Libre Expresión e Información, 2014). Entre 2013 y mediados de 2014 ambos países encabezaron la lista con el mayor número de cadenas: Ecuador con 817 y Venezuela con 252. Venezuela llevaba la delantera en el tiempo de emisión en el periodo analizado, con 8192 minutos al aire de Nicolás Maduro, mientras Correa registró un total de 4309 minutos (Namur & Correa, 2014).

En México, el uso de la cadena nacional está limitado para mensajes del gobierno o informes de labores. Existe *La Hora Nacional*, que se difunde los domingos en todas las estaciones de radio. Hay países en los que o bien no existe ningún reglamento, o bien las cadenas no son obligatorias para ningún medio, como ocurre en Costa Rica, Paraguay y Perú. En Brasil, la regulación está contenida en varias leyes y las cadenas nacionales se usan en su mayoría para propaganda electoral gratuita. De manera similar, en Chile las cadenas de televisión no son obligatorias, salvo aquellas relacionadas con propaganda electoral. Por el contrario, en otros países las cadenas están reguladas y se transmiten con frecuencia. En Nicaragua, por ejemplo, una ley específica permite incluso cadenas diarias, llamadas por el gobierno “medios de comunicación de la familia y la comunidad”, que funcionan como “canales oficiales” (Alianza Regional por la Libre Expresión e Información, 2014, p. 50).

La legislación para establecer las cadenas nacionales empieza en Ecuador con la Ley de Radiodifusión y Televisión (Decreto Supremo No. 256-A, 1975), en tiempo de la dictadura militar encabezada por Guillermo Rodríguez Lara. Esta ley pasó por cinco reformas (1992, 1995, 2002, 2013 y 2019) en cinco gobiernos distintos (Alianza Regional por la Libre Expresión e Información, 2014), pero, en esencia, mantuvo las dos características básicas de la obligatoriedad y gratuidad de las cadenas; es decir, el gobierno podía interrumpir, a cualquier hora, la programación regular de los medios audiovisuales privados, públicos y comunitarios.

Hasta el 24 mayo de 2021, el último día que gobernó Lenín Moreno, en Ecuador las cadenas llegaban a las 24 provincias y sus 221 ayuntamientos y debían replicarse en los 786 medios audiovisuales registrados (*offline*) y sus plataformas digitales: un total de 617 radios, 82 canales de televisión abierta y 87 por suscripción (cable), según el inventario del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2020).

Es preciso distinguir dos tipos de cadenas durante el periodo estudiado: las cadenas nacionales y los enlaces ciudadanos. Las primeras son transmisiones obligatorias en los medios públicos, privados y comunitarios y constituían piezas audiovisuales habitualmente producidas y post producidas, con una duración aproximada de entre dos a 12 minutos. En bastantes ocasiones, sin embargo, no se cumplía estrictamente el concepto de cadena, ya que solo se obligaba a que la emitiera un canal, al que se le respondía para criticar informaciones específicas emitidas o a sus dueños, presentadores o comentaristas. Es decir, se usaba la cadena para insertar el mensaje gubernamental en medios independientes o críticos; el Ejecutivo refutaba una información a manera de propaganda de forma obligatoria, haciendo pasar esa réplica como cadena. Por enlaces ciudadanos suele entenderse las intervenciones del presidente de la República denominadas

sabatinas a través de la televisión oficial, replicadas luego por medios afines o recogidas en los noticieros de los canales independientes. Por lo general, dado su mayor impacto mediático, los enlaces ciudadanos (o las denominaciones que han tenido en otros países) han sido más estudiados que las cadenas, pese a que estas han sido numéricamente importantes.

Hasta 2007 un canal privado nacional, con sedes en Quito y Guayaquil, hacía de matriz de la cadena, a la que las demás televisoras y radios de todo el territorio tenían obligación de enlazarse y retransmitir. Según Fernando Alvarado (comunicación personal, 9 de febrero de 2021), exministro del gobierno de Correa, se hizo así “por cuestiones prácticas”, para evitar tener que enviar la cinta, CD o DVD, físicamente o de forma digital, a todas las radios y los canales de televisión, “lo cual revestiría una complejidad mayúscula”. En ese escenario, lo más viable era que uno de los seis canales de cobertura nacional (en frecuencia VHF) recibiera el contenido gubernamental para replicarlo. O, como ocurrió hasta finales de la década de los noventa, la autoridad acudía hasta la estación televisiva, a sus estudios de Quito o Guayaquil, para grabar o enviar un mensaje en directo a la nación.

Al ganar las elecciones en noviembre de 2006, el equipo de campaña de Correa consideró de “alta estrategia política y comunicacional” establecer el primer canal público de televisión y, al mismo tiempo, la radio pública (Sánchez, comunicación personal, 15 de marzo de 2020). En 2007 nació *Ecuador TV* que, desde entonces, ha sido matriz de todas las cadenas. Para Chavero y sus colegas (2017), quienes analizan el programa sabatino del presidente Correa *Enlace ciudadano*, similar a *Aló Presidente* (1999-2012) en Venezuela, este apostó por una estrategia política al convertir a los medios de comunicación privados e independientes en su principal adversario, relegando a un segundo plano a los propios opositores políticos. Transmitido por radio y televisión, el programa era conocido coloquialmente como las sabatinas, porque se emitía los sábados con una duración media de tres horas: fungía como una rendición de cuentas del gobierno hacia los ecuatorianos. El contacto directo con el pueblo y los contenidos de estos enlaces eran a su vez retomados por los noticieros nacionales y la prensa (Conaghan & De la Torre, 2008), con lo cual los temas tratados entraban en la agenda mediática semanal. Correa marcaba así la *agenda setting*. Para Stornaiolo (2019), el protagonismo de Correa era casi absoluto y persiguió construir un personaje idolatrado por la población. “Era maestro de ceremonias, cantante, presentador, bailarín y todo lo que la situación ameritase. Lo acompañaba su traductor al quichua, el ‘mashi’ (compañero) José Maldonado” (p. 52). El presidente hacía escarnio de sus opositores políticos, de activistas y sindicalistas en vivo. “Daba órdenes para que, en la semana posterior, algunos jueces impulsaran procesos judiciales en beneficio de Correa y de su gobierno” (Stornaiolo, p. 53).

En sus sabatinas, además del ataque a periodistas, Correa rompió periódicos e invitó a la audiencia a boicotarlos en distintas ocasiones, dejando de comprarlos o de ver ciertos canales de televisión. Sus ataques a medios de comunicación críticos incluyeron insultos como “prensa mercantilista”, “corrupta”, “inmoral”, “manipuladora”, “falta de ética”, “canallas”, “amarillistas”, “bocones”, “buitres”, “cínicos”, “chismosos”, “desequilibrados”, “sicarios de tinta” (Fundamedios, 2012; Stornaiolo, 2019; Neira, 2021).

Tal puesta en escena caló hondo en las audiencias, si se considera que, desde enero de 2007 hasta su salida del poder en 2017, Correa hizo 523 enlaces ciudadanos, equivalentes a 1544 horas de transmisiones financiadas con recursos del Estado (Stornaiolo, 2019). Por otra parte, se registró que, entre 2008 y 2017, el gobierno emitió 477 sanciones administrativas y económicas contra medios y periodistas.

Con aquel patrón, Correa no solo erigió una imagen de actividad frente a la opinión pública –como han aportado en esa línea teórica Bouza y González (2009) y Chavero (2015)–, sino que fue elaborando un clima de crispación y hostilidad que mantendría movilizado al electorado. De allí que la comunicación política de Correa fue táctica: hizo uso de las mismas herramientas de los medios para “contrapesar el discurso hegemónico de la información e imponer una nueva visión de la realidad política y de los actores” (Chavero et al., 2017, p. 148).

Desde su asunción al poder en enero de 2007, Correa cambió el panorama mediático, históricamente dominado por empresas privadas ligadas a la banca (Panchana-Macay & Barrera, 2021). Para Cerbino y sus colegas (2014), la acción del Estado ecuatoriano ha favorecido históricamente la concentración de la propiedad privada de las empresas mediáticas, su estrecha vinculación con el capital financiero y la formación de conglomerados mediáticos mediante un conjunto de normas legales promovidas sucesivamente por gobiernos de distintos signos desde, al menos, 1935. Los medios –para estos autores– tuvieron durante décadas el dominio sobre la selección y priorización de los problemas tematizables. “El sistema político fue incapaz de mantener verdadera independencia de los medios, dejando a estos el liderazgo de la producción y difusión de representaciones sociales convergentes con los intereses de los sectores dominantes” (Chavero et al., 2017, p. 127).

Zepeda (2010), quien analizó el discurso de Correa en sus primeros años de mandato, muestra que el presidente refería como sus enemigos internos a la “oligarquía”, la “prensa servil” y los “grupos de poder”; y como sus enemigos externos al “gran capital transnacional” y la “globalización neoliberal” (p. 178). Sin embargo, enfatiza que reiteradas veces se expresó escéptico acerca de que una prensa “libre, independiente, responsable, competente, veraz” (p.179) existiera en Ecuador. Todo esto, añade Mancero (2017), iba acompañado de un discurso nacionalista y conservador sobre “recuperar la patria” o la “patria ya es de todos” (p. 320),

e incluso de la revitalización de himnos como “Patria, tierra sagrada”, ante lo cual contraponía una prensa, según sus palabras, “vendepatrias” (p. 327). Así, fue enmarcando o encuadrando sus mensajes a una narrativa ya establecida.

El discurso correísta adoptó así, de manera prioritaria, la perspectiva populista del conflicto con el otro, una vez que se identificaban y desvelaban quiénes eran los enemigos de la patria. Características de este tipo de discurso son el maniqueísmo, la simplificación del espacio político y la polarización, junto con la apropiación simbólica del liderazgo de la movilización política del pueblo al que se dirige (De la Torre, 2010).

La dimensión comunicacional de su discurso alcanzó, por primera vez en la historia de la democracia de Ecuador, la preponderancia para imponer una sola visión de los hechos a través de la extensión y utilización de los medios públicos (Panchana & Mena, 2020), y especialmente en períodos electorales (Panchana-Macay & Barrera, 2021). Los programas semanales *Enlace Ciudadano en Ecuador* representaron una forma de comunicación transversal y obligatoria. El discurso de Correa se fortaleció a través de medios de comunicación públicos recientemente creados, de medios incautados o medios privados afines al pensamiento gobiernista mediante la pauta publicitaria estatal.

En esta línea toma importancia la profesionalización de la comunicación gubernamental y su narrativa discursiva. Riorda (2011) sostiene que no se acepta que toda la comunicación, específicamente la proveniente de la publicidad gubernamental, deba ser de tipo informativa o neutra, y Carlos Galecio (comunicación personal, 15 de julio de 2022), exdirector de noticias de Ecuavisa mantiene que, en las cadenas de Ecuador, el gobierno de Correa usó las herramientas más modernas de la comunicación audiovisual para crear una puesta en escena contemporánea, atractiva y de alto impacto.

No fue el único caso en la región. Países de Latinoamérica vivieron crisis económicas que marcaron el final del ciclo neoliberal en medio de estallidos sociales y represiones con distintos grados de violencia. Tal contexto fue el caldo de cultivo para el surgimiento de una nueva izquierda regional (Natanson, 2010), llamada también ola de izquierda progresista (Albán, 2016), socialismo del Siglo XXI, socialismo del buen vivir (Souza, 2010), o neopopulismo (Rincón & Magrini, 2010) que prácticamente destronó a los sistemas de partidos tradicionales y dio paso a liderazgos de alta popularidad.

Figuras como Hugo Chávez en Venezuela, Evo Morales en Bolivia, Néstor Kirchner en Argentina, Luiz Inácio Lula da Silva en Brasil, Daniel Ortega en Nicaragua, y Rafael Correa en Ecuador, reconfiguraron la autoridad presidencial

y se propusieron un amplio programa de reformas institucionales y económicas con amplio respaldo popular (Badillo et al., 2015).

Natanson (2010) sostiene que el vacío que dejaron los partidos tradicionales en esta recomposición fue ocupado por otros actores, como algunos medios de comunicación que en ciertos países y en distintos momentos asumieron la función política de la oposición, creándose así un clima de polarización y de enfrentamiento.

Esto explicaría la tensa relación con los medios que casi todos los presidentes latinoamericanos de esta tendencia política fueran “ultra-mediáticos en un doble sentido: deben parte de su ascenso al poder de los medios y son muy conscientes del peso e influencia de la prensa en el juego político” (Natanson, 2010, p. 63), lo que no impide que fueran también anti-mediáticos.

La conciencia acerca del poder de la imagen proyectada y la voluntad de utilizarla a su favor hizo que estos gobiernos diseñaran estrategias para establecer sus propios tiempos y formatos. Tal esquema, denominado mediapolítica por Rincón y Magrini (2010), básicamente busca posicionar la agenda política sobre la agenda mediática, sin mediaciones o intermediarios. Los gobiernos de la nueva izquierda latinoamericana se convirtieron en actores comunicacionales y, para ello, siguieron ciertos procesos que Fernando Ruiz (2010) identifica como “estrategias de los políticos para recuperar la política” (p. 46). Otros autores se han referido a estas estrategias dentro de lo que se ha dado en llamar populismo mediatizado, inscritas en la tendencia global de la mediatización de la política en diversas regiones del mundo (Mazzoleni, 2014; Chakravartty & Roy, 2017), si bien los modelos difieren según las diferentes culturas políticas y mediáticas, y según se considere el populismo como una ideología o como un discurso (Manucci, 2019).

METODOLOGÍA Y FUENTES

Para cumplir con los objetivos de esta investigación, se utilizan tres recursos complementarios: el método histórico documental, basado en reconstruir los hechos a partir de documentos y fuentes primarias, más entrevistas a protagonistas o testigos realizadas entre 2019 y 2022; el análisis de la política de medios de los distintos gobiernos, y la recolección y tratamiento de datos sobre cadenas nacionales.

La revisión documental y testimonial no solo abarca los períodos de Correa (2007-2017) y Moreno (2017-2021), sino también el contexto previo, desde que comenzaron a aparecer y regularse las cadenas. El análisis de política de medios refiere a los aspectos normativos y jurídicos que estructuraron un nuevo esquema institucional y un *modus operandi* presuntamente en favor de los intereses de

control político gubernamental. Calibrando el espíritu, la letra y la aplicación de las leyes específicas sobre libertad de expresión, información y comunicación, se conceptualizan los posibles modos de incurrir en propaganda, pese a la existencia de una democracia formal en Ecuador. Jowett y O'Donnell (2012), definen propaganda como “el intento deliberado y sistemático de dar forma a las percepciones, manipular cogniciones, y dirigir el comportamiento para lograr una respuesta que promueva la intención deseada del propagandista” (p. 7); es decir, se trata de un desarrollo preciso, metódico y organizado de medios para alcanzar un fin, y sus consecuencias se dirigen al control de las personas mediante una única interpretación de lo que se conoce (Ellul, 1973).

Los datos acerca del número y la naturaleza de las cadenas emitidas por radio y televisión se obtuvieron fundamentalmente de los informes de Fundamedios (Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios), una organización no gubernamental ecuatoriana fundada en 2007 para promover y defender la libertad de expresión y el periodismo de calidad en Ecuador y en América Latina. El hecho de que Fundamedios fuera objeto de críticas por parte de Correa, quien llegó a amenazarla incluso con su cierre por considerarla un actor político (Scharfenberg, 2015), no debe llevar a calificar como sesgados sus informes, generalmente bien valorados.

La información se complementó con 22 entrevistas a protagonistas en el tema con consentimiento informado, realizadas entre 2019 y 2022, con cuestionarios estructurados y semiestructurados de entre diez a veinte preguntas como parte de una tesis doctoral. Este trabajo emplea siete entrevistas, incluyendo directores y profesionales de medios considerados de oposición por el gobierno de Correa, exdirectivos de medios públicos, principalmente del conglomerado *Medios Públicos EP* y de *Ecuador TV*, trabajadores de algunas de estas empresas de comunicación públicas, docentes especializados en la historia normativa y ejercicio de la comunicación del país, y voceros de organizaciones veedoras de estos procesos, como Fundamedios.

Algunas de las fuentes orales a las que se recurrió fueron de más complicado acceso, al estar prófugos de la justicia. Fue el caso de Fernando Alvarado Espinel, quien fuera titular de la Secretaría de Comunicación (Secom) durante gran parte de la presidencia de Correa, ideólogo de su aparato comunicacional y jefe máximo de los canales privados incautados por el Estado en 2008. Hay que considerar que, hasta junio de 2022, habían 20 altos exfuncionarios del correísmo con órdenes de prisión –entre ellos el propio Correa– o asilados en varios países latinoamericanos.

RESULTADOS

Naturaleza, uso y cadencia de las cadenas en la era Correa

La estructura comunicacional estatal consolidada tras casi cinco décadas se modernizó y sistematizó desde la puesta en operación en 2007 de *Ecuador TV*, señal de televisión abierta. Fundamedios contabilizó, entre 2007 y 2016, 5584 cadenas difundidas a nivel nacional. El año 2016 concentró el mayor número: 2405 (gráfico 1). Según esta organización, ese tiempo acumulado equivale a 158 días, 3792 horas o 22.841 minutos continuos de mensajes. Los mayores picos de crecimiento se produjeron entre 2012 y 2013, primero, y sobre todo entre 2016 y 2017 cuando prácticamente se cuadruplicaron de un año para otro. Se trató de “un bombardeo mediático casi diario que se ha ido tomando los espacios informativos y de entretenimiento” (Fundamedios, 2017, p. 4).

Edison Lanza, en su informe para la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) alertó sobre el uso excesivo y discrecional de las cadenas nacionales. En ese informe se decía que la información que los gobiernos transmiten a través de los enlaces obligatorios debía utilizarse para atender necesidades urgentes en materias de “claro y genuino interés público” (Lanza, 2015, p. 161) y durante el tiempo estrictamente necesario:

No es cualquier información la que legitima al Presidente de la República la interrupción de la programación habitual, sino aquella que pueda revertir interés de la colectividad en el conocimiento de hechos que puedan encerrar trascendencia pública y que sean realmente necesarios para la real participación de los ciudadanos en la vida colectiva (Lanza, 2015, p. 161).

La utilización discrecional de este mecanismo con fines partidistas podía devenir en una forma solapada de censura porque los medios, al ver interrumpida su programación para transmitir el enlace, se veían “impedidos de ejercer su derecho a difundir la información que deseen en el marco de su ejercicio a la libre expresión” (Fundamedios, 2012, p.3).

La herramienta de las cadenas interrumpía habitualmente los noticieros para defender la posición oficial en proyectos de ley o juicios, y a menudo aclaraba, desmentía o directamente desacreditaba informaciones u opiniones vertidas, que juzgaba imprecisos, en medios privados (Fundamedios, 2017). En reiteradas ocasiones las cadenas se usaron como réplica para contradecir una postura editorial de determinado canal de televisión o incluso para desacreditar a algún presentador de noticias o entrevistado en su mismo espacio. No se cumplía, por lo tanto, con el concepto de cadena en lo referido a la relevancia y oportunidad del contenido y que fuera enlazado, es decir, en toda la red de televisoras y radios del país.

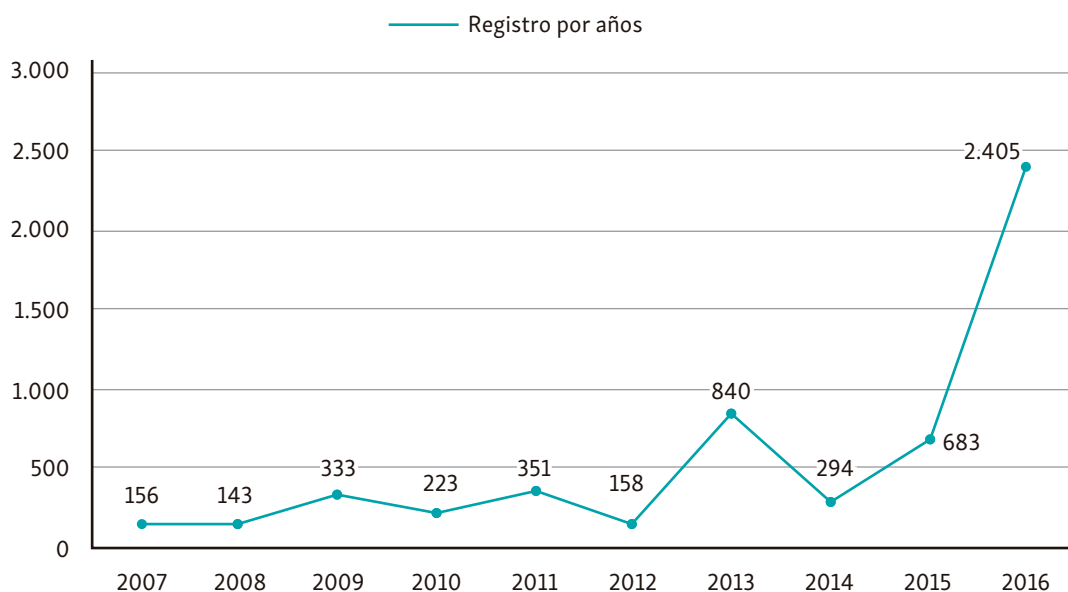


Gráfico 1. Cadenas de radio y TV en el gobierno de Correa (2007-2016)

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Fundamedios (2017).

“Era como si te insultaran en tu misma casa. No había cadena: invadían tu programa de entrevistas o noticieros para camuflar, bajo el pretexto de una cadena, una suerte de réplica a manera de insultos” (Galecio, comunicación personal, 5 de mayo de 2021). Bajo ese contexto, la presión se centraba en los ejecutivos de Ecuador TV, como ha testimoniado un exdirector de noticias de dicho canal:

El canal público debía tener todo el material listo –que nos hacía llegar la Secom– para que los canales y radios se engancharan a nuestra señal. En ocasiones Ecuador TV tenía que prestar sus recursos, como editores, periodistas, cámaras o material de archivo, para colaborar con el contenido de las cadenas (comunicación personal¹, 21 de febrero de 2020).

De enero de 2008 a enero de 2017 se reportaron 178 cadenas con fines descalificadores. “En todas ellas, se atacó, desprestigió y cuestionó la opinión de personajes por tener criterios o pensar distinto al oficialismo” (Fundamedios, 2017, p.3). Esta cantidad representa el 3,18% del total de cadenas nacionales emitidas durante el mandato de Correa. Aun representando un porcentaje más bien bajo, fueron reveladoras de sus intenciones descalificadoras. El principal pico se produjo en 2016, como consta en el gráfico 2, cuando se transmitieron 65 cadenas con el único propósito de atacar y desprestigiar a un periodista, un medio de comunicación o sus propietarios.

¹. La persona solicitó no ser identificada.

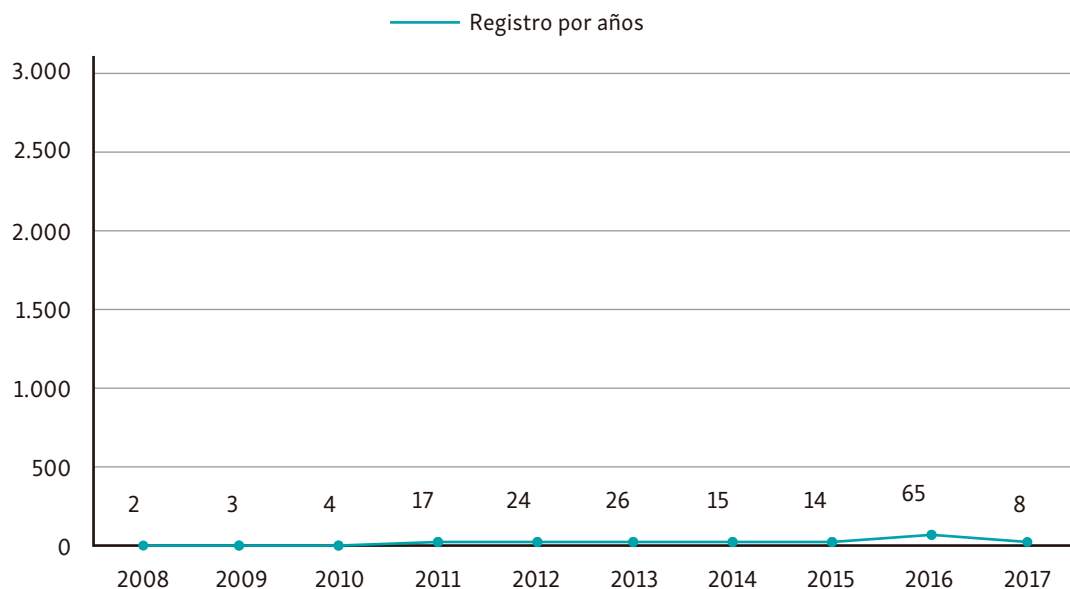


Gráfico 2. Cadenas de radio y TV en el gobierno de Correa con fines descalificadores (2008-2017)

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Fundamedios (2017).

En 2014, por ejemplo, una cadena emitida por la Secom interrumpió programas de opinión e informativos “para descalificar a diario *Expreso* y afirmar que el medio de comunicación engaña a sus lectores” (Fundamedios, 2017, p.5). Ese mismo año, la Secom difundió, a través de cadenas, un espacio de cincuenta segundos titulado *La ciudadanía le habla a los medios*, con testimonios de ciudadanos criticando el trabajo periodístico de un comunicador específico. Asimismo, el 1 de diciembre de 2015, una cadena interrumpió el noticiero estelar del canal privado *Ecuavisa*, para descalificar al vicepresidente de noticias y presentador de ese canal desde su creación en 1967, “por comentarios vertidos por el periodista respecto a una de las reformas constitucionales que el oficialismo presentó como enmiendas y fueron aprobadas en la Asamblea” (Fundamedios, 2017, p.6). En palabras de César Ricaurte, director ejecutivo de Fundamedios:

Hubo una infinidad de mensajes insultantes, dedicados exclusivamente a canales críticos como *Ecuavisa* y *Teleamazonas*. Recordemos que algunos canales, ante la presión, tuvieron que deshacerse de periodistas icónicos, como el entrevistador Jorge Ortiz de *Teleamazonas*. Incluso un periódico [*El Universo*] tuvo que liquidar a su jefe de opinión [Emilio Palacio], quien fue enjuiciado porque un editorial, titulado *No a las mentiras*, enojó al primer mandatario (comunicación personal, 12 de agosto de 2021).

Estos casos permiten conocer de qué forma operaba la estrategia de utilizar las cadenas nacionales para imponer una versión oficial y generar opinión pública,

recurriendo incluso al desprestigio y a la descalificación pública de comunicadores específicos. Mediante la personalización de las narraciones, al insertarse un personaje conocido en el imaginario de los espectadores, el mensaje adquiriría mayor fuerza. Asimismo, debido a la Ley Orgánica de Comunicación de 2013 y a la función desempeñada por la Supercom (organismo sancionador que creó dicha ley), al menos una veintena de periodistas y empresas de comunicación recibieron amonestaciones y fueron sancionados con la obligación de pedir disculpas públicamente, con multas económicas o –ante la imposibilidad o su negativa– con suspensiones o clausuras (Macaroff, 2010; Checa Montúfar & Barredo Ibáñez, 2017).

Un caso extremo pero paradigmático del uso de las cadenas nacionales fue la realizada para sofocar la rebelión que se desató tras una protesta policial, intento de golpe de estado según la versión oficial, el 30 de septiembre de 2010. Sin detenernos en todos los detalles, fue una cadena “indefinida e ininterrumpida”, según el memorándum recibido por radios y televisiones, que acabaría durando algo más de seis horas (Seis horas ..., 2010). “Junto a [sic] un equipo muy profesional –ha recordado el entonces Secretario de Comunicación, Fernando Alvarado– demostramos ese día la importancia de tener una plataforma pública de comunicación” (comunicación personal, 9 de febrero de 2021).

Las cadenas en la época de Moreno (2017-2021)

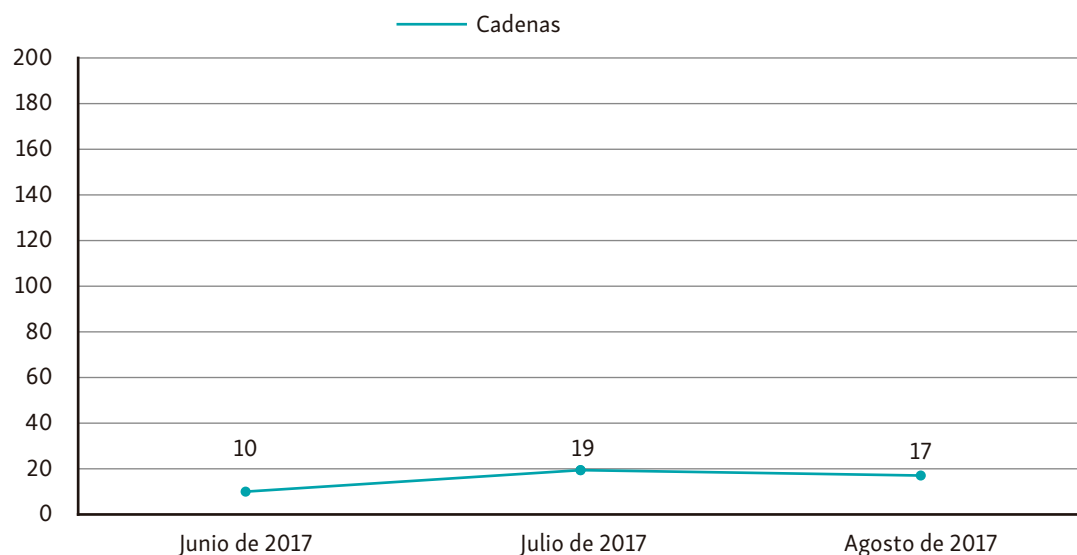
Lenín Moreno utilizó una medida significativa para reconciliarse con los medios de comunicación tras la salida de Correa del poder: la Asamblea reformó la LOC en un 80% de su articulado en 2019. Marcando una distancia con el gobierno de su antecesor, al que incluso denominó Estado de propaganda (Araujo, 2017), anunció desde el inicio de su mandato en 2017 una revisión de la política comunicacional pública. Una modificación tuvo que ver con la distribución del espectro radioeléctrico para radios y televisión: los medios públicos no podían exceder el 10% y los comunitarios, el 34%, cuando en la LOC de 2013 los públicos podían tener hasta el 33%. Esta reforma permitió nuevamente la prevalencia privada en el sector de la comunicación, cuyo porcentaje mínimo podía llegar hasta 56%, si bien de hecho representaban, a mayo de 2021, un 86,86%.

El nuevo presidente, sin embargo, aprovechó algunos mecanismos comunicacionales y propagandísticos heredados de su antecesor para fines políticos, aunque de forma mesurada, según la jefa de redacción de TC Televisión, Alina Manrique (comunicación personal, 15 de julio de 2021). Desde 2017 se emitieron cadenas nacionales en horarios establecidos, que detallaban las actividades realizadas semanalmente, como el programa *El gobierno informa*, transmitido todos los lunes, en horario estelar AAA (20:00), antes de los telediarios del *prime time*. Asimismo, se usaban estos espacios para difundir novedades sobre planes sociales, diagnósticos de la economía y otros aspectos concernientes al país. Entre junio y agosto de 2017, según datos remitidos

a los autores por César Ricaurte para esta investigación, director ejecutivo de Fundamedios, se emitieron 46 cadenas nacionales, aunque ese número se dimensiona por distintas repeticiones. En total, hubo en esos tres meses 129 cadenas impuestas para todos los canales de televisión y radios (gráfico 3).

En junio de 2021, Fundamedios comenzó una recopilación de datos sobre las cadenas en la época de Moreno. Según Ricaurte, “Moreno siguió usando las cadenas para posicionar su imagen y hacer lo mismo que su antecesor: propaganda” (comunicación personal, 12 de agosto de 2021). Ejemplifica con que solo en 43 días -1 de abril al 13 de mayo de 2021- el gobierno dispuso transmitir 313 cadenas en radio y televisión, que totalizaban 814 minutos. Al desencadenarse la pandemia en marzo de 2020, el gobierno dispuso boletines diarios en cadena nacional, en varios horarios durante el día, que se convirtieron en la única manera de conocer datos oficiales sobre el número de casos de COVID-19.

En su mayoría, estos contenidos fueron en vivo, cuando el entonces mandatario o los funcionarios del gobierno difundían las acciones emprendidas, los informes epidemiológicos, el número de decesos, las restricciones, las acciones por el estado de excepción o los recorridos de autoridades a distintos hospitales y morgues del país. Al final de su mandato, la estrategia comunicacional fue posicionar el avance de la vacunación y aplacar las críticas por los casos de corrupción en la administración de vacunas, que invadió incluso los espacios de los telediarios, pues las cadenas duraban de ocho a 20 minutos. Todas las radios y canales estaban obligadas a enlazarse a la señal de *Ecuador TV*.



Nota: Con repeticiones durante el día se emitieron 129 cadenas en total.

Gráfico 3. Cadenas de radio y TV en el gobierno de Moreno (junio-agosto 2017)

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Fundamedios (2017).

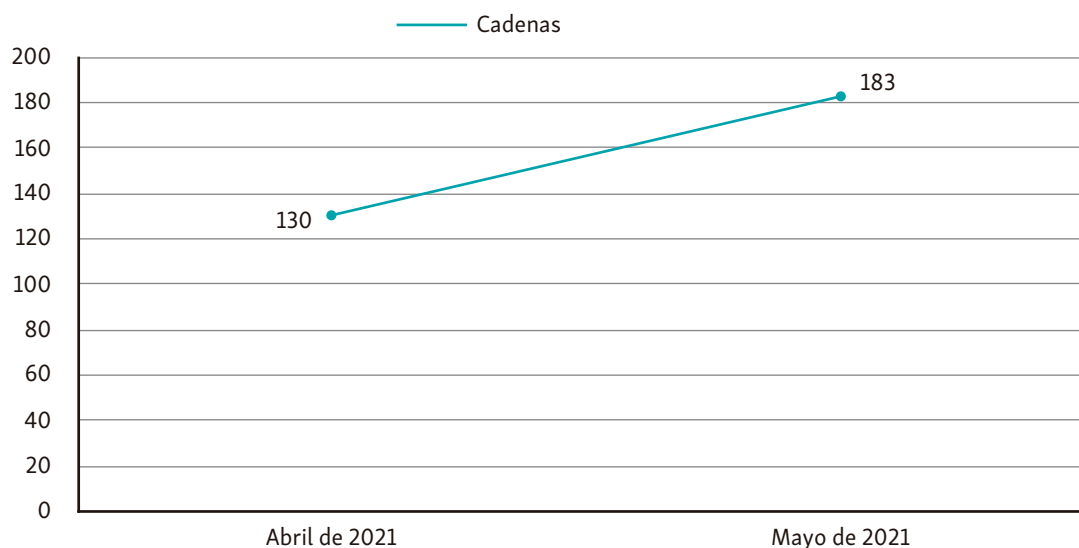


Gráfico 4. Cadenas de radio y TV relativas al COVID-19 en los últimos meses del gobierno de Moreno

Fuente: Elaboración propia con base en datos inéditos de Fundamedios (2021).

También se usaron estos espacios para imponer la versión oficial en otras cuestiones, bajo el concepto de temas de interés público. Por ejemplo, en octubre de 2019 Ecuador vivió violentas protestas sociales a raíz del anuncio de algunas medidas económicas, en especial la subida en el precio de los combustibles. Fueron 11 días de bloqueos y violencia con más de quinientos 50 heridos y cinco muertos. La cuarta parte del país estuvo paralizada. Las cadenas nacionales trataron de apaciguar la situación y se generaron mensajes gubernamentales para denunciar, entre otras cosas, la existencia de un intento de golpe de estado liderado por políticos opositores, del que se acusaba principalmente a Rafael Correa y a sus aliados, distanciados de Moreno desde junio de 2017. Por la presión pública mostrada desde el Ejecutivo y las supuestas pruebas mostradas en esas cadenas, la justicia ordenó encarcelar a varios detractores del gobierno.

Asimismo, el domingo 23 de mayo, a las 21:00, en su último día en el poder, el Gobierno transmitió la cadena obligatoria denominada *Un país de todos*, de 53 minutos, realizada por la productora independiente Satré a un costo de 78.171 dólares (IVA incluido), según los directivos de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (Segcom) consultados para esta investigación. Se trató de una entrevista al presidente Moreno, realizada por la periodista Gisella Bayona, presentadora del canal incautado *TC Televisión*. El propósito de la entrevista era, según la periodista, tratar los logros y aciertos de ese mandato. Moreno calificó el gobierno anterior como “opresivo” y el suyo como “de respeto pleno a los derechos y libertades” (Secretaría General de Comunicaciones, 2021), en un afán de distinguirse del correísmo, cuando en definitiva utilizaba la misma técnica para imponer la versión oficial.

Teresa Arboleda, presentadora del noticiero estelar de *Ecuavisa* desde 1979, señala que el gobierno impuso el discurso oficial de 2007 a 2021 a través de las cadenas, “que se convirtieron en su arma para menospreciar las palabras de otros y aniquilar a quienes piensan distinto, especialmente en la presidencia de Rafael Correa. Con Moreno las cadenas tuvieron un matiz distinto, pero con Correa los ataques eran constantes” (comunicación personal, 9 de agosto de 2021). Pese a su respaldo en varias leyes, las cadenas han violado “en reiteradas ocasiones” los procedimientos legales y administrativos en momentos políticos álgidos, según Ángel Sánchez Mendoza (comunicación personal, 15 de marzo de 2020), exdirector de contenidos de *Enlaces Ciudadanos*, como cuando el gobierno ha necesitado posicionar un punto de vista único en medio de convulsiones sociales y políticas o rebeliones militares habidas desde 1997 (Jordán Tobar & Panchana Macay, 2009).

CONCLUSIONES

El nuevo marco jurídico de la comunicación creado por los gobiernos de Rafael Correa (2007-2017) y Lenín Moreno (2017-2021) permitió mejorar una herramienta efectiva preexistente y común –con distintas variantes– en otros países latinoamericanos: las cadenas nacionales obligatorias. Con ellas disponían de un espacio asegurado en todos los medios audiovisuales, incluso sin límite de tiempo en caso de que el mensajero fuera el presidente de la República. Depender de canales privados independientes para transmitir constituía una limitación, como les ocurrió a los mandatarios anteriores a Correa, algunos de los cuales fueron derrocados y tuvieron que tomar prestados estudios de los canales comerciales para dar su mensaje a la nación. Por eso, fue clave crear en 2007 el primer canal público, *Ecuador TV*, para tener el control comunicacional en todos los eslabones de las cadenas, desde su producción hasta su emisión, incluso en directo, pues esta señal fue matriz de todas las cadenas nacionales a las que los otros medios se enlazaban obligatoriamente para replicar el mensaje oficial.

Se consolidó una estructura comunicacional estatal moderna y eficaz, antes inexistente o débilmente operativa, con la nueva televisión pública como instrumento principal. Esta práctica no cambió en el gobierno de Lenín Moreno, si bien su uso intensivo se centró especialmente para apaciguar las protestas sociales de octubre 2019 y la información relativa a la pandemia de COVID-19 para crear una imagen de eficacia gestora, sin el protagonismo personalista y populista constantemente buscado por su predecesor en la presidencia.

Tanto por su número como por su orientación de contenidos, las cadenas nacionales fueron relevantes instrumentos al servicio de los gobiernos para fijar el mensaje oficial e imponerlo a la opinión pública a través de los medios audiovisuales,

los de mayor audiencia en el país. Las cadenas constituyeron una pieza clave dentro del entramado legal creado para controlar la información y la opinión pública, en detrimento –dado su carácter de obligatoria emisión– de la libertad de expresión y de prensa. Su efectividad política a la hora de moldear la opinión pública quedó de manifiesto en las sucesivas elecciones presidenciales y de otro tipo ganadas por el correísmo. Las heridas que dejaron en la oposición política y periodística provocaron en 2021 el abandono de las cadenas nacionales por parte del nuevo gobierno del presidente Guillermo Lasso, que las consideró incompatibles con una democracia plena.

La habitualidad en el uso de cadenas en un buen número de países de América Latina, Ecuador incluido, puede explicarse por el notable historial de derrocamientos y golpes de Estado, que un control eficiente de la opinión pública ayudaría a disminuir. En este sentido, la televisión –o el relato audiovisual en todas sus plataformas en este siglo XXI– se ha presentado como el instrumento más idóneo por sus audiencias masivas, lo que abre puertas a futuras investigaciones de casos o comparadas en la región.

En el uso de las cadenas nacionales y, de forma más acentuada, en los enlaces ciudadanos de Correa debido a su impacto mediático, se observa una tendencia clara a su empleo como herramienta de propaganda, en un intento de extender e imponer el discurso oficial. En primer lugar, por su número, pero también por

la calidad técnica con la que fueron producidos y por el carácter coercitivo que les acompañaba, reconocido por los propios mandatarios. El caso de la cadena nacional realizada a raíz de la rebelión policial del 30 de septiembre de 2010, que pudo derivar en un golpe de Estado contra Correa, fue paradigmática en este sentido. Contar con una plataforma pública de comunicación bien engrasada se demostró crucial para encauzar la opinión pública, sofocar el levantamiento y los sucesos de desorden público.

REFERENCIAS

Albán, M. E. (2016). La calidad de la información y el debate por la ‘verdad’ en medios públicos y privados en Ecuador (The quality of the Information and Debate about the “Truth” in the Public and Private Media in Ecuador). *Revista IURIS*, 1(15), 73-101. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/iuris/article/view/1148>

Alianza Regional por la Libre Expresión e Información. (2014). *Artículo XIII. Informe sobre Herramientas del Estado para el Control de la Información: Cadenas Nacionales* (State Tools to Control Information: televised nationwide broadcasts). <http://www.alianzaregional.net/alianza-regional-presenta-el-informe-herramientas-del-estado-para-el-control-de-la-informacion-cadenas-nacionales-en-el-marco-del-dia-mundial-de-la-prensa/>

- Araujo, D. (2017, October 30). Estado de propaganda: nunca más (Propaganda state: never again). *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/opinion/estadodepropagandanuncamas-opinion-columna-columnista-diegoaraujosanchez.html>
- Badillo, A., Mastrini, G., & Marengi, P. (2015). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas (Critical theory, the left and media policy: The Latin American progressive governments case study). *Comunicación y Sociedad*, 24(12), 95-126. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i24.2524>
- Bouza, F. & González, J. J. (2009). *Razones del voto en la España democrática, 1977-2008* (Reasons for voting in democratic Spain, 1977-2008). Los Libros de la Catarata.
- Chakravartty, P. & Roy, S. (2017). Mediatized Populisms: Inter-Asian Lineages. *International Journal of Communication* 11, 4073-4092. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6703/2157>
- Cerbino, M., Ramos, I., Maluf, M., & Coryat, D. (2014). The Fight for Public Opinion: From the Mediatization of Politics to the Politicization of the Media in Ecuador. In C. Martens, E. Vivares, & R. W. McChesney (Eds.), *The International Political Economy of Communication* (pp. 65-83). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137434685_5
- Chavero, P. (2015). *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la segunda legislatura 2008-2011* (Press and politics in times of crisis: study on the second term 2008-2011). Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Chavero, P., Ramos, I., & Cerbino, M. (2017). Más allá de la rendición de cuentas: el “enlace ciudadano” como escenario de disputa político-mediática en Ecuador (Beyond the Accountability of Accounts: The “Citizen Link” As a Stage of Political-Media Dispute in Ecuador). *Estado, Gobierno y Gestión Pública*, (29), 125-150. <https://revistaeggp.uchile.cl/index.php/REGP/article/view/41519>
- Checa Montúfar, F. & Barredo Ibáñez, D. (2017). Medios públicos y libertad de expresión en la percepción de los periodistas: un estudio comparativo (2008-2015) (Public media and freedom of speech into journalists’ perception: a comparative study (2008-2015)). *ALAIC, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 13(24), 36-47. <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/viewFile/761/408>
- Conaghan, C. & De la Torre, C. (2008). The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador’s Plebiscitary Presidency. *International Journal of Press/Politics* 13(3), 267-284. <https://doi.org/10.1177/1940161208319464>
- Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2020). *Plan Estratégico Institucional (2020-2021)* (Strategic Institutional Plan (2020-2021)). https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/04/plan_estrategico_institucional_2019_-2021_31032020-signed.pdf
- De la Torre, C. (2010). *La noción aglutinadora en el discurso de Rafael Correa* (The cohesive notion in Rafael Correa’s discourse). FLACSO.
- De la Torre, C. (2016). Left-wing Populism: Inclusion and Authoritarianism in Venezuela, Bolivia, And Ecuador. *The Brown Journal of Foreign Affairs*, 23(1), 61-76. <https://bjwa.brown.edu/23-1/left-wing-populism-inclusion-and-authoritarianism-in-venezuela-bolivia-and-ecuador/>
- Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men’s Attitudes*. Random House.

- Fundamedios. (2012, November 16). Uso de cadenas nacionales: ¿Herramienta para contrarrestar la opinión disidente? (The use of nationwide broadcasts: a tool to counteract dissenting opinions?). *Fundamedios*. <https://www.fundamedios.org.ec/uso-de-cadenas-nacionales-herramienta-para-contrarrestar-la-opinion-disidente/>
- Fundamedios. (2017). En nueve años la ‘Revolución Ciudadana’ destinó 158 días completos para imponer su ‘verdad oficial’ en los medios (In nine years, the ‘Citizens’ Revolution’ used 158 whole days to impose its official truth in the media). *Fundamedios*. <https://www.fundamedios.org.ec/en-nueve-anos-la-revolucion-ciudadana-destino-158-dias-completos-para-imponer-su-verdad-oficial-en-los-medios/>
- Jordán Tobar, R. & Panchana Macay, A. (2009). The media in Ecuador. In A. Albarran (Ed.), *The Handbook of Spanish Language Media* (pp. 103-124). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203926475>
- Jowett, G. S. & O’Donnell, V. (2012). *Propaganda and Persuasion*. SAGE.
- Lanza, E. (2015). *Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos* (Report of the Office of the Special Rapporteur for Freedom of Expression of the Inter-American Commission on Human Rights). Organización de Estados Americanos. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/informeannual2015rele.pdf>
- Macaroff, A. (2010, March). ¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en Ecuador (Is democratizing communication possible? Debates about public and private media in Ecuador). *Ágora*. FLACSO Andes. https://flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1269834506.trabajo_follariv1.pdf
- Mancero, M. (2017). “¡Avanzamos, patria!” La invención de la nación en el correísmo (“Forward, Motherland!” The invention of the nation under Rafael Correa). *Revista Mexicana de Sociología*, 79(2), 319-344. <http://mexicanadesociologia.unam.mx/index.php/v79n2/228-v79n2-a4>
- Manucci, L. (2019). Populism and the media. In C. Rovira-Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo, & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 467-488). Oxford University Press.
- Mazzoleni, G. (2014). Mediatization and political populism: understanding the transformation of Western democracies. In F. Esser & J. Strömbäck (Eds.), *Mediatization of Politics* (pp. 42-56). Palgrave MacMillan.
- Mengo, R. I. (2018). La cadena nacional como medio de comunicación política en Argentina (The nationwide broadcast as a medium for political communication in Argentina). In H. Lima, A. I. Reis, & P. Costa (Coords.), *Comunicación y espectáculo: actas del XV Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación* (Communication and Spectacle: Proceedings of the XV Congress of the Association of Communication Historians) (pp. 1128-1143). Universidade do Porto.
- Namur, P. & Correa, C. (2014, August 25). Ecuador y Venezuela: los países con más cadenas nacionales (Ecuador and Venezuela, the countries with more nationwide broadcasts). *La Tercera*. <https://www.latercera.com/pulso/ecuador-y-venezuela-los-paises-con-mas-cadenas-nacionales/#commentsLine>

- Natanson, J. (2010). La nueva izquierda latinoamericana frente a los medios de comunicación: una relación compleja (Latin American new left facing mass media: a complex relationship). *Temas y Debates*, (20), 61-67. <https://doi.org/10.35305/tyd.v0i20.48>
- Neira, M. (2021, July 13). Los insultos heredados (The inherited insults). *Plan V*. <https://www.planv.com.ec/ideas/ideas/insultos-heredados>
- Panchana-Macay, A. & Barrera, C. (2021). Ecuador TV como medio de propaganda en las elecciones presidenciales de la era Correa (2007-2017) (Ecuador TV as a means of propaganda in the presidential elections in Correa's era (2007-2017)). *Revista De Comunicación*, 20(2), 319-337. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A17>
- Panchana, A. & Mena, L. (2020). Los medios públicos de Ecuador: entre el auge y la ambigüedad (The map of Ecuador's public media: between boom and ambiguity). *Global Media Journal México*, 17(32), 42-59. <https://doi.org/10.29105/gmjmx17.32-3>
- Rincón, O. & Magrini, A. L. (2010). Medios, poder y democracia en América Latina: de celebrities, política, poderes mediáticos y democracias de simulación (Media, power and democracy in Latin America: celebrities, politics, media powers and simulation democracies). In B. Sorj (Comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show* (Political power and media: from political representation to reality show) (pp. 101-138). Siglo XXI.
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental (Government communication as government communication). *Politai*, 2(3), 96-111. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>
- Ruiz, F. (2010). Fronteras móviles: caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina (Mobile borders: chaos and control in the relationship between media and politicians in Latin America). In B. Sorj (Comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show* (Political power and media: from political representation to reality show) (pp. 17-60). Siglo XXI.
- Scharfenberg, E. (2015, September 30). Correa cierra los espacios de una sociedad autónoma (Correa closes the spaces of an autonomous society). *El País*. https://elpais.com/internacional/2015/09/29/actualidad/1443558142_690538.html
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2021, June 4). *La Segcom emite lineamientos sobre uso de cadenas informativas* (Segcom announces guidelines for the use of nationwide broadcasts). *Comunicacion.gob.ec* <https://www.comunicacion.gob.ec/la-segcom-emite-lineamientos-sobre-uso-de-cadenas-informativas/>
- Seis horas en las que el país recibió solo la versión oficial (Six hours during which the country only received the official versión). (2010, October 17). *El Universo* <https://www.eluniverso.com/2010/10/17/1/1355/seis-horas-pais-recibio-solo-version-oficial.html>
- Souza, B. (2010). Hablemos del Socialismo del Buen Vivir (Let's talk about Good-Living Socialism). *América Latina en Movimiento*, 452, 4-7. <http://www.plataformabuenvivir.com/wp-content/uploads/2012/07/SouzaSantosSocialismoBuenVivir2010.pdf>
- Stornaiolo, U. (2019). Las relaciones entre Rafael Correa y la prensa ecuatoriana en el período 2006-2017: un análisis del discurso verbal y no verbal (Relations between Rafael Correa and the Ecuadorian press in period 2006-2017: an analysis of verbal and non-verbal discourse). *Textos y Contextos*, (18), 51-59. <https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1739>

Secretaría General de Comunicaciones. (2021, May 24). *Un País de Todos* (Video).

https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=328538865496808

Zepeda, B. (2010). Construyendo la nación en el siglo XXI: la Patria en el discurso del presidente Correa (Building the nation in 21st century: Motherland in president Correa's discourse). In F. Burbano (Comp.), *Transiciones y rupturas. El Ecuador en la segunda mitad del siglo XX* (Transitions and ruptures. Ecuador in the second half of the 20th century) (pp. 159-193). FLACSO.

SOBRE LOS AUTORES

ALLEN PANCHANA, es Doctor en Comunicación por la Universidad de Navarra (España) y Máster en Comunicación Política y Corporativa por dicha institución. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Ecuador), donde además es Profesor Titular en la carrera de Comunicación, miembro del Departamento de Opinión Pública y de la Comisión Académica. Ha ejercido el periodismo desde 1998 en los principales medios de Ecuador e internacionales, como CNN y la agencia Associated Press (AP).

 <http://orcid.org/0000-0001-8510-3460>

CARLOS BARRERA, es Doctor en Comunicación y Profesor Titular de Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Director Académico del Máster en Comunicación Política y Corporativa. Vocal de la Junta Directiva de la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom). Sus líneas de investigación se centran en la historia reciente de los medios de comunicación y su relación con la política, así como en la historia de la enseñanza y la investigación en comunicación.

 <https://orcid.org/0000-0001-9771-4074>