

# La disputa por la verdad. El debate en torno a la calidad de la información en los medios públicos y privados en Ecuador<sup>1</sup>

Eduardo Albán Gallo<sup>2</sup>

[edualban@usal.es](mailto:edualban@usal.es)

[eduardoalban78@gmail.com](mailto:eduardoalban78@gmail.com)

## **Abstract:**

Un punto central en esta disputa por la verdad es la puesta en vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, considerada como innovadora en el marco de la construcción de las políticas públicas de comunicación en la región latinoamericana. Varios han sido los debates en torno a la forma “novedosa” de legislar en el sector comunicacional, sobre todo cuando las grandes empresas mediáticas privadas se convirtieron en las principales detractoras de la Ley y de las acciones del gobierno de Rafael Correa, quien desde el inicio de su gestión les declaró la “guerra abierta”. El artículo muestra el estado actual del sistema de medios ecuatoriano como desenlace tras puesta en vigencia de la nueva normativa en términos de comunicación y además identifica cómo desde el ejercicio de la profesión trascienden debates marcados por una polarización política que deriva en una polarización mediática y tipifica a los sistemas de comunicación en el país, amparados bajo la nueva Ley.

**Keywords:** Revolución Ciudadana; Medios de Comunicación; Periodismo, Credibilidad; Ecuador.

---

<sup>1</sup> Trabajo presentado para el seminario de investigación, el mismo que está en elaboración, por favor no citar.

<sup>2</sup> Estudiante de doctorado de Estado de Derecho y Gobernanza Global. Universidad de Salamanca.

## 1. Introducción

Las políticas públicas de comunicación en América Latina hacen referencia a las acciones que en su mayoría han sido incentivadas por gobiernos de corte progresista (Ecuador, Venezuela, Bolivia, Argentina). Entre muchos de los objetivos planteados para el efecto están la defensa de la “libertad de expresión”, la “democratización de los medios de comunicación” y los contenidos que se difunden a través de los medios.

Partiendo de un contexto histórico, estas “nuevas” políticas nacionales de comunicación responden a una autodenominada “ola de izquierda progresista” latinoamericana, donde los gobernantes orquestan discursos similares en términos estructurales.

Apelan a confrontar al “cuarto poder”, a los dueños de los medios privados, al monopolio empresarial de la comunicación, pero además, demandan la recuperación de la “libertad de expresión”, como la única vía que garantiza los derechos de aquellos que no han tenido acceso a los medios de comunicación.

El actual régimen de Rafael Correa y su Revolución Ciudadana planteó la necesidad de reformar el marco legal en comunicación bajo el argumento de que la Ley de Radiodifusión y Televisión de 1975 fue aprobada durante un gobierno dictatorial y que las modificaciones efectuadas años más tarde favorecían a un sector periodístico empresarial y monopólico.

Este argumento normativo se fortalece con un discurso totalmente confrontativo para con los medios de comunicación, con sus propietarios y con los periodistas. De hecho, desde el inicio de su gestión declaró “guerra abierta” a este sector porque consideraba -hasta la fecha lo sigue haciendo- que la información manejada por los medios es manipulada, defiende intereses de la partidocracia y de los grupos de poder económico.

Del otro lado, los propietarios de medios de comunicación privados y sus periodistas insisten que los planteamientos del gobierno representan un atentado a la Libertad de Expresión consagrada en la Carta de los Derechos Universales.

Con estos antecedentes, la Asamblea Nacional Constituyente del 2007 incluyó dentro de su agenda la discusión acerca del rol de los medios de comunicación y de sus trabajadores. Se convocó a sectores ciudadanos para presentar propuestas de lo que hoy es la Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

La implementación de la normativa avaló el nacimiento de los organismos regulatorios: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), ambos plantean escenarios importantes en la coyuntura nacional.

Por un lado, representan para el Ecuador una etapa de innovación en términos de políticas públicas de comunicación, no solo por su contenido jurídico, sino por la forma en que las nuevas instituciones de control ejercen su poder frente a la sociedad y sobre los medios de comunicación. Y por otro, al considerar que tanto la

LOC como los organismos de control han contribuido para profundizar -aún más- el clima de confrontación que se había instalado desde el inicio del mandato de Correa.

El artículo presenta una breve introducción histórica-descriptiva de las políticas de comunicación en América Latina y su incidencia en Ecuador hasta la consecución de la normativa aprobada por la Asamblea Nacional. Un segundo momento muestra el estado situación del sistema de medios de comunicación en el país respecto de los cambios en el sistema político. Para cerrar con un análisis de datos de estudios recientes que intentan explicar el fenómeno de tipificación-segregación de los *mass media*: medios públicos y medios privados, producto de la polaridad generada desde el discurso del gobierno y los conflictos entre estos.

Finalmente se plantea, tras la realización de un número determinado de entrevistas a periodistas de medios públicos y privados, un análisis estadístico y se identifican cuatro grandes grupos significativos: al ejercicio profesional, la afinidad con el gobierno y la percepción de la aplicación de la nueva normativa.

## **2. La Política Pública de Comunicación en América Latina**

En general, el concepto de política pública se refiere a todo aquello que es o debiera ser de interés de la comunidad. Por definición lo público es lo que pertenece a la ciudadanía o al pueblo, y la política es el arte de instrumentar la asignación de los recursos necesarios para alcanzar ciertos fines. De manera que un asunto de política pública es todo aquello que involucra aspectos importantes relativos a la comunidad y a su bienestar (Casas, 2006: 122).

El estudio de las políticas públicas de comunicación se convierte en una disciplina de reciente aparición y con un desarrollo todavía débil en el marco de las democracias poco consolidadas, más aún cuando apenas han pasado un poco más de 30 años de salida de las dictaduras en América Latina.

En el siglo XXI la cuestión central para los países latinoamericanos y sus democracias radicaba en la capacidad, eficacia directiva y las condiciones que planteaban para mantener armonía entre gobernantes y gobernados.

De ahí que el estado actual de la democracia en América Latina ofrece pocos referentes empíricos que permitan realizar una más clara y cotidiana aplicación del enfoque las políticas públicas a lo que hace y deja de hacer el gobierno, lo cual explica el escaso desarrollo de la teoría y práctica de las políticas públicas (Parsons, 2007).

El estudio y análisis de las políticas públicas de comunicación en América Latina nace como uno de los ejes principales de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Lo primordial era conocer los vínculos entre la comunicación y el desarrollo, como parte del proyecto del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), considerado como un componente fundamental del Nuevo Orden Económico Internacional (Quirós y Segovia, 1996).

Las políticas de comunicación se encuentran delimitadas por una doble disyuntiva: por un lado la infraestructura y por el otro lado, los contenidos. Los estados nacionales tienen la obligación de dotar a sus pueblos de la infraestructura de comunicación necesaria para mantener comunicado al país, para proveerlo de la infraestructura de interconexión e información que le permita desarrollarse en todos los órdenes: económico, político, social y cultural. Pero también tienen la responsabilidad de tomar una postura definida en torno a los contenidos que se transmitirán a través de dichos canales de comunicación: o bien asumen una postura de respeto a la libre expresión, o bien se preocupan por ponderar y en todo caso calcular y asignar directrices de política cultural y de comunicación respecto de los contenidos que se transmiten (Casas, 2006: 120).

La década de los 70 fue considerada como la “década de fuego” en el campo de la comunicación, ya que fue objeto de un candente y fragoso debate internacional, la región se convirtió entonces en una zona rica en ideas y debates alrededor de la comunicación, educación y nuevas tecnologías. Las demandas por un cambio en las estructuras dinámicas de la comunicación social tienen un papel prioritario en la plataforma política del “Tercer Mundo”, especialmente en los acuerdos de los Países No Alineados. (Reyes-Matta, 1978: 94).

La UNESCO inició un trabajo de promoción de las políticas nacionales de comunicación, tras lo dispuesto en la decimosexta reunión realizada en 1970 y aprobada por los países miembros, la misma que señalaba que la Conferencia General, a través de su Director, ayude a los estados miembros a formular sus políticas relativas a grandes medios de información.

En el transcurso de la construcción de las políticas nacionales de comunicación en la región, la UNESCO planteó concentrar a una serie de expertos internacionales, quienes dieron las pautas conceptuales para iniciar la formulación de políticas de comunicación.

Tras desarrollarse la Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe en San José de Costa Rica (1976) iniciaron una serie de debates en torno al rol que la Comunicación, los medios y los comunicadores-periodistas tenían en el orden mundial frente a las sociedades. Sin embargo, el rol de la UNESCO carecía de credibilidad, debido a los enfrentamientos políticos y cierta manipulación de las noticias sobre las actividades que cumplían.

Emitidos tanto acuerdos como recomendaciones, se lanzaron en contra de la UNESCO una serie de acusaciones, en especial por parte de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). A la par, se inició una campaña en la que se los acusaba de intentar estatalizar la información en complicidad con el Movimiento de Países No Alineados y con la Unión Soviética. Los principales actores de esta campaña en contra fueron: The New York Times, la Association Press y la Agencia Francesa de Prensa (Quirós y Segovia, 1996:65).

Cabe resaltar que una vez desarrollado el encuentro, toda América Latina (Brasil, Uruguay, Chile, Argentina, Bolivia, Ecuador, Perú, Paraguay, la mayor parte de América Central) estaba gobernada por militares. Tan solo

Colombia, Venezuela, Costa Rica y México tenían gobiernos elegidos democráticamente (Fox, 1989: 23).

La discusión alrededor del ejercicio de políticas públicas de comunicación quedó en el papel, el debate no solo fue coartado violentamente por las élites nacionales de la difusión masiva, en su alianza con los poderes transnacionales de las agencias de noticias y los grandes medios de los países más poderosos de Occidente, sino que también sufrió un abandono prematuro por parte de sectores de investigación de la comunicación de América Latina y de sus gobernantes (Capriles, 1996).

En la década de los 80, la UNESCO había planteado el estudio de MacBride en el marco de la comunicación de masas y el papel de la prensa en las sociedades modernas y lo que se buscaba era promover un nuevo escenario en el que los ciudadanos tengan pleno conocimiento de las relaciones que se establecían entre los medios, la democracia y el poder político.

Las políticas públicas en materia de comunicación comenzaron a ser reconocidas como una pieza clave angular en la definición de las condiciones materiales de progreso y convivencia, más allá de los señalamientos que desde hace décadas viene apuntando el campo académico.

El estudio de las políticas de comunicación, durante los últimos años representa, pero sobre todo involucra el análisis de iniciativas en lo concerniente al amplio conjunto de actividades de información, comunicación y cultura; de ahí que dichas iniciativas postulan las metas que persiguen. Como consecuencia, necesitan disponer de recursos y medios con los cuales puedan cambiar una situación y generar resultados en un período de tiempo determinado (Becerra, 2010 en de Moraes, 2001).

América Latina se convierte en una de las pocas regiones del mundo donde los *mass-media*, bajo el control de lo privado y de orientación comercial, predominan sobre cualquier otra forma de organización de los media. Esto se justifica en razón del rol que cumplen los medios de comunicación en la región, las mismas que adoptan un cierto nivel de competencia con los estándares de la industria de la comunicación en Estados Unidos y Europa.

Es la sociedad civil, los organismos internacionales y los movimientos sociales quienes han confrontado de manera directa con los dueños del poder mediático para buscar reivindicar la democratización de la comunicación, con la repartición equitativa de frecuencias, el acceso universal a la información y la eliminación de fines comerciales.

Los debates en torno a la comunicación como un bien público, la profesionalización, la responsabilidad de los medios privados, de los medios públicos y estatales, entre otros temas, han entrado en la opinión pública después de haber construido órganos de políticas nacionales, que han sido promovidas por gobiernos de corte progresista que buscan la democratización de los medios y la equidad de los mismos para frenar el poder político que han mantenido durante muchos años.

### **3. La Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador**

La llegada de Rafael Correa al poder en el 2006 marca una época de cambios en términos económicos, políticos y sociales. El planteamiento de una Revolución Ciudadana, representado por el Movimiento PAIS (Patria Activa i Soberana) buscaba cambiar de forma radical la situación del país y construir, tal como lo siguen señalando las autoridades: “un nuevo país”.

“... hacer los cambios radicales que requieren nuestro país y que soñaron nuestros próceres y patriotas. Con la participación ciudadana... haremos un gran acuerdo nacional para construir oportunidades para todas y todos, donde prime el interés común sobre el particular, y donde los ciudadanos y las ciudadanas tengan garantizados sus derechos a una buena vida, a ser parte activa de la sociedad y de las decisiones que nos afectan, a una sociedad equitativa y solidaria, donde la honradez y las manos limpias sean la base de la nueva democracia...” (Plan de Gobierno 2007-2011).

Si se habla entonces de una transformación radical en cuanto el sistema político, eso implica también una transformación de sus normativas, principalmente de la Constitución. Para el 2006, la Constitución de 1998 aún estaba en vigencia y daba paso a una serie de garantías para con los partidos políticos tradicionales y para que puedan mantener su control y poder.

Rafael Correa, que contaba con el apoyo ciudadano, propuso como oferta de campaña la posibilidad de reformar la Constitución vía Asamblea Nacional Constituyente. Convocó a Consulta Popular y la mayoría decidió la instalación de la Asamblea Constituyente que tuvo la mayoría oficialista (de 130 asambleístas, 80 eran de MPAIS). En el 2008, tras un referéndum se aprobó la nueva Constitución y con ella se dio paso a muchas reformas en el sistema político ecuatoriano.

En el ámbito de la comunicación, la Constitución de 2008 estableció un catálogo amplio de derechos a la comunicación e información. El primer presupuesto para poner en marcha esos derechos es que “todas las personas, sin distinción alguna de raza o ideología tienen derecho a una comunicación libre, intercultural incluyente, diversa y participativa. Asimismo del acceso universal a las tecnologías, creación de medios de comunicación, uso de frecuencias, creación de medios públicos, privados y comunitarios, buscar y difundir información”.

Una de las características de la Constituyente del 2007 es que aprobó la eliminación del monopolio u oligopolio de los medios de comunicación y garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de fuentes a quienes informen, emitan sus opiniones, a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación. Entre los “derechos de libertad” se incluyeron el de libre expresión y el derecho a exigir rectificación a los medios de comunicación, en términos similares a anteriores cartas políticas (Ayala, 2011: 32).

La Ley Orgánica de Comunicación se aprueba después de 3 años y medio, los informes para primer y segundo debate se cerraron en medio de las críticas por parte de la oposición y de los gremios y organismos afines a la comunicación en el país. La normativa ha permitido que el gobierno fortalezca el sistema público de

medios de comunicación y al mismo tiempo para que el ambiente de conflicto se incrementa entre el Ejecutivo y los medios de comunicación.

La LOC permitió establecer varios niveles de control y regulación de los medios de comunicación por medio de la creación de dos organismos de control y regulación: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM). Ambas con fuerte resistencia por parte de organismos internacionales de derechos humanos, gremios de periodistas y de cierto sector de la ciudadanía.

#### **4. Los medios de comunicación en Ecuador**

Los medios de comunicación son, en un sentido muy importante, una institución política, pero también son (y cada vez con mayor frecuencia) empresas que están determinadas por factores económicos (Hallin y Mancini, 2008: 44).

Los medios juegan un rol importante en la formación de la opinión pública, son los principales moldeadores de las percepciones e ideas. Son “empresas de concienciación” (Masterman, 2001). Pero en la actualidad se pone en tela de juicio que su primera función sea educar, informar y entretener.

Considerarlos como una “empresa de concienciación” da cuenta la serie de transformaciones que han sufrido, no solo en Ecuador sino en toda América Latina. La influencia que tuvieron desde las grandes potencias, en especial desde EEUU, a través de las más famosas agencias de noticias. Los medios latinoamericanos se convirtieron en el canal *-ad honorem-* para promocionar hechos y noticias cargadas de un sesgo a toda la región.

En la actualidad, la autodenominada “ola progresista latinoamericana” han tomado como aspecto importante las transformaciones en los sistemas de comunicación, a partir de la reconstrucción o revalorización del Estado como espacio institucional y ético-político, con la disposición para asumir e implementar políticas públicas que contribuyan a la democratización de la información (de Moraes, 2001).

Antes de la llegada de Correa, la situación de los medios de comunicación era crítica, la relación medios y poder político era totalmente visible. Los medios en su mayoría respondían a intereses particulares, con agendas pre-establecidas. Sus propietarios, por lo general dueños de instituciones financieras y políticos tenían carta abierta a la opinión pública para “orientar” intencionalmente y con un sesgo altamente marcado.

El Ecuador ha sufrido una serie de transformaciones en su sistema de medios de comunicación en apenas pocos años. La legislación de la comunicación en Ecuador fue modificada a partir de las iniciativas de las mismas empresas. Tales empresas hoy utilizan el espacio mediático para posicionar la idea de que la intervención del Estado, en la regulación de los medios de comunicación, atenta contra la libre expresión y, por ello, debe ser resistida por todos los ciudadanos y ciudadanas.

El panorama mediático en el Ecuador al 2011 estaba destacado principalmente por ocho grupos que administraban o participaban de la industria mediática, según lo identificó la Comisión de Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión. Estos grupos son: Grupo Eljuri, Grupo Isaías, Grupo Vivanco, Grupo Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla (propietarios de Grupo El Comercio, recientemente vendido a una empresa mexicana que no ha sido revelada el nombre), Grupo Pérez y Grupo Martínez (UNESCO, 2011:11).

Los grandes grupos de comunicación no se limitan a las actividades informacionales, sino que se ramifican al conjunto de la economía, que incluyen bancos, grandes almacenes, inmobiliarias, o aseguradoras, produciéndose un cruce de intereses del que los medios de comunicación nunca hablan. Ahora bien, si hay un tema que prácticamente no es abordado por los medios de comunicación, es la información referida a la economía y la política de los medios de comunicación (Macaroff, 2010: 3).

El sistema de medios en Ecuador sufrió cambios significativos, a partir de la “guerra” declarada por el Presidente de la República. Para el Gobierno, estos cambios han representado para los ecuatorianos la recuperación de los derechos ciudadanos, la democratización de la palabra, la eliminación de monopolios y oligopolios, la repartición equitativa de los medios en el espectro radioeléctrico, entre otros aspectos relacionados con el ejercicio de los periodistas; pero de otro lado, se han generado una variedad de pugnas con representantes de gremios, de instituciones y organismos afines a la comunicación.

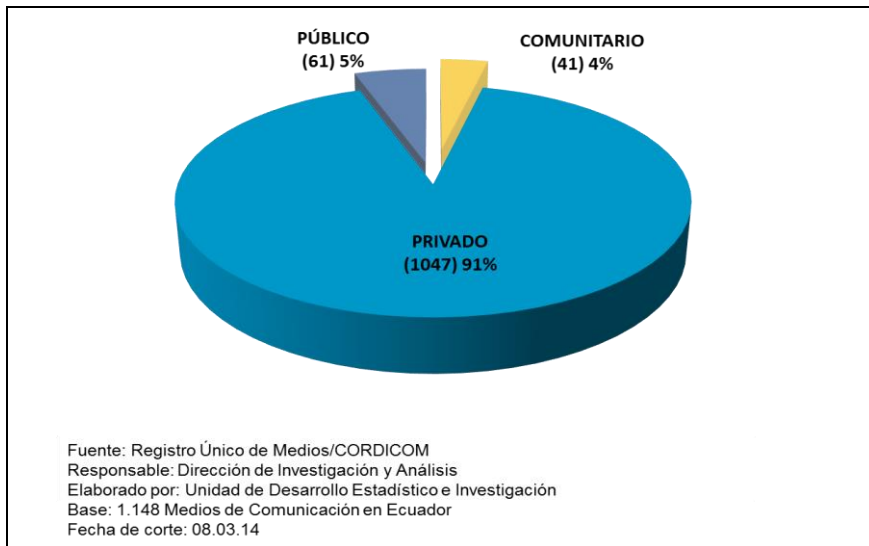
Después tres años de la aprobación de la LOC, han iniciado una serie de estudios para estructurar el sistema de medios ecuatoriano, como se señaló, con la consideración de tipificarlos en públicos, privados y comunitarios. La primera tarea que se determinó desde el CORDICOM fue la auditoria, evaluación y estado de las frecuencias del espectro radioeléctrico en el país.

Para ello, aprobó el “Reglamento de Registro Público de Medios”, considerada como una herramienta medible, cuantificable y de consulta que permite mostrar a la ciudadanía datos, cifras e indicadores de los medios de comunicación que existen en Ecuador.

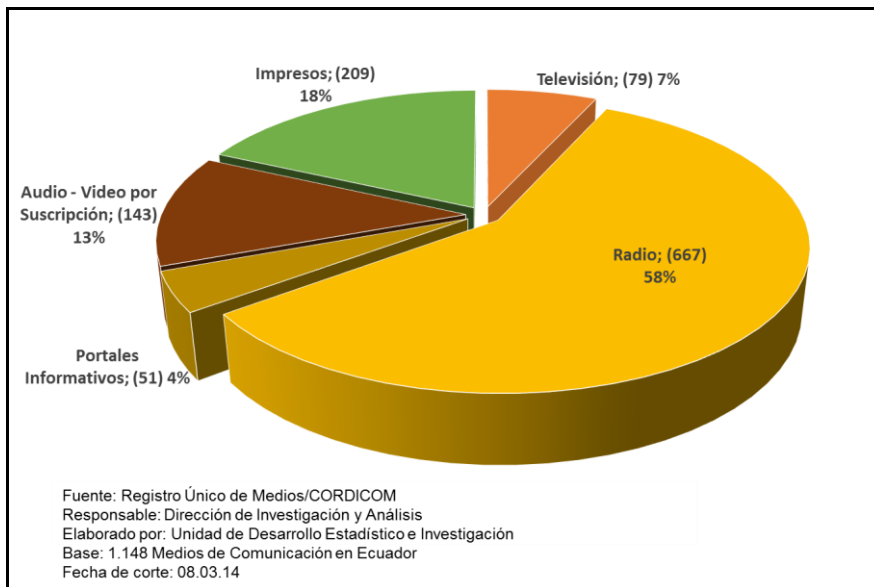
Los primeros resultados que arrojó este registro al año 2014 son los siguientes:



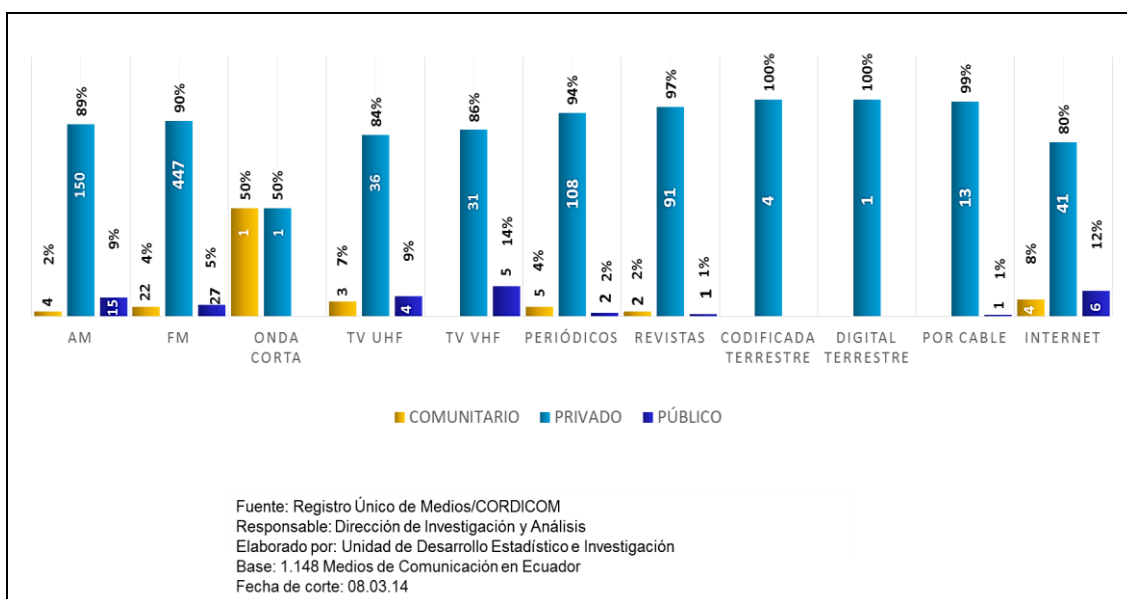
**Ilustración 1. Tipos de Medios de Comunicación Ecuador**



**Ilustración 2. Diversidad de medios de comunicación**



**Ilustración 7. Clasificación de medios de comunicación en el Ecuador**



## 5. Medios públicos vs. Medios privados

El conflicto entre los medios públicos y privados nace por esa “obsesión-necesidad” de tipificarlos o segregarlos en base a sus contenidos, que el caso ecuatoriano es una tendencia altamente marcada por la defensa a ultranza de intereses particulares visibles desde el estado y desde el sector privado de la información.

Esta particularidad no está determinada por el sistema de medios al que se vinculan, sino más bien a las estructuras sociales en la que los mass media se adhieren (Mastrini, 2014), que es desde dónde se concentra la discusión de este apartado.

De hecho, en las últimas décadas se ha consolidado en la opinión pública esa lógica del malo, del que miente, del que quiere desestabilizar a los gobiernos “progresistas”, y del otro bando a los buenos, aquellos que dicen la verdad y por cualquier medio la consolidan.

La permanente campaña política de estos gobiernos ha hecho que se confunda el rol del medio público con el gubernamental. Los sistemas estatales de comunicación incluyen todas las actividades y medios de comunicación directamente concebidos, financiados, administrados, producidos y difundidos por organismos del Estado. Divulga actos y realizaciones gubernamentales, convirtiéndose también en instrumento ideológico, en la medida en que hace públicas posiciones y aclaraciones por parte del Ejecutivo frente a acontecimientos y cuestiones de interés social (De Moraes, 2011).

Históricamente, los estudios (Fox, 1990; Fuenzalida, 2000; Méndez, 2001) muestran que los medios “no privados” latinoamericanos en lugar de organizarse como un servicio público del Estado fueron jurídicamente constituidos y operados como medios gubernamentales, propagandísticos de los caudillos y gobiernos militares o civiles de turno.

“Según esos estudios, la experiencia latinoamericana con las estaciones de propaganda gubernamental se sintetiza en una espiral descendente, provocado por la rotativa en la dirección superior de la empresa, no-credibilidad en la información, carencia de sintonía, crisis económica, grave obsolescencia industrial, y corrupción en algunos casos” (Fuelzalida en Alfaro, 2006: 20).

Dichas investigaciones permitieron además identificar el papel de los medios de comunicación social, de sus propietarios y de la relación que establecían con sus audiencias. Si los privados respondían a tendencias de la propiedad oligopólica y entrelazada de los media, la distribución del acceso a los mensajes, sesgada en favor de las minorías urbanas, y la predominancia de contenidos triviales, alienadores y violentos, además que se los denunció también por generar estímulos al consumismo, el racismo y el conservadurismo.

Los medios públicos eran considerados como una propiedad estatal y tenían como fin una característica no lucrativa, su única forma de existir era la subvención gubernamental. Al no contar con ese apoyo, estos medios se convirtieron en el foco de atención de empresas extranjeras para promocionar sus productos.

En algunos países, empresas privadas compraron y gestionaron sus propias redes radiofónicas comerciales (Beltrán y Fox, 1980). Se estima que alrededor de 1.200 periódicos y de más de 200 emisoras recibían un informativo diario de forma gratuita. Solo al final de la Segunda Guerra Mundial, el 75% de la noticias compiladas de cadenas radiofónicas y agencias de noticias estadounidenses. Es así que las principales noticias internacionales eran producidas en Washington y preparadas por el Departamento de Estado y el Office of Inter American Affairs (Epstein en Fox, 1989).

El poderío de los medios públicos fue grande en su momento en América Latina y el control al que estaban sometidos los medios privados por parte del Estado también. Sin embargo, con el transcurso de los años, ese poder se invirtió, los medios públicos no lograron competir con sus similares privados.

El carácter educativo, cultural y hasta elitista no tenía la capacidad de competir con un medio comercial, que era la característica principal de un medio privado. Los gobiernos no veían beneficio alguno contar con un medio de comunicación público y la mejor alternativa era ponerlos a la venta.

Esa idea de invertir en estos medios para convertirlos en plataformas de difusión comercial se debió a la influencia norteamericana. Industrias comerciales tanto nacionales como extranjeras que, además de contar con alto poder político, estaban interesadas en los media como vehículos para la publicidad y la radio comercial respondía adecuadamente a la necesidad de la industria de un medio de publicidad.

Los medios públicos encontraron una inclinación mucho más acentuada hacia las preocupaciones propagandísticas que hacia el servicio de fines educativos y culturales. Y en ambos casos detectaron una clara indiferencia por el desarrollo de objetivos y tareas, excepto en lo que se refería a la promoción de la obra pública.

Para estos investigadores, las elites oligárquicas que sometían y explotaban a las masas habían pasado a ser también dominantes en la esfera de comunicación y la cultura, aumentando con ello su poder en favor del mantenimiento del statu quo (Fox, 1989).

“Para Martín Barbero, los medios públicos “deben ofrecer reconocimiento y expresión de la diversidad cultural; representación de la diversidad ideológico-política; promover una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales.” (CIESPAL, 2009: 10)

Si la lógica comercial ha sido una constante en el desarrollo de los medios de comunicación privados a lo largo de la historia en el país. Es necesario señalar que durante muchos años se han mantenido como grandes empresas y monopolios individuales o corporativos. Si bien su fin es generar ingresos para sus propietarios y accionistas, a la vez, difunden y promocionan una ideología, que claramente se traduce en el apoyo o rechazo a las autoridades, por lo menos sus contenidos muestran esa tendencia.

Solamente cuando los medios de comunicación respondan a concepciones liberales, que presuponen un “modelo ideal” (Hallin y Mancini, 2008), con una prensa libre y neutral sin interferencias del Estado, es un ideal muy lejano de cristalizarse en el país. Los discursos y acciones con alta carga ideológica muestran un marcado contenido político que intenta posicionar una “verdad” parcializada a través de los medios tanto públicos como privados.

“Con la llegada de Rafael Correa al gobierno, el Estado se propuso desarrollar un proyecto de medios públicos. Este incluyó la refundación de la Radio, como Radio Pública del Ecuador, inaugurada en agosto de 2008, la creación de un canal de televisión abierto (Ecuador TV) inaugurado en abril de 2008 y en marzo de 2008 entra en circulación El Telégrafo como diario público” (Macaroff, 2010: 04).

Apareció, también, el periódico gubernamental El Ciudadano, vocero de la “Revolución ciudadana”, y se creó la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES). Por último, entró en circulación en septiembre del 2010 el diario público popular “PP, El Verdadero”, en versión tabloide que se edita e imprime en las instalaciones de El Telégrafo (UNESCO, 2011).

Los medios públicos en este país nacen a partir de la iniciativa política de un gobierno que ha encarnado un proceso que se ha producido en otros países latinoamericanos también, podríamos llamar de recuperación de las capacidades del Estado en distintos espacios: en planificación, en salud, en educación y evidentemente en comunicación. Es decir, si podemos en este momento discutir qué son y qué deberían ser lo que llamamos medios públicos es porque hubo una iniciativa política que los hizo posibles... (Isabel Ramos, intervención Foro Guayaquil 10/02/10).

## **6. ¿La tipificación mediática está generada desde el gobierno?**

Si bien la Ley de Comunicación determina que los medios de comunicación deben ser tipificados en públicos, privados y comunitarios, cada uno con un porcentaje

similar del espectro radioeléctrico, el discurso presidencial ha sido permanente e incisivo solo en el fortalecimiento de los medios públicos, lo cual hace prever que la plataforma más efectiva para promocionar la gestión actual es la plataforma de medios públicos, mal interpretada como medios gubernamentales.

El contexto latinoamericano muestra a que desde los desaparecidos Hugo Chávez y Néstor Kirchner, a los que se suman Cristina Fernández, Evo Morales, Lula da Silva y Rafael Correa han legitimado un discurso similar de oposición y confrontación a los medios de comunicación privados. Y al mismo tiempo se han permitido, amparados en la normativa, el fortalecimiento de los medios públicos-gubernamentales y el nacimiento de los medios comunitarios.

La estrategia mediática del gobierno resulta efectiva para poner en marcha esa tipificación-segregación de los medios de comunicación. El constante posicionamiento de un actor antagonico-opositor claramente identificado como la prensa privada, sus propietarios y periodistas ha permitido que los ciudadanos demanden calidad en los contenidos que éstos les entregan, demanda que además se fortalece por la regulación a la que se encuentran sometidos por la Ley Orgánica de Comunicación aprobada por el actual régimen.

En ese escenario, cuánto de credibilidad es la que tienen los medios públicos. Cuando ajustan su programación a la excesiva promoción estatal, sin reparo a la crítica y con un síntoma de verdad parcializada. Sin dejar pasar que los medios privados actúan de manera similar cuando procuran imponer una parcialización-manipulación de la información de acuerdo a sus intereses y además se muestran como un actor político de oposición al régimen.

En la actualidad muchos medios se constituyen como actores políticos con fuertes intereses económicos. No es redundante recordar que los medios de comunicación pueden ser independientes de los gobiernos, pero nunca lo serán de sus intereses económicos y políticos.

En este sentido Follari (2009) hace hincapié en cómo, en países como Argentina, Venezuela, Bolivia y Ecuador los grandes medios de comunicación han pasado de ser los portavoces de la oposición a consolidarse ellos mismo como actores políticos opositores. Acción política que se ejerce bajo el antifaz de la una supuesta objetividad apolítica. (Macaroff, 2010: 10).

La Universidad de los Hemisferios presenta un estudio que permite determinar los niveles de credibilidad que logran los medios de comunicación en la opinión pública ecuatoriana.

### **Credibilidad de prensa, radio, televisión e Internet en Ecuador**

<b>Sector</b>	<b>Medio</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Televisión</b>	Ecuavisa	35,3	28,9	30,7	19,5	22,3
	Ecuador TV	0,5	1,2	4,3	4,3	21,9

	Teleamazonas	20	25,5	24,3	24	20,5
	Gama TV	8,3	4,1	11,2	4,9	4,9
	Canal Uno	3,1	4,7	2,8	4,7	2,5
	TC Televisión	8,1	5,1	7,4	4,9	0,1
<b>Prensa</b>	El Universo	15,8	17,2	22,4	20,2	35,1
	El Comercio	26,7	35,4	39,1	26,8	16,7
	El Telégrafo	0,6	1,4	0,9	4,3	9,3
	Expreso	0	0,1	0,1	0,3	4,2
	Extra	2,5	1,8	6,3	4,6	1,7
	Hoy	1,4	3,6	1,9	3,1	1,2
<b>Radio</b>	Radio Eres	0	0,9	0,2	0,1	16,5
	Radio Caravana	0,6	3,6	7,4	8,6	15,2
	Radio Colón	0	0	0,6	0	11,8
	Radio Canela	0	0,7	0,5	0,3	9,6
	Radio Tomebamba	0	0	0,1	0,4	8,5
	Radio Visión	1,4	3,2	5	12,5	5,6
<b>Internet</b>	Zona Sur Ecuador	0	0	0,1	0	9,8
	El Universo	0,6	1,3	1,1	0,8	9,7
	Ecuador inmediato	2,1	0,9	6,8	8,4	7,3
	El Comercio	1,1	4,5	14,6	21,1	7,2
	TCTV	0	0	0	0,7	6,9
	La República	0	0	0	5,1	3,9

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013

Como se puede apreciar en la tabla anterior, si bien los niveles de credibilidad de los medios públicos se incrementan de manera positiva entre el 2009 y el 2013. Ecuavisa y Teleamazonas considerados como medios privados mantienen un porcentaje muy por encima de la media en relación de Ecuador TV, Gama TV y Tc

TV, que son considerados como medios que responden a intereses gubernamentales. Lo cual llama la atención si se relaciona con los niveles de popularidad del Gobierno, cuando las críticas que se difunde desde estos medios públicos son altamente negativos para con los medios privados.

Para hacer un poco más visible el tema a resaltar, se levantó un estudio en el que se muestra el antes y después de la LOC y lo que los medios de comunicación difundían en sus programas. El estudio fue promovido por Fundamedios en el 2014.

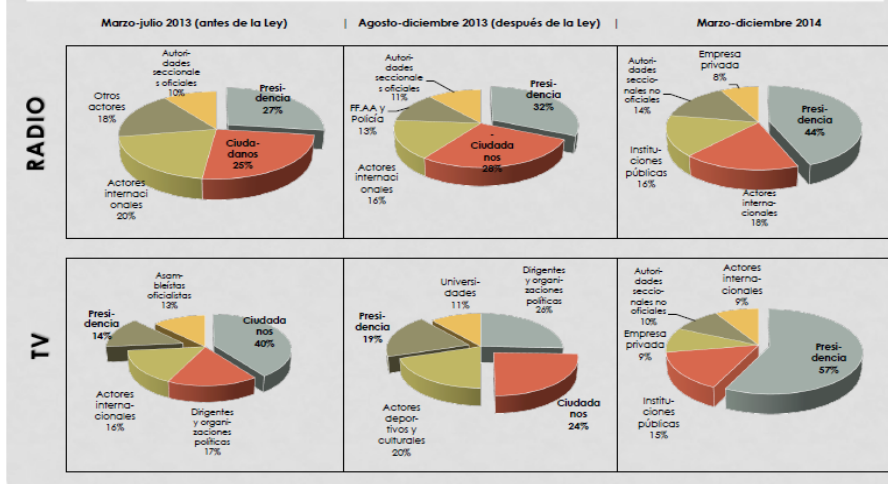
AÑO	MEDIOS	MUESTRA	TOTAL
2013. De marzo a diciembre	Radio Quito	593 entrevistas	948 entrevistas
	Democracia		
	Visión		
	Teleamazonas	355 entrevistas	
	Ecuavisa		
	GamaTV		
	ECTV		
2014. De marzo a diciembre	Radio Quito	326 entrevistas	699 entrevistas
	Democracia		
	Visión		
	Teleamazonas	373 entrevistas	
	Ecuavisa		
	GamaTV		
	ECTV		
		<b>Total general</b>	<b>1.647 entrevistas</b>

Muestra: 1.647 entrevistas

El estudio está dividido en tres períodos: marzo-julio de 2013: Antes de la aprobación de la LOC; agosto-diciembre de 2013: Los primeros cinco meses después de la vigencia de la LOC; y, marzo-diciembre de 2014: Primer año de aplicación de la LOC.

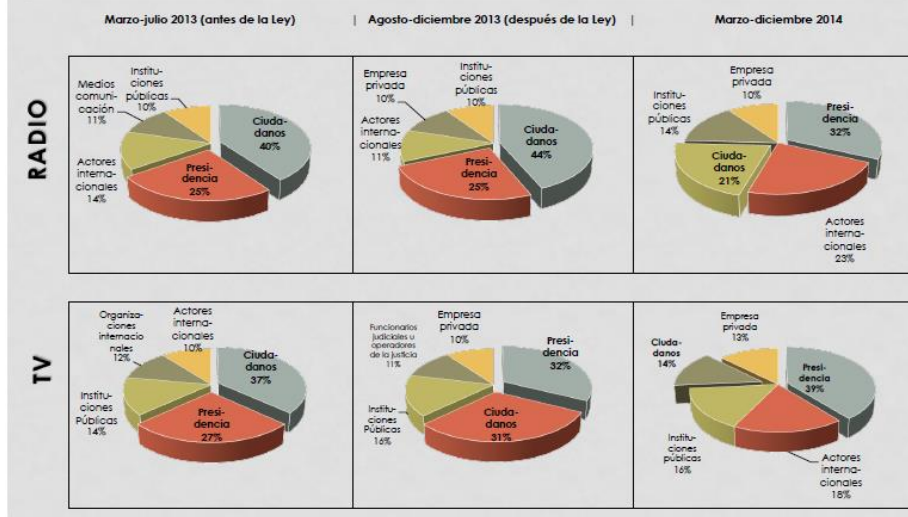
En la “opinión” se han refugiado los temas de alto perfil político. En radio, la Presidencia se consolidó como el actor más mencionado (44%) en el 2014, 12% más que en el 2013. En TV sucedió lo mismo: en el 2014 del actor que más se habló fue la Presidencia (57%).

## ¿DE QUIÉN SE HABLA EN LAS ENTREVISTAS?



En los “actores” referidos, la Presidencia nuevamente aparece con fuerza en el 2014. En radio fue aludida en el 32% de las entrevistas analizadas, en relación al 25% alcanzado en el 2013. En TV alcanzó el 39%. Llama la atención que el actor "ciudadanos" que estuvo en los primeros lugares en el 2013 tanto en tv como en radio, ya para el 2014 descendiente al tercer y cuarto puesto.

## ¿A QUIÉNES SE REFIEREN EN LAS ENTREVISTAS?



Si el peso de los actores y de la opinión pública se concentra en los actores públicos y gubernamentales, entonces es importante considerar que las principales agresiones a la prensa están desde ese sector, del gubernamental, por lo menos así lo muestra Fundamedios en el 2015, cuando presenta el informe de las principales agresiones y denuncias a partir de la aprobación de la LOC.

Fundamedios contabilizó 279 agresiones contra la libertad de expresión, de un total de 1310 desde nuestros registros en 2008. Con ello, 2015 se convierte en el



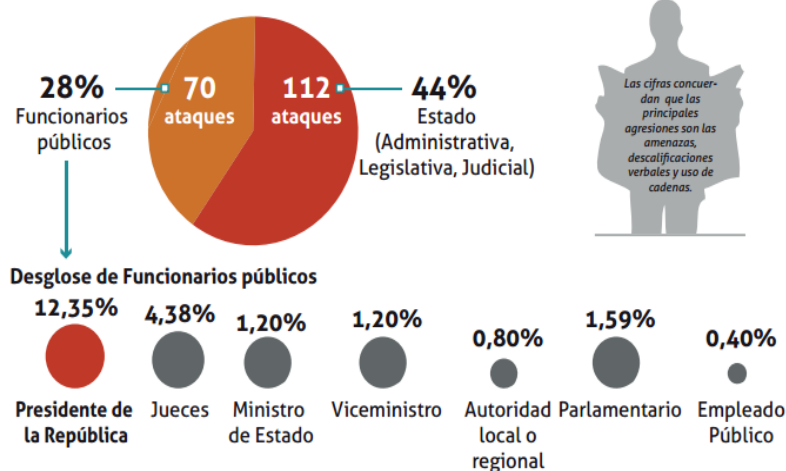
año más violento para el ejercicio del periodismo y la protesta social, pues, solo en estos meses se han superado con creces las agresiones registradas en 2014, que cerró con 254 casos<sup>3</sup>.



Además, Fundamedios también le preocupa la imposición de contenido oficial en los medios, a través de réplicas obligatorias que llegan en forma de cadenas, o como notas tituladas y diagramadas de funcionarios o entidades estatales que prácticamente copan los espacios noticiosos y de opinión, tomándose incluso las portadas de los principales medios impresos del país. El principal agresor en todos estos casos sigue siendo el Estado. Responsable del 44% del total de los ataques (112 casos), seguido por los Funcionarios públicos, responsables del 28% de ellos (70 casos).

<sup>3</sup> Más en <http://www.fundamedios.org/2015-se-configura-como-el-peor-ano-para-la-libertad-de-expresion/>

## ➤ Los funcionarios públicos y el Estado, los que más agreden



Fuente: Fundamedios, 2014-2015

A manera de ejercicio y para acercarse un poco más al objeto de estudio se realizará un análisis de las entrevistas a profundidad que se efectuó a periodistas ecuatorianos. Para este documento se toma como referente 18 de las 100 entrevistas levantadas (se las considera como anónimas, por seguridad de los entrevistados y se las etiqueta como públicos y privados a manera de guía). Las entrevistas tienen como objetivo indagar alrededor de tres bloques: 1) el ejercicio de la profesión; 2) su relación con el gobierno; y, 3) la aplicación de la normativa.

Las respuestas han sido analizadas en el programa Iramuteq que permite mirar desde una perspectiva cuantitativa, en base al recuento de las palabras o lemas del corpus tratado. Además, las concordancias de palabras y las caracterizaciones de grupos. Permite también hacer un análisis multivariados: análisis de correspondencias múltiple y análisis de clúster y grupos (perfil léxico de cada clase, Gráfica de la clase).

```

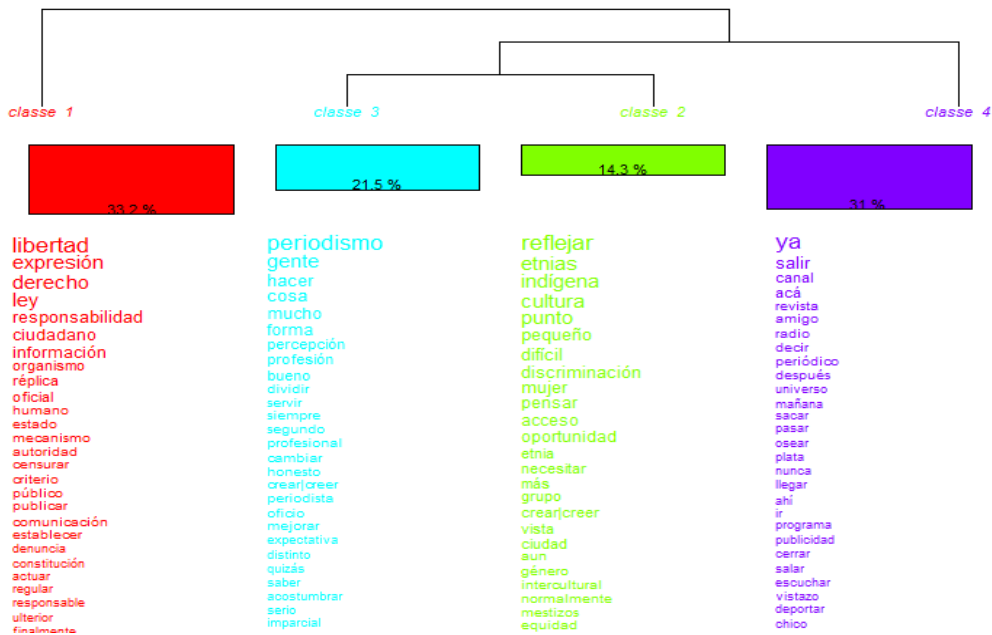
+++++-----
|i|R|a|M|u|T|e|Q| - Mon Mar 28 18:15:26 2016
+++++-----

Número de textos: 18
Número de segmentos de texto: 2039
Número de formas: 7207
Número de ocurrencias: 73553
Número de lemas: 4420
Número de formas activas: 4215
Número de formas suplementarias: 198
Número de formas activas con una frecuencia >= 3: 1549
Media de formas por segmento: 36.073075
Número de clases: 4
1890 segmentos clasificados en 2039 (92.69%)

#####
tiempo : 0h 0m 24s
#####
|

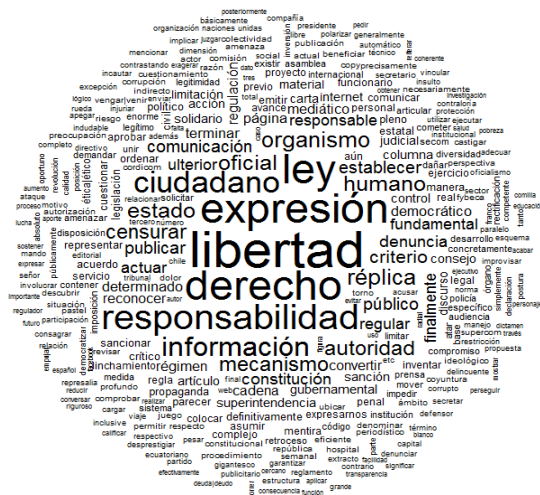
```

De las 18 entrevistas ingresadas, a las que previamente se las etiquetó como: públicos y privados, se determina 4215 formas activas y se determinan 4 clases. La clase 1 con un 33,2 de peso significativo y dentro de esta las tres restantes



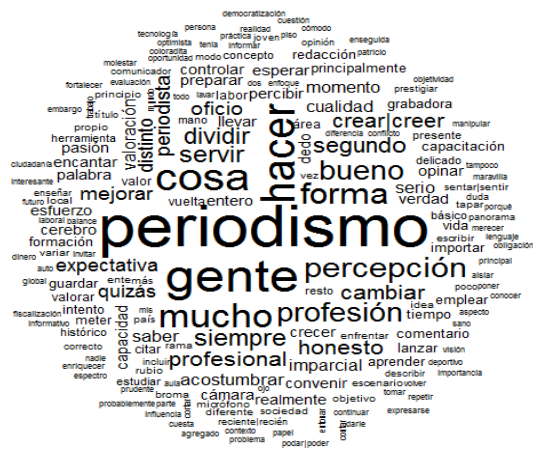
El primero de los clúster incluye a los otros tres, pero el peso de significación está en la primera clase (periodistas de medios privados) cuyos términos más significativos son “libertad”, “expresión”, “derecho”, “ley”, “censura”, entre otros, elementos que han girado en torno a las demandas del sector frente a la nueva Ley de Comunicación.

CHD		Perfiles		AFC			
1 Clase 1	2 Clase 2	3 Clase 3	4 Clase 4				
628/1890	270/1890	406/1890	586/1890				
33.23%	14.29%	21.48%	31.01%				
n...	eff. st.	eff. total	pourcentage	chi2	Type	forme	p
0	77	95	81.05	103.12	nom	libertad	< 0,0001
1	60	73	82.19	82.05	nom	expresión	< 0,0001
2	58	70	82.86	80.7	nom	derecho	< 0,0001
3	99	149	66.44	80.43	nom	ley	< 0,0001
4	51	63	80.95	66.9	nom	responsabilidad	< 0,0001
5	42	51	82.35	57.01	nom	ciudadano	< 0,0001
6	67	103	65.05	49.72	nom	información	< 0,0001
7	23	25	92.0	39.44	nom	organismo	< 0,0001
8	19	19	100.0	38.57	nom	réplica	< 0,0001
9	22	24	91.67	37.42	adv	oficial	< 0,0001
10	23	26	88.46	36.25	adj	humano	< 0,0001
11	58	94	61.7	36.15	nom	estado	< 0,0001
12	19	20	95.0	34.77	nom	mecanismo	< 0,0001
13	19	20	95.0	34.77	nom	autoridad	< 0,0001
14	16	16	100.0	32.43	ver	censurar	< 0,0001
15	18	20	90.0	29.37	nom	criterio	< 0,0001
16	62	111	55.86	27.22	adj	público	< 0,0001
17	42	67	62.69	27.17	ver	publicar	< 0,0001
18	130	278	46.76	26.91	nom	comunicación	< 0,0001
19	15	16	93.75	26.64	ver	establecer	< 0,0001
20	14	15	93.33	24.62	nom	denuncia	< 0,0001
21	12	12	100.0	24.27	nom	constitución	< 0,0001

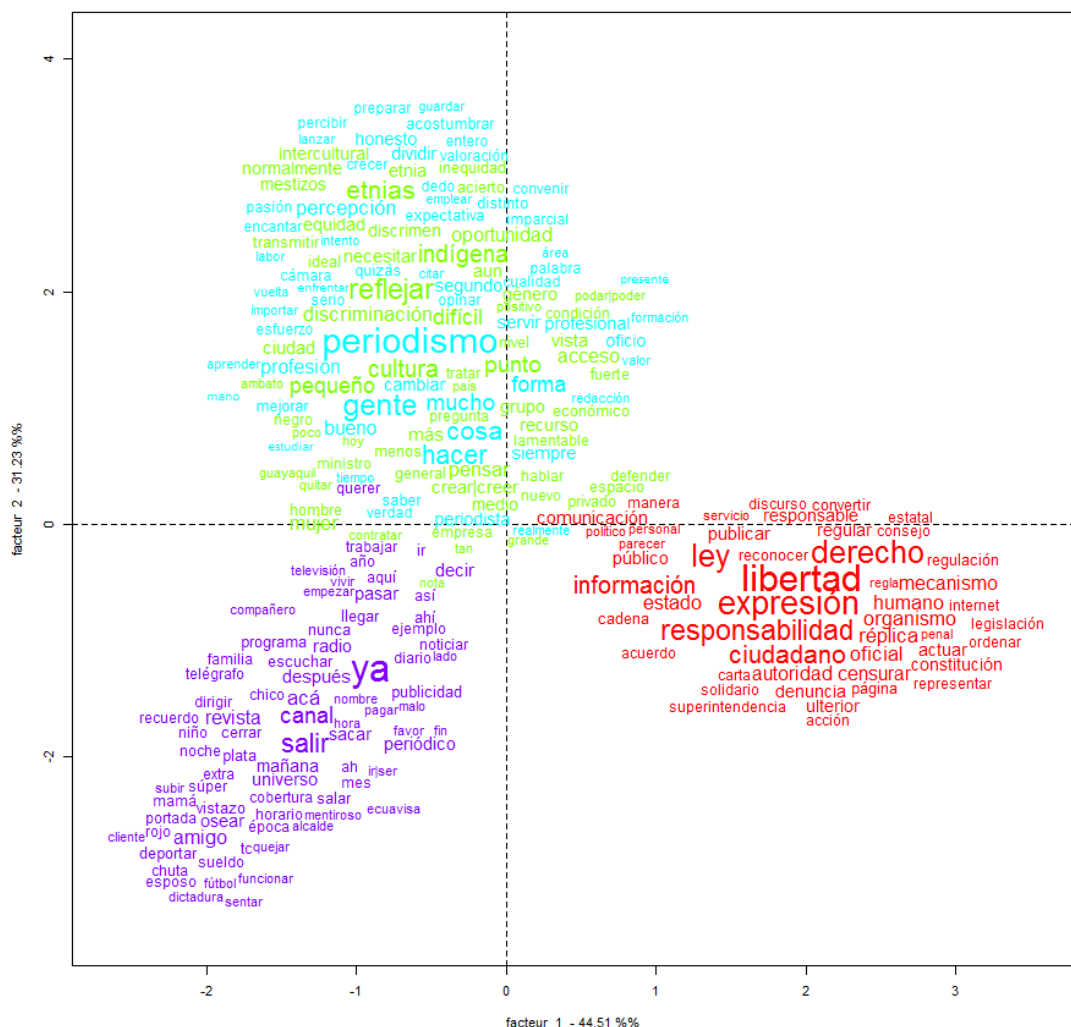


Del otro lado, los resultados arrojan y de forma contraria que los términos con mayor peso un “periodismo” del lado ciudadano, del lado de la “gente”, donde prevalece la “verdad” y una “responsabilidad” ciudadana, como elementos que han sido reiterativos en el discurso gubernamental para justificar la creación de la Ley.

CHD		Perfiles		AFC			
1 Clase 1	2 Clase 2	3 Clase 3	4 Clase 4				
628/1890	270/1890	406/1890	586/1890				
33.23%	14.29%	21.48%	31.01%				
n...	eff. st.	eff. total	pourcentage	chi2	Type	forme	p
0	56	91	61.54	90.95	nom	periodismo	< 0,0001
1	88	199	44.22	68.19	nom	gente	< 0,0001
2	133	366	36.34	59.4	ver	hacer	< 0,0001
3	82	191	42.93	57.96	nom	cosa	< 0,0001
4	82	205	40.0	46.75	adj	mucho	< 0,0001
5	34	62	54.84	42.29	nom	forma	< 0,0001
6	13	15	86.67	38.09	nom	percepción	< 0,0001
7	30	56	53.57	35.23	nom	profesión	< 0,0001
8	74	195	37.95	34.96	adj	bueno	< 0,0001
9	8	8	100.0	29.37	ver	dividir	< 0,0001
10	14	20	70.0	28.21	ver	servir	< 0,0001
11	39	89	43.82	27.63	adv	siempre	< 0,0001
12	12	16	75.0	27.4	adj	segundo	< 0,0001
13	24	46	52.17	26.33	adj	profesional	< 0,0001
14	22	41	53.66	25.73	ver	cambiar	< 0,0001
15	7	7	100.0	25.68	adj	honesto	< 0,0001
16	124	410	30.24	23.83	ver	crear/crear	< 0,0001
17	76	226	33.63	22.45	nom	periodista	< 0,0001
18	15	25	60.0	22.29	nom	oficio	< 0,0001
19	12	18	66.67	22.0	ver	mejorar	< 0,0001
20	7	8	87.5	20.76	nom	expectativa	< 0,0001
21	8	10	80.0	20.41	adj	distinto	< 0,0001
22	12	19	63.16	19.76	adv	quizás	< 0,0001



En resumen, el siguiente gráfico muestra las posiciones de los entrevistados respecto de la confrontación generada desde la aplicación de la normativa y la respectiva polarización mediática a la que se hace referencia.



## 7. Conclusiones

Los conflictos entre los medios de comunicación públicos y privados son producto no solo del gobierno y de su discurso, sino de la normativa. La regulación vigente establece estos grados de tipificación, los etiqueta en: públicos, privados y comunitarios.

Si bien la normativa establece la equidad en la repartición de frecuencias para cada tipo de medio, muy poco se ha hecho para hacerla cumplir. Aunque no es el punto central de este documento, la situación de los medios comunitarios es un tema que queda pendiente de analizar, no solo en su estructura sino también en los niveles de incidencia que tienen en el sistema político y el rol que cumplen en la sociedad.

Frente a estos datos se plantean una serie de cuestionamientos para futuros trabajos: si los niveles de audiencia en los medios públicos-gubernamentales son tan bajos como se señala, porque y cuáles son los mecanismos del Presidente y su

Revolución Ciudadana para consolidar un discurso y niveles de popularidad aceptables.

Si los medios públicos son poco vistos por los ecuatorianos, qué canales de información utiliza el gobierno para llenar y vaciar al mismo tiempo el campo político con su discurso. Acaso la política pública e infraestructura mediática pública-estatal compuesta por un 5 por ciento del total nacional son tan fuertes que anulan por completo a ese más del 90 por ciento de medios privados.

Estas y varias otras preguntas nacen del análisis de estos estudios, por lo que el campo para el desarrollo de los mismos es bastante amplio. Mientras tanto el ambiente de conflictividad que se han generado en estos niveles del poder continuará y los más afectados resultan ser los consumidores de los medios de comunicación.

## **8. Referencias**

Aguilar, Luis F (2012): Política Pública: una mirada al presente y al futuro. OPERA (Observatorio de Políticas, Ejecución y resultados de la Administración pública). Número 12. Páginas 31 a 61. Colombia.

Ayala, Enrique (1982): La prensa en la historia del Ecuador, una breve visión general. En Destrugue, Camilo. Historia de la prensa en Guayaquil. Corporación Editora Nacional. Quito.

Barbero, Jesús Martín (2002). De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol. IV, nro. 3, Septiembre – Diciembre Pág. 4 a la 18. Brasil.

Barbero, Jesús Martín (2008) : Políticas de la comunicación y la cultura, clases de investigación, policies of communication and culture. Transcripción clase doctoral impartida el 8 de mayo del 2008, en el marco de programa: Dinámicas Interculturales de la Fundación CIDOB nro. 11.

Becerra, Martín (2012). “Mutaciones en la superficie y cambios estructurales en América Latina en el Parnaso informacional”. En Moraes, Dênis de (comp). Mutaciones de lo visible: comunicación y procesos culturales en la era digital. Buenos Aires,

Beltrán, Luis Ramiro (1976) : Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina: los primeros pasos. Revista Nueva Sociedad Número 25. Julio-Agosto 1976. Pp. 4-34.

Capriles, Oswaldo (1996) : Poder político y comunicación, Caracas, UCV, Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico.

CIESPAL (2009) : Percepción sobre los medios públicos en Ecuador. Área de investigación. Quito.

Coronel, Gabriela (coordinadora) (2012): Anuario de las empresas de comunicación de Ecuador 2011-2012. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador.

De la Luz Casas, María (2006) : Políticas de comunicación, un tema pendiente en la agenda. Global Media Journal Edición Iberoamericana. Tecnológico de Monterrey-Cuernavaca. Volumen 3, Nro. 5, páginas 119/133. México.

De Moraes, Dênis (2011) : La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación. 1ra edición. Paidós, Buenos Aires.

De Moragas, Miquel (2011) : Interpretar la comunicación, estudios sobre medios en América y Europa. Editorial Gedisa. Barcelona.

Fox, Elizabeth (1989) : Medios de comunicación y política en América Latina, lucha por la democracia. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Fox, Elizabeth (1982) : Schmucler, Héctor (et al). Comunicación y Democracia en América Latina. CLACSO, PNUD, UNESCO. Centro de Estudios y promoción del desarrollo (DESCO). Lima.

Fuenzalida, Valerio (2006) : Reformas en la TV Pública de América Latina en Alfaro Moreno, Rosa María Ed. De lo Estatal a lo Público, Medios: ¿de quién y para qué? Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008) : Sistemas Mediáticos Comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Versión en español. Barcelona.

Macaroff, Anahi (2010) : ¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en el Ecuador. FLACSO Andes. Ágora, espacio de autoarchivo e intercambio de documentos y trabajos de investigación. Quito.

MacBride, Sean (1993): Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Ed Fondo de Cultura Económica. México.

Masterman, Len (2011) : La enseñanza de los medios de comunicación. Ediciones de la Torre, tercera edición. Gráficas Cofas. Madrid.

Mastrini, Néstor (2014) : Las industrias culturales en Argentina. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. Madrid.

McQuail, Dennis (1994): Mass Communication Theory. Sage Publications Ltd., London 3ra edición.

Mendizábal, Iván (2014) : La presencia de los medios en la actual democracia: tendencias de la credibilidad en Ecuador. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI. CIESPAL. Número 127. Quito. En: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2291>

Moreno Dominguez, Manuel y Sierra Caballero, Francisco (2008) : Comunicación y cultura en Iberoamérica, el reto de las políticas públicas en la sociedad global. Gestión Editorial visión libros, Grupo Compolíticas. Madrid.

Ordoñez, Romina (2011): Nacimiento de los medios públicos en Ecuador. La (re)construcción de lo público. Tesis Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área de Letras y Estudios de la Cultura, mención Comunicación. Quito.

Parsons, Wayne (2007): Políticas públicas: una introducción a la teoría y la práctica del análisis de las políticas públicas. Traducción de Atenea Acevedo. FLACSO sede México.

Quirós, Fernando; Segovia, Ana (1976) : La Conferencia de San José de Costa Rica. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 1996, no 2, p. 63.

Ramos, Isabel (2010): Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana. Revista Íconos 37 FLACSO sede Ecuador. Pág. 25-31. Quito.

Reyes-Matta, Fernando (1978) : Un modelo de comunicación con participación social activa. Revista Nueva Sociedad número 38, septiembre-octubre 1978. Pp 94-110.

Rivera, Diana (2012) : Breve historia de la prensa en el Ecuador. El aporte de Loja. En Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. Breves historias de los medios en Ecuador. Quito: CIESPAL (nro. 119, septiembre) pp.3-16.

Sierra Caballero, Francisco (1997) : Pedagogía de la Comunicación y Desarrollo Local: una propuesta metodológica cualitativa. Tesis presentada para la obtención del título de doctor. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Madrid.

UNESCO (2011) : Análisis del Desarrollo Mediático en el Ecuador-2011. Con el apoyo del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación. VyM Gráficas. Quito. También en: [www.unesco.org/quito](http://www.unesco.org/quito).