

En los primeros nueve días de campaña, escaso y frío tratamiento mediático a la Consulta

Se monitoreo 6 medios nacionales y un total de 2 272 minutos de espacios informativos de radio y TV y apenas para examinar, debatir y tratar los temas de la consulta se dedicó 375 minutos. En otras palabras, apenas el 16,5 % de todo el tiempo de informativos y entrevistas se utilizó para hablar de la Consulta Popular. Un inicio de campaña frío y distante desde lo mediático.

El Observatorio de Medios del Ecuador (OME), un proyecto de Fundamedios, monitoreo, desde el 03 al 11 de enero de 2018, 10 medios de comunicación entre privados y públicos, en los cuales contabilizó 46 espacios de opinión que favorecen al Sí en las preguntas de la Consulta popular frente a 17 neutros y 7 correspondientes al No, de una muestra de 67. Los medios que se analizaron en este estudio fueron: tres canales de televisión (Ecuavisa, Teleamazonas Gamavisión-EcuadorTV), cuatro medios de prensa (El Universo, El Comercio, El Telégrafo y El Tiempo de Cuenca) y tres radios (Quito, Democracia y Visión). Es decir, se seleccionaron medios privados y medios en manos del Estado.

El análisis determinó que durante los primeros nueve días de campaña, seis medios de comunicación (radio y televisión) dedicaron tan solo 6 horas y 23 minutos a debatir sobre la Consulta popular. Esto debido a que los medios se concentraron más en temas económicos, como la veeduría a la deuda pública, propuesta por la Contraloría General del Estado.

Cabe destacar que de las siete preguntas, propuestas por el Ejecutivo para este referéndum, de la que más se habló corresponde a la pregunta 3 sobre el cambio de quienes conforman el Consejo de Participación Ciudadana con el 52% (en 17 espacios de opinión). En esos 17 espacios hubo una tendencia del 59% al Sí, del 24% al neutro y del 18% al No.

En segundo lugar se debatió sobre la pregunta 2, referente a no permitir la reelección indefinida con un 21% (en siete espacios de opinión). En tales espacios se comprobó una tendencia al Sí del 71% y al neutro y no del 14% respectivamente. Le siguió la pregunta 4, que propone que no prescriban los delitos sexuales contra los niños con el 12%. Esta muestra registró una tendencia total al Sí.

Las siete preguntas fueron analizadas en su conjunto en un 13% de la muestra de 67 espacios de opinión, mientras en un 12% se habló únicamente de la organización del referéndum, que está previsto para el 04 de febrero.

Otro punto importante registra de quién se habló en los medios de comunicación analizados. El presidente Lenín Moreno y la recientemente designada Vicepresidenta, María Alejandra Vicuña, fueron quienes obtuvieron mayor espacio al alcanzar el 49% de la muestra.

El concepto ciudadanía ocupó el segundo lugar de la lista, con una diferencia significativa, con 14% de menciones. Mientras el tercer lugar fue para el expresidente Rafael Correa con el 13%. En gran parte del discurso de los entrevistados se resaltaba al exmandatario como el causante de los problemas del país, por lo cual se llamaba a votar sí, como expresión de rechazo a su gestión.

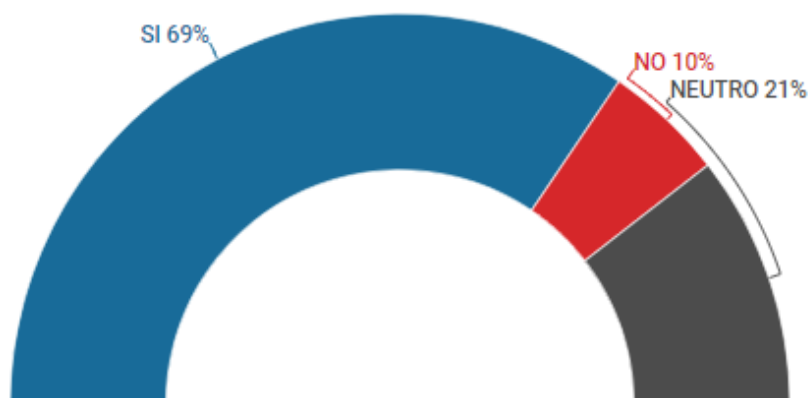
Examinado medio por medio, se puede ver que hay posicionamientos muy acentuados y mayoritarios por el Sí o por el No. En los polos están Telemazonas con un 100% de espacios por el Sí y el diario El Tiempo de Cuenca (medio en manos del Estado) con el 100% de los espacios por el No (Ver el cuadro adjunto).

De acuerdo a los géneros periodísticos, en los 67 espacios de opinión se encontraron: 33 entrevistas, 32 columnas de opinión y dos editoriales, en los cuales se analizaron varias aristas de la Consulta Popular.

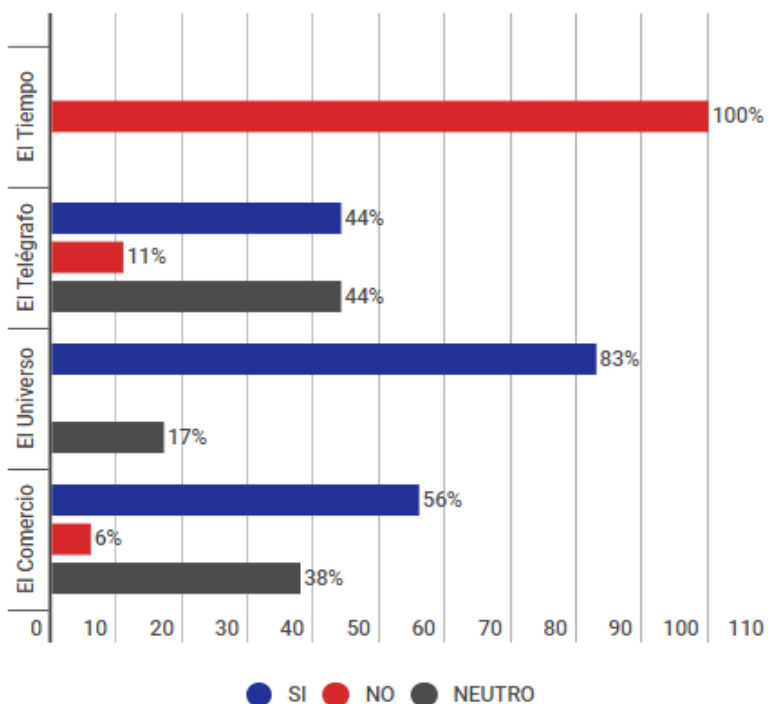
El objetivo de esta investigación es aportar con datos para el debate sobre el tratamiento de los contenidos de los medios de comunicación públicos y privados acerca de un nuevo proceso electoral, en medio de una época de transición al diálogo y la democracia.

Link: <http://www.fundamedios.org/primeros-nueve-dias-de-campana/>

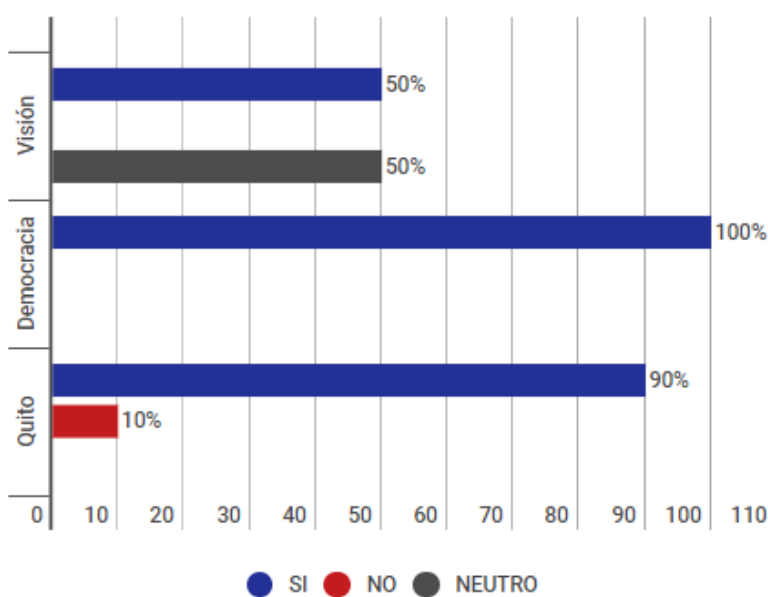
Tendencia



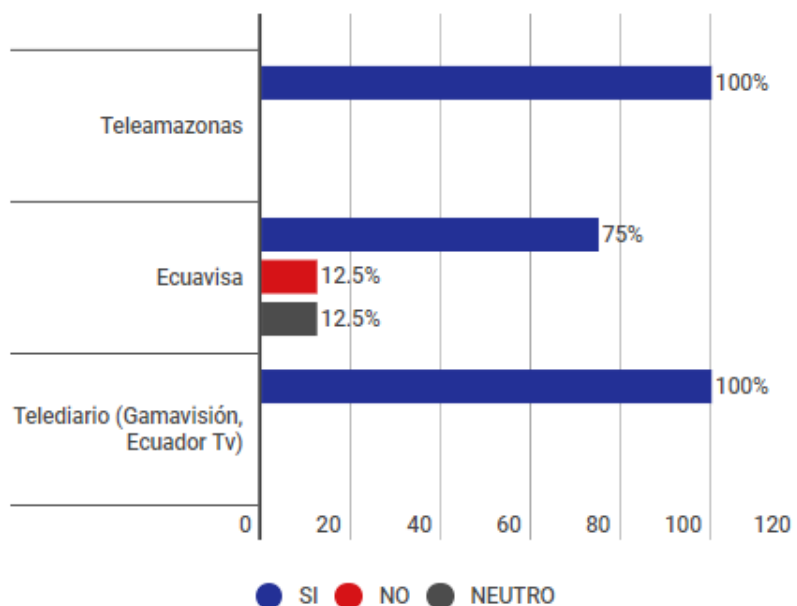
Tendencia medios impresos



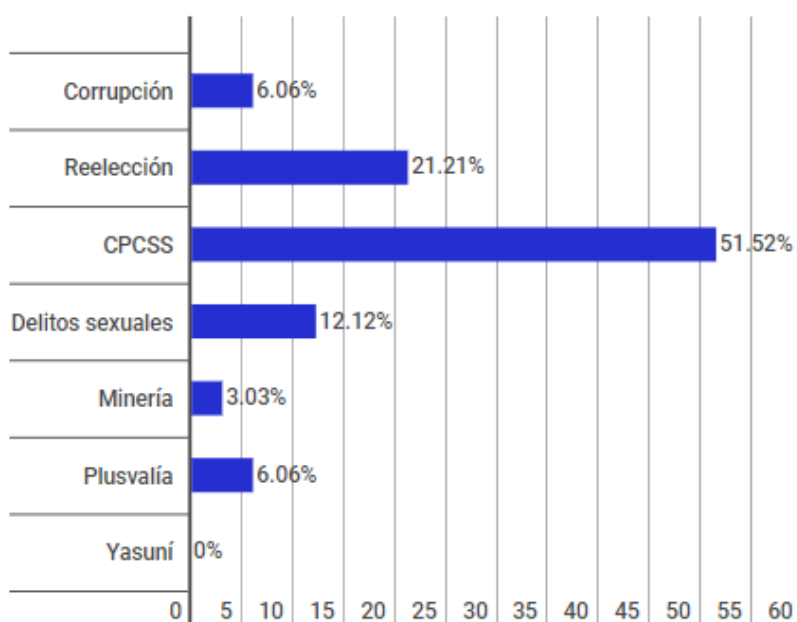
Tendencia medios radiales



Tendencia medios televisivos



Preguntas más debatidas



Actores

