

Los medios de comunicación social y la consulta por el agua en Cuenca

The media and the Water Consultation of Cuenca

Molina, Cecilia^{1*}; Ávila, Luis René²; Valverde, Carlos³

¹ *Colectivo Cultural Cuchara de Palo*

² *Universidad Nacional de Chimborazo*

³ *Universidad Católica de Cuenca*

* cecymolinal@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v6i2.1009>

Resumen

El espacio mediático sigue siendo el lugar para el debate de los temas de mayor trascendencia para el desarrollo social. En contextos de conflicto socio-ambiental, los medios de comunicación se convierten en un espacio de disputa simbólica, tanto desde los sectores pro mineros como desde los anti mineros, que han visibilizado su posición a través de los medios en diversos contenidos, incluyendo los publicitarios. Por ello, consideramos valioso estudiar la cobertura realizada por diario El Mercurio y radio La Voz del Tomebamba, durante la consulta por el agua realizada en Cuenca, el 7 de febrero del 2021. Organizaciones sociales defensoras de la naturaleza midieron fuerzas en las urnas con quienes defienden la minería como mecanismo de desarrollo local. Algo más del 80% de votantes dijo sí a la prohibición de la explotación minera metálica en las zonas de recarga hídrica de los ríos Tarqui, Tomebamba, Yanuncay, Machángara y Norcay. Considerando que los medios de comunicación juegan un papel trascendental en la decisión final de los votantes, este estudio, que utiliza un enfoque metodológico cualitativo, descriptivo y analítico, constituye una alternativa importante para confirmarlo.

Palabras claves: medios de comunicación y minería, conflicto minero, consulta por el agua en Cuenca

Abstract

The media space continues to be the place for debate on the most important issues for social development. In contexts of socio-environmental conflict, the media are defined in a space of symbolic dispute by both the pro-mining and anti-mining sectors, which have made their position visible through the media in various contents, including advertising. For this reason, we consider it valuable to study the coverage carried out by the newspaper El Mercurio and radio La Voz del Tomebamba during the Consultation for Water accomplished in Cuenca on February 7, 2021.

Social organizations that defend nature measured forces at the polls with those who defend mining as a mechanism for local development. Just over 80% of voters said yes to the prohibition of metal mining in the water recharge areas of the Tarqui, Tomebamba, Yanuncay, Machángara and Norcay rivers.

The media play a transcendental role in the final decision of the voters, therein lies the importance of this study, for which a qualitative, descriptive and analytical methodological approach is used.

Key words: media and mining, Mining conflict, Water consultation of Cuenca.

1. Introducción

En febrero de 2021, en el cantón Cuenca, se desarrolló la consulta popular por el agua para que la población se manifestara si estaba de acuerdo o no, con la prohibición de la explotación minera metálica en las zonas de recarga hídrica de sus ríos Tarqui, Tomebamba, Yanuncay, Machángara y Norcay. La consulta se concretó el domingo 7 de febrero del 2021, conjuntamente, con los comicios electorales para elegir presidente de la República y asambleístas del Ecuador. Su resultado fue afirmativo con respecto a la prohibición de la mencionada explotación minera con más del 80 por ciento de los votos.

La presente investigación se centra en el tipo de cobertura que han cumplido dos medios de comunicación social reconocidos de Cuenca, diario el Mercurio y radio La Voz del Tomebamba. Se aplicaron, como técnicas de investigación, el análisis de contenido de la muestra extraída de los dos medios, entre los meses de enero y abril del 2021, y entrevistas semiestructuradas dirigidas a actores sociales que defienden la explotación minera, colectivos ambientalistas, académicos, periodistas y directivos de los medios.

Los medios de comunicación social son instituciones que contribuyen a cambiar el entorno y transformar la conciencia de las personas (Serrano, 1993), sin olvidar que las noticias son condicionadas por las rutinas productivas de los medios y, por ende, son el resultado de la toma de decisiones; es decir, lo que se publica, la fotografía que se imprime en primera plana, el titular de la nota, los entrevistados como protagonistas de la información, obedecen a un complejo proceso de selección en donde intervienen factores sociales, económicos, políticos, culturales (González Alcaraz, 2013).

Los medios cumplen un rol importante en la toma de decisiones colectivas como la que nos preocupa en este artículo, por eso, es necesario conocer el tratamiento periodístico de temas de trascendental interés social. En este contexto, nos planteamos conocer ¿cuál es el rol que cumplieron los medios de comunicación social durante el proceso de la consulta popular por el agua en el cantón Cuenca?

La investigación bibliográfica permitió exponer algunos referentes teóricos que fundamentan la acción que cumplen los medios de comunicación sobre el conflicto minero. El análisis de contenido permitió determinar la cobertura periodística, en tanto, las entrevistas semiestructuradas con actores estratégicos configuraron el panorama para la interpretación del rol de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación social

Son los encargados de difundir información, opinión y un conjunto de contenidos sobre acontecimientos diversos, a través de los soportes escritos o audiovisuales, analógicos o digitales, que definen un sistema de valores y una determinada cultura. Sus mensajes refuerzan "actitudes y conductas que ya estaban presentes en los receptores" (Lozano, 2007, p. 169); por ello, es pertinente "considerar el periodismo no como mero reflejo de la realidad, sino como método de significación y construcción simbólica de ella" (Rodríguez, 2004, p. 321), en tanto, rebasa la función de transmisión de información para llegar a construir sentido social mediante los lenguajes.

A los medios les corresponde la tarea de "establecer una afectación entre lo que cambia en el entorno y lo que transforma en la conciencia de las personas" (Serrano, 1993, p. 117) y surgen como una especialización de la propia organización social. La información que se publica en los medios de comunicación son acontecimientos o sucesos que ameritan, de acuerdo a su criterio, ser conocidos por la colectividad debido a la trascendencia que tienen o por los intereses que están en juego.

Medios de comunicación y redes sociales cumplen, en la sociedad contemporánea, un rol fundamental en la construcción de la opinión pública de la sociedad; de esta manera, "contribuyen en la construcción de los imaginarios sociales a cerca de diferentes temáticas que captan el interés de la sociedad" (Díaz J. , 2013, p. 317), sin olvidar que los medios tradicionales y los nuevos medios sociales han logrado una convivencia que "está avanzando hacia una retroalimentación a través del intercambio de contenidos entre ellos" (Urano, 2021, p. 4).

El sistema social también interviene sobre la organización y funcionamiento de los medios de comunicación y, a su vez, estos influyen en la sociedad. Los productos comunicativos son elaborados para servir como soporte de información, cuya peculiaridad, reside en que propone al usuario un sentido y un punto de vista a propósito de lo que acontece.

La interacción entre el sistema social que provee los recursos necesarios para producir objetos comunicativos y el sistema institucional de comunicación o medio, que elaboran esos productos, construyen las representaciones de lo que acontece. Claro está que los medios de comunicación "inciden directamente en la formación de la conciencia político-social de la población" (Terán, 2018. p. 319).

La conflictividad minera en la provincia del Azuay

En la provincia del Azuay, uno de los ejes de la conflictividad social se relaciona con la defensa de los territorios en contra de la minería metálica, pues en esta región, las concesiones mineras se ubican principalmente en zonas de páramo que constituyen ecosistemas frágiles (Salazar, 2020).

En el cantón Cuenca, la movilización social se ha dado principalmente en torno a dos proyectos de minería: Loma Larga y Río Blanco, ubicados dentro del Macizo del Cajas, declarado por la UNESCO como parte de la red mundial de reservas de biósfera en el año 2013. Esta zona se caracteriza por su importancia hídrica, ecológica y social (Torres N., 2018), (Bustán & Márquez, 2018).

El Proyecto Loma Larga, conocido inicialmente como Kimsacocha, tiene una concesión de 8.030 hectáreas para extraer 31,2 toneladas de oro (Soliz, 2016), (Zhagui & Ruiz, 2018). Para el proyecto Río Blanco se han concesionado 5.700 hectáreas para extraer alrededor de 18,71 toneladas de oro (Soliz, 2016).

En este complejo contexto de disputa social y luego de varias luchas sociales, en septiembre de 2020, la Corte Constitucional del Ecuador aprobó el llamamiento a consulta popular, para preguntar a la ciudadanía si estaba de acuerdo con que se prohibiera la minería metálica en las zonas de recarga hídrica. El Consejo Nacional Electoral dio paso a la consulta popular por el agua, para lo cual, en enero de 2021, se inició una campaña para que la población decidiera. El 7 de febrero se confirmó un resultado afirmativo a dicha prohibición de la explotación minera, con más del 80% de los votos.

2. Metodología

Se integraron técnicas cuantitativas y cualitativas para analizar el rol y la producción periodística de los medios de comunicación durante el proceso de la consulta, considerando que la información mediática se articula como una representación simbólica de la realidad que se expresa a través de formatos, espacios designados, priorización de actores, visibilidad mediática de temas, selección de cobertura (Chiavetta & Lassi, 2018).

Se seleccionaron dos medios de Cuenca: diario El Mercurio y radio La Voz del Tomebamba, que tienen una importante incidencia social. Diario El Mercurio tiene una circulación a nivel regional; fue fundado el 22 de octubre de 1924. Además de la publicación impresa, el periódico cuenta con un sitio web, canal de YouTube y páginas en Facebook, Instagram y twitter. En el espacio virtual tiene alrededor de 368.000 seguidores. Radio La Voz del Tomebamba, se fundó en 1938; en sus redes sociales alcanza 388,403 seguidores.

La muestra se realizó con una selección de información publicada por los dos medios de comunicación en el período comprendido de enero a abril de 2021. En esta etapa se aplicó el análisis de contenido que posibilitó establecer patrones frente al tratamiento de la información sobre la consulta.

En un segundo momento se recurrió a técnicas cualitativas a través de entrevistas semiestructuradas que permitieron conocer las opiniones de diversos actores que están a favor y en contra de la explotación minera, periodistas directivos de los dos medios de comunicación analizados y docentes universitarios de periodismo.

3. Desarrollo

El estudio se centró en el rol que cumplieron diario El Mercurio y radio La Voz del Tomebamba en la cobertura de la consulta popular por el agua, en Cuenca.

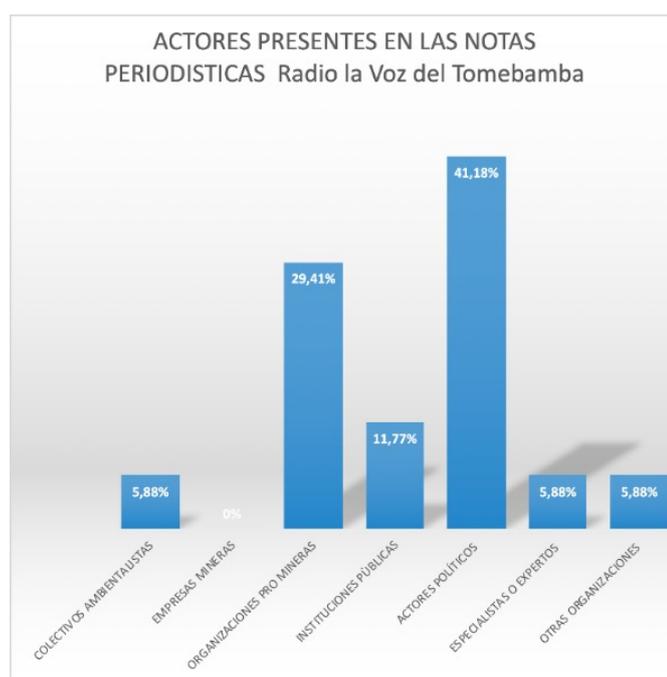
En el período observado, en diario El Mercurio, se realizaron 57 publicaciones, de las cuales, el 52,63% corresponde a artículos de opinión y el 47,37%, a notas informativas. El diario cuenta con una planta amplia de articulistas, conformada por una diversidad de personas de distintas áreas del conocimiento y tendencias políticas.

En relación a la consulta popular por el agua, el 94% de los artículos de opinión se pronunciaron a favor de la prohibición de realizar minería metálica a mediana y gran escala. La defensa del agua realizada por los diferentes grupos sociales, desde el año 2002, y las investigaciones desarrolladas en relación a los riesgos de la minería en los páramos, lograron el objetivo de contar con una amplia red de respaldo social de oposición a los proyectos de minería metálica, en las zonas de recarga hídrica, oposición que se ve reflejada en los artículos de opinión.

Del análisis de contenido realizado a la programación informativa de Radio La Voz del Tomebamba, entre enero y abril del 2021, se pudo conocer que el 41,18% representó a actores políticos que trataban la problemática de la explotación minera y el cuidado ambiental. El 29,41% de los actores que participaron de los espacios de Radio Tomebamba para tratar este tema pertenece a los sectores pro-mineros. Los representantes de instituciones públicas corresponden al 11,77%. Los colectivos ambientalistas corresponden al 5,88%; similar porcentaje corresponde al grupo de expertos y otros colectivos urbanos, tal como se evidencia en el Gráfico 1.

Gráfico 1

Actores presentes en la programación analizada de Radio La Voz del Tomebamba

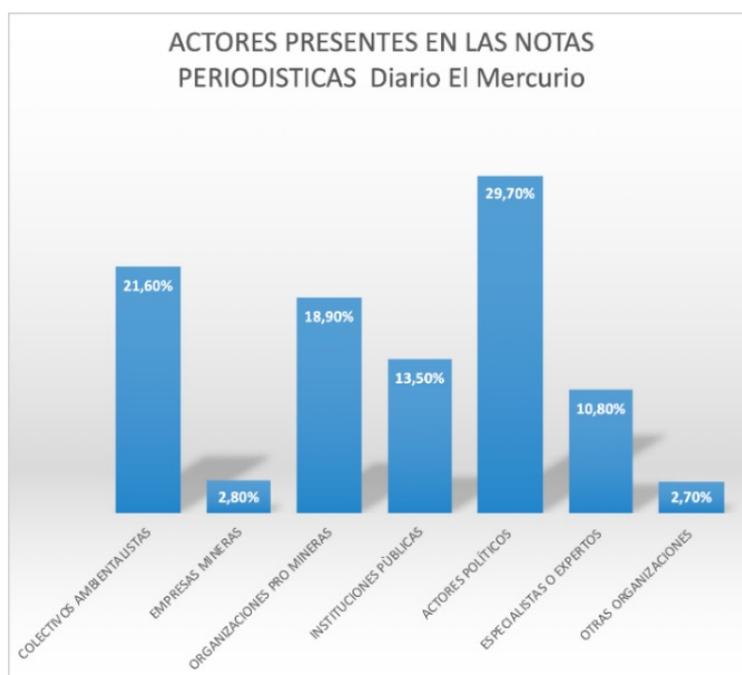


Nota: Elaboración propia (2022)

En diario El Mercurio, en cambio, se observó que los colectivos ambientalistas y organizaciones anti mineras ocuparon el 21,6% del total de publicaciones; las organizaciones pro-mineras, el 18,9%; los actores políticos, el 29,7%; las instituciones públicas, el 13,5%; los especialistas o expertos, el 10,8 %; las empresas mineras, el 2,8%; y otras organizaciones, como las veedoras del proceso, alcanzaron el 2,7%. Esta información se evidencia en el Gráfico 2.

Gráfico 2

Actores presentes en la muestra de diario El Mercurio



Nota: Elaboración propia (2022)

Tanto en radio La Voz del Tomebamba cuanto en el diario El Mercurio, los actores políticos fueron los que aparecieron con mayor frecuencia en la cobertura informativa. Esto se debió a que la consulta popular coincidió con el proceso de elecciones de presidente y asambleístas. Por lo tanto, el panorama político marcó la agenda mediática en los temas referentes a la consulta. Se reliva el hecho de que Yaku Pérez Guartambel, defensor del agua, participó como candidato a la presidencia del Ecuador, obteniendo el 19,38 % del total de los votos válidos del proceso electoral.

En relación a la cobertura mediática, la opinión de los diferentes actores consultados fue diversa. Para Holger Parra, presidente del Colegio de Ingenieros Geólogos y de Minas del Azuay, "la prensa acogió nuestra propuesta, hubo una gran receptividad, se nos dio los espacios suficientes y necesarios para exponer nuestra propuesta enmarcada por el no". De igual manera, rescató que no hubo sesgo informativo, pues los medios de comunicación actuaron de manera imparcial en relación con la consulta popular.

Por otra parte, los actores comunitarios, en las zonas aledañas a los proyectos mineros, señalaron que no existió una suficiente cobertura sobre la realidad de sus territorios. De acuerdo con Elizabeth Durazno, dirigente de la comunidad Río Blanco,

“la mayoría de los medios de comunicación entrevistan a la gente de la minería, visitan a las familias y personas que han sido beneficiarias de las empresas mineras; a ellos les entrevistan y difunden que la empresa es buena, que hay beneficios de trabajo y atacan a los defensores del agua, pero la prensa no se encarga de hacer el recorrido con las personas que están en contra de la minería”.

Kléver Calle (2021), activista del colectivo Yasunidos Guapondélig, señaló que los sectores anti-mineros fueron posicionando los riesgos ambientales de la explotación minera y los medios de comunicación abrieron espacios para difundir estos contenidos. Asimismo, precisó que una vez que el tema estuvo en el debate público, las empresas mineras afianzaron sus estrategias comunicativas y empezaron a pautar en los medios de mayor cobertura. Que, además, realizaron agendas con medios, para visitas, y recorrieron proyectos de otros sectores. Calle sostuvo que, luego de la consulta popular por el agua, hubo una arremetida del sector minero, principalmente, con la difusión de productos comunicativos en espacios pagados.

Asimismo, los líderes de los dos medios de comunicación mencionaron en sus entrevistas, que existió un equilibrio sobre las publicaciones de los diferentes sectores sociales. Marina Merchán Luco, gerente de El Mercurio, expresó que en ese medio de comunicación se publicaron noticias de los sectores pro y anti mineros, de las instituciones públicas, de la ciudadanía y de los políticos. Que también se publicaron la posición y la opinión de los grupos provenientes del sector de Tarqui, Río Blanco y Loma Larga. Afirmó que, para la cobertura de estos temas, el cronista suele informar, al editor jefe, el interés que tiene para realizar la cobertura; él, por su experiencia, aporta criterios, y luego, el cronista dispone de todas las facilidades de la empresa para su desplazamiento. “Se publica exclusivamente lo que el periodista vio y escuchó en su visita” (Merchán, 2021).

Por su parte, Jorge Piedra Cardoso, director de radio La Voz del Tomebamba, señaló que se brindó una amplia cobertura a la consulta por el agua, permitiendo que se escucharan los diferentes puntos de vista, por el sí y por el no. Señaló que, en alguno de los programas de la radio, se realizó un debate al respecto. Con relación a la pauta publicitaria, Piedra sostuvo que le daba igual si una empresa minera contrataba publicidad o no lo hacía. En esta línea, manifestó su malestar con respecto a que se considerara que por poner publicidad en la radio, se estaba comprando espacios o comprando silencios: “Eso no me cansaré de repetirlo y si los señores mineros pensaban eso, estaban equivocados, al menos con la línea editorial de la radio; otra cosa es la línea publicitaria o de sostenimiento económico que tenga un medio de comunicación privado” (Piedra 2021).

Para Fernando Ortiz (2021), docente de la Universidad de Cuenca, los medios son fabricantes de constructos simbólicos en la sociedad, y a partir de esa reflexión, considera necesario destacar que durante el proceso de la consulta popular por el agua, muchas personas accedieron a espacios de opinión pública y se pronunciaron en contra de la explotación minera en las zonas de recarga hídrica, evidenciando que ante una amenaza, varios sectores sociales de distintas corrientes políticas, incluso antagónicas, hicieron causa común y se manifestaron públicamente.

Matías Zibell, docente de la Universidad del Azuay y periodista de la BBC, sostuvo que, la presencia de Yaku Pérez en la papeleta, quien era candidato del Azuay, tenía como bandera de lucha la defensa del agua, y al haber estado tan cerca del balotaje, permitió que mucha

prensa nacional e internacional abordara a Yaku, "Creo que eso le dio fuerza, tiene que ver con la fuerza de la política, porque es un candidato que sale de la lucha por el agua y se lanza a la Presidencia, con ello la narrativa se vuelve más atractiva" (Zibell, 2021).

4. Conclusiones

La consulta popular por el agua, que se desarrolló al mismo tiempo que las elecciones para presidente y miembros de la asamblea nacional, fue un proceso atravesado por elementos políticos que marcaron las agendas mediáticas y las rutinas periodísticas. En este contexto, los actores políticos fueron los principales protagonistas de los contenidos mediáticos.

Los medios de comunicación cumplen un rol importante en el debate social frente a los proyectos de extracción minera que fue reconocido por los diferentes actores y sectores sociales.

Los sectores anti mineros exigen mayor visibilidad en los contenidos de los medios de comunicación y profundización en el tratamiento de los aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales del conflicto minero.

Los medios de comunicación centraron su interés en el criterio que emiten los actores políticos, pero en menor medida, en los grupos de expertos y la ciudadanía, como referentes de información y opinión.

Los directivos de los medios de comunicación social sostienen la independencia en la redacción de contenidos periodísticos frente a la pauta publicitaria de grupos interesados.

5. Recomendaciones

En la provincia del Azuay, la temática de la minería y sus implicaciones sociales, ambientales, económicas y políticas se constituye en uno de los ejes que requieren un mayor tratamiento por parte de los medios de comunicación.

En el caso estudiado, desde las comunidades aledañas a los proyectos mineros, se propone que los medios de comunicación cumplan un rol educativo y de investigación periodística. Es necesario visibilizar, en mayor medida, en los medios de comunicación social, la opinión ciudadana sobre el conflicto minero.

Bibliografía

- Buestán, S., & Márquez, O. (2018). Análisis del tratamiento periodístico del tema ambiental en los diarios El Tiempo y El Mercurio: caso Kimsacocha periodo 2008-2016. (U. d. Cuenca, Ed.)
- Díaz, J. (2013). De caminatas a los juzgados: Análisis del discurso de prensa sobre el proyecto minero Crucitas. *Polis, Revista Latinoamericana*, volumen 12 No. 36, 315 - 341.
- Durazno, E. (21 de 10 de 2021). Cobertura informativa de la Consulta sobre el agua. (A. L. Cecilia, Entrevistador)
- El Universo. (2 de junio de 2021). Minera canadiense adquiere empresa que maneja el proyecto Loma Larga. El Universo. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/minera-canadiense-adquiere-empresa-que-maneja-el-proyecto-loma-larga-nota/>
- Flores, J. (2017). Las gtransnacionales y su influencia en la economía . *Economía y Administración* , 63 - 72.
- González Alcaraz, L. (2013). La producción de noticias ambientales en la prensa local Argentina: agenda periodística y criterios de noticiabilidad. (I. T. Monterrey, Ed.) *Global Media Journal*, 10, 17-34.
- Latorre, S. (2015). Visibilidades e invisibilidades del extractivismo en el Ecuador. En S. Latorre, *Extractivismo al Debate. Aportes para los Gobiernos Autónomos Descentralizados* (págs. 15 - 56). Quito: Abya Yala.
- Lozano, J. C. (2007). *Tworía e investigación de la comunicación de masas*. Mexico: Pearson.
- Merchán, M. (28 de 10 de 2021). Cobertura de diario El Mercurio de la Consulta por el Agua en Cuenca. (L. R. Avila, Entrevistador)
- Piedra, J. (1 de Febrero de 2022). Difusión de los mensajes por la Consulta por el Agua en Radio Tomebamba. (L. R. Avila, Entrevistador)
- Sacher, W. (2016). Lo que la mina se llevó: una contribución inédita para entender las violencias invisibles e invisibilizadas del despojo minero. En M. Solíz Torres, *Lo que la mina se llevó* (pág. 162). Quito: La Tierra.
- Salazar, A. (Diciembre de 2020). La disputa por el Agua en Cuenca, Ecuador. *Agenda Pública*.
- Serrano, M. (1993). *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Soliz, M. F. (2016). *Lo que la mina se llevó*. Quito: La Tierra.
- Terán, O. y. (2018). Modelo del proceso de influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública. *Educere*, 179 - 191. Recuperado el 16 de Marzo de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35656002014>

- Torres, N. (2018). El nuevo "consenso minero" en Ecuador: Discursos y prácticas contradictorias. El caso del Macizo del Cajas. Quito: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Ecuador - Instituto Latinoamericano de Investigaciones.
- Torres, W. (31 de 05 de 2021). Dundee Precius Metals adquiere el proyecto minero Loma Larga. PRIMICIAS.
- Urano, F. (2021). Las crisis de los medios. Periodistas y los distintos usos de las redes sociales. Actas de periodismo y comunicación Universidad de la PLata , 1 - 7.
- Zhagui, J. L., & Ruiz, C. L. (2018). Formas comunicacionales de resistencia indígena campesina frente al proyecto minero Kimsacocha en Ecuador. Ciencia e Interculturalidad, 303 - 316.
- Zibell, M. (21 de 10 de 2021). La cobertura mediática en consulta por el Aga en Cuenca. (C. y. Molina, Entrevistador)

Recibido: 1 de marzo de 2022

Aceptado: 29 de abril de 2022