



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

Descripción de la identidad quiteña en los discursos en entrevistas en televisión de Augusto Barrera y Mauricio Rodas, durante el periodo de campaña para la alcaldía de Quito del 2014

Elaborado por:

ISABELLA MASPONS NOBOA

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación Social, con mención en Marketing y Gestión Empresarial

Guayaquil, Ecuador

Noviembre 2016



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

Descripción de la identidad quiteña en los discursos en entrevistas en televisión de Augusto Barrera y Mauricio Rodas, durante el periodo de campaña para la alcaldía de Quito del 2014

Elaborado por:

ISABELLA MASPONS NOBOA

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación Social con mención en Marketing y Gestión Empresarial

**DOCENTE INVESTIGADOR
Ingrid Ríos Rivera**

**CO-INVESTIGADOR
Estefanía Luzuriaga Uribe**

**Guayaquil, Ecuador
Noviembre 2016**

Resumen

La presente investigación busca entender y describir la producción de sentido realizada sobre la identidad quiteña en el entramado discursivo de las elecciones a la alcaldía de Quito en el 2013-2014. El objetivo de esta investigación es explorar el nivel de funcionamiento desde las variables enunciativas que componen los procesos de intercambio discursivo en las entrevistas en el mes de enero en televisión de Augusto Barrera y Mauricio Rodas en la contienda electoral para la alcaldía del 2014. La metodología que se utiliza en este estudio es de tipo cualitativa y con un nivel descriptivo. Este análisis se hará utilizando la Teoría del Discurso Social de Eliseo Verón y los planteamiento de identidad de Stuart Hall. Los resultados apuntan a un sentido de la quiteñidad basado en dos premisas. La primera es la identidad desde la división de clases sociales y la segunda es la identidad transversal; es decir la identidad construida desde la colectividad del quiteño.

Palabras claves: identidad, quiteñidad, Mauricio Rodas, Augusto Barrera, teoría del discurso social, intercambio discursivo.

Abstract

This research seeks to understand and describe the production of meaning carried out on the Quito identity in the discursive framework of elections for mayor of Quito in 2013-2014. The objective of this research is to explore the level of performance from the declarative variables that make up the processes of discursive exchange in television interviews in January of Augusto Barrera and Mauricio Rodas in the race for mayor in 2014. The methodology used in this study is qualitative type and in a descriptive level. This analysis is done using the Social Discourse Theory of Eliseo Verón and the identity approach Stuart Hall. The results point to a sense of quiteñidad based on two premises. The first is the identity from the division of social classes and the second is the cross-identity; identity is built from the community of Quito.

Keywords: identity, quiteñidad, Mauricio Rodas, Augusto Barrera, social discourse theory, discursive exchange.

Tabla de contenido

1.	Introducción	5
2.	Planteamiento del problema y Justificación	6
3.	Antecedentes	7
4.	Revisión de la literatura	10
5.	Objetivos	18
6.	Metodología	19
7.	Resultados	22
8.	Discusión de resultados.....	37
9.	Conclusión	43
10.	Recomendaciones	45
11.	Bibliografía	47
12.	Anexos	49

1. Introducción

La presente investigación busca entender y describir la producción de sentido realizada sobre la identidad quiteña en el entramado discursivo de las elecciones a la alcaldía de Quito en el 2013-2014. Existen diversas razones para investigar los discursos en épocas de campaña, pero esta elección llamó la atención a distintos niveles por el quiebre de la hegemonía dominante de Alianza País en la capital del país.

Este trabajo está construido desde la teoría del discurso social de Eliseo Verón que plantea tres supuestos: el sujeto como producción de sentido, el discurso no es comunicacional y el discurso no es un intercambio lineal. Esta teoría, se enfoca en la dimensión de la enunciación de todo discurso. Esto quiere decir que se analiza la estrategia que existe detrás del sujeto de enunciación que surge a partir del discurso planteado (Fair, 2008). En este análisis, Verón se centra en las “ condiciones discursivas que posibilitan el surgimiento de todo discurso” (Fair, 2008). Estas condiciones discursivas pueden estar presentes en otros discursos o pueden ser creadas, y a la vez, son denominadas marcas. Una vez que una marca es identificada se convierte en una huella.

Dentro del presente trabajo, se pretende encontrar la construcción de identidad quiteña en las entrevistas de televisión del mes de enero del 2014 de los candidatos Mauricio Rodas y Augusto Barrera para las elecciones de la alcaldía de Quito del 2014. Podemos decir que la identidad está construida dentro de las representaciones sociales y no es un hecho transparente como se podría pensar (Hall, s.f). La identidad es cambiante y a lo largo de la historia se va alterando. Es por esto que el significado de identidad cultural también se ve afectado.

Para el análisis se utilizan las entrevistas de televisión de Augusto Barrera y Mauricio Rodas, en el periodo de campaña para las elecciones de alcalde de Quito del

2014. Augusto Barrera fue alcalde de Quito del 2009 al 2014, buscando así la reelección en febrero del 2014. Durante el periodo previo a las elecciones, Barrera mencionó varias veces en apariciones públicas la importancia de la continuidad de su mandato, haciendo énfasis en la importancia de las obras realizadas (Andes, 2013). Por otro lado Mauricio Rodas, actual alcalde de Quito, no tenía una extensa experiencia en la política y fue candidato para las elecciones presidenciales del 2013. Rodas ofrecía consultorías de gobernabilidad en países de América y prometía una alcaldía joven y diferente, con la influencia de sus experiencias previas (Ronquillo, 2013).

Los discursos se tomaron de las entrevistas de Rodas y Barrera en canales oficiales y no oficiales de televisión. En este caso se utiliza Ecuavisa como no oficial y Ecuador TV como oficial (canales oficiales es decir pertenecientes al sector público). Las muestras utilizadas pertenecen al mes de enero del periodo de campaña electoral para la alcaldía de Quito del 2014.

Este trabajo está articulado a una investigación general titulada “¿Cómo funcionaron los discursos electorales en Quito en el 2014: una mirada desde la teoría del discurso social” que forma parte de la V Convocatoria Proyectos Semilleros de Investigación de la Universidad Casa Grande.

2. Planteamiento del problema y Justificación

Por medio del análisis del discurso podremos describir las formas complejas que definen el funcionamiento de un sistema de relaciones sociales, en un contexto en particular. (Sigal y Veron, 2003, p.16). Utilizando la premisa de Eliseo Verón, quien establece que los actores son un pasaje de sentido, lo que se plantea es encontrar lo que realmente está presente dentro de la red discursiva de las elecciones a la alcaldía de Quito, utilizando como corpus los discursos de dos candidatos. Dentro de este entramado, el interés es describir cómo se da sentido a la identidad quiteña, esta se

convierte en el objeto de estudio. Esta identidad está reflejada dentro de las marcas y huellas que se forman en discursos. También al tomar la premisa de que los discursos son infinitos, buscamos las condiciones sociales de producción que nos van llevando a descubrir las marcas presentes en las entrevistas. Se escogió la Teoría Social del Discurso, ya que así podremos analizar las construcciones de la identidad quiteña que se encuentran en el entramado discursivo de la campaña electoral por la alcaldía.

Se seleccionó a estos dos candidatos por los resultados significativos que obtuvieron en las elecciones para la alcaldía de Quito del 2014 en relación a los demás postulantes, Mauricio Rodas obtuvo la alcaldía de Quito con un total de 58,75% de los votos, mientras que Augusto Barrera obtuvo 37,62% (CNE, 2014). Se escogió esta aproximación para la investigación porque son escasos los estudios de análisis de discurso con la teoría del discurso social en Ecuador. Esta aproximación es aún más escasa con líderes locales, existen unos pocos que tratan de líderes a nivel nacional.

3. Antecedentes

Desde el 2007 Quito ya no es solo la capital política del Ecuador, sino que ha pasado a ser la capital económica. En el artículo publicado por el diario El Universo de Walter Spurrier (2013), se menciona que Quito representa el 22.5% de la economía nacional, debido a las políticas públicas que se han dado durante el último gobierno, que han favorecido el sector estatal de la economía (Spurrier, 2013).

La economía quiteña no solo se ve afectada por las políticas públicas, sino también por el turismo. En el año 2013 Quito recibió 545,000 turistas, lo cual la convierte en el principal destino turístico del Ecuador (Quito Turismo, 2013). Solo en el primer trimestre del mismo año hubo un incremento del 19% de turistas en Quito. Para apoyar el incremento de turistas la ciudad aumentó la capacidad hotelera con más plazas, y logró una tasa de ocupación del 59%, siendo la más alta en la historia. Estas

mejoras también se dieron en el área de eventos, convirtiéndose en un atractivo para congresos y convenciones (Andes, 2013). Estos cambios le dan a Quito el premio más importante del turismo a nivel mundial. En el año 2013 gana el “World Travel Award” de “Destinos que lideran Sudamérica” por primera vez. Ese galardón no solo le da a Quito una placa de reconocimiento, sino que promociona la ciudad en diferentes medios de comunicación en todo el mundo como destino turístico (Ministerio de Turismo, 2013).

Quito tiene muchos aspectos positivos pero también tiene grandes problemas, entre los cuales está el caos vehicular. En el año 2010, en el cual se encontraba vigente la alcaldía de Augusto Barrera, se introdujo el sistema “Pico y Placa” lo cual logra disminuir un 20% la circulación vehicular. Por adoptar medidas alternativas se han incrementado un trescientos por ciento la movilización en bicicleta. Es por esto que se decidió crear ciclovías, lo cual tuvo un gran número de críticas por parte de los ciudadanos ya que se redujo las vías para autos (Andes, 2013). En una carta al editorial del diario El Comercio un ciudadano escribe:

Si observamos en la av. 10 de Agosto de sur a norte en las horas de más congestión vemos pasar como bólidos, camiones de reparto, que con sus anchas carrocerías y otros complementos como fierros que ponen a los costados nos obligan a ponernos al lado para no ser estropeados (El Comercio, 2013).

El caos vehicular de la ciudad de Quito no es solo cuestión de infraestructura, sino también de regulaciones, que en este ejemplo es el impedimento de la circulación de camiones en los horarios más traficados.

En noviembre del 2013 se realizó el traspaso de policías a Los Agentes Metropolitanos de Tránsito, lo cual ocasionó un mayor caos vehicular. La policía que antiguamente controlaba el tránsito de la ciudad había tomado ciertas medidas para mejorar la fluidez vehicular, lo cual no se continuó en el traspaso (El Telégrafo, 2013).

Todo lo anterior es de relevancia ya que el caos vehicular es un tema que se encuentra con frecuencia en las entrevistas de televisión realizadas por los candidatos para la elección de alcalde de Quito del 2014.

Otro problema existente en la ciudad de Quito en el 2013 es la elevada tasa impositiva que hay en comparación con otras ciudades del Ecuador. Un ejemplo de esto lo podemos obtener del impuesto a la patente, como menciona Mauricio Rodas en una entrevista realizada el 8 de enero del 2016 en Ecuavisa, “en el caso de personas o negocios con patrimonio de 40 mil dólares, en Quito se paga una patente de \$520, mientras que en Guayaquil \$88 y en Cuenca \$117”.

Una ciudad no solo se puede describir por su economía, leyes, infraestructura o historia, sino también por las personas que lo gobiernan o la quieren gobernar. En las elecciones para alcalde de la ciudad de Quito del 2014, como ya se hizo mención, se presentaron el actual alcalde Mauricio Rodas y su antecesor Augusto Barrera. Barrera, del partido Alianza País, fue alcalde de Quito en el período del 2009 al 2014. Barrera sostenía que su alcaldía se enfocaba en construir “una ciudad inclusiva, de derecho, donde los habitantes participen del usufructo de bienes públicos” (El Universo, 2013). En la Sesión Solemne del Concejo Metropolitano diciembre del 2013, el antiguo alcalde de Quito mencionó la importancia de la continuidad de los procesos, de que los ciudadanos quiteños eran responsables del seguimiento del proceso de transformación de Quito. También resaltó que a través del trabajo honrado y dándole voz al pueblo quiteño, se estaba en camino de convertirse en la mejor ciudad del mundo. Durante su alcaldía se realizaron una serie de obras como: estructuración de los sistemas de movilidad que atiendan a los sectores populares; se empieza la construcción de un nuevo modelo de movilidad, basado en las personas y no en los autos; se promueve la

movilidad alternativa por medio de la creación del sistema de bicicleta pública más grande de América Latina (Prensa, 2013).

Por otro lado estaba su opositor, el actual alcalde de Quito, Mauricio Rodas. Rodas trabajó varios años dando consultorías de gobernabilidad en países de América, por lo que no tuvo una larga trayectoria en la función pública previo a su candidatura, y fue candidato a la presidencia de la república en el 2013. Según la entrevista realizada a Mauricio Rodas en el diario El Universo,

Por la experiencia que tuve en el extranjero asesorando a otros gobiernos, me di cuenta de que si bien esos países tienen ventajas, el nuestro también las tiene. Se requiere una visión fresca, que deje atrás viejos conceptos ideológicos que no propician la generación de acuerdos o consensos que nos permitan progresar (El Universo, 2013).

Por lo tanto planeta una candidatura vanguardista, que ayude a Quito a mejorar así como lo han hecho muchas ciudades de América Latina. También agregó a su entrevista que su campaña tuvo tres ejes principales que fueron: Empleo Joven, Ecuador Seguro y Ecuador Agrícola y Riego para Todos (El Universo, 2013).

4. Revisión de la literatura

4.1. Marco Teórico

4.1.1. Teoría del discurso social

Para la investigación utilizaremos la teoría del discurso social de Verón.

Empezaremos por aclarar qué es el discurso para Verón. Él define el discurso como toda materia sensible investida de sentido, y señala que para todo análisis partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (texto lingüístico, imagen, sistema de acción cuyo soporte es el cuerpo, etcétera) que son fragmentos de la semiosis (Lobo, 2014).

La semiosis es el todo, por lo tanto podemos decir que el discurso es infinito. Verón plantea la red de semiosis, que es el modelo ternario de la significación y la producción social del sentido. En esto consiste su planteamiento de que un discurso “nunca es el reflejo de una realidad exterior que opera en términos de un determinismo mecanicista” (Lobo, 2014), lo que hay es relaciones entre los discursos y sus condiciones de producción. La semiosis social es el objeto de estudio de la teoría del discurso social, y se la entiende como la dimensión significante de los fenómenos sociales y se puede reflejar en los discursos.

Esta teoría está fundamentada en tres premisas, la primera es que el sujeto es un pasaje de sentido. Esto quiere decir que la teoría da un giro hacia el observador, y el sentido es un vínculo entre la producción y recepción entre los intercambios discursivos (Sigal y Verón, 2003, p.17). Luego está la premisa de que el discurso tiene un carácter no lineal, esto quiere decir que un discurso nunca produce un solo efecto en un contexto determinado. Este discurso producirá un efecto diferente en cada receptor. La última premisa es el carácter no comunicacional que tiene el discurso. Esto quiere decir que no se puede determinar el principio o el fin del discurso (Sigal y Verón, 2003, p.19).

Es por tanto que la teoría del discurso social de Verón se enfoca en la “dimensión ideológica” o dimensión de la enunciación de todo discurso. Todo enunciado se encuentra relacionado con los “dispositivos de enunciación”. Esto es la relación que existe entre lo que se enuncia y su enunciación, que es donde se establece la relación del discurso del “sujeto de enunciación”. La relación no es con lo que dice, sino en su relación particular con aquello que dice (Fair, 2008). Para la investigación es importante el contexto en el cual se desarrollan las entrevistas de los candidatos. Esto corresponde a la primera parte de la investigación donde se analiza cómo se construye aislados y cómo construyen a su destinatario. Es por eso que al analizar la dimensión

ideológica se requiere el análisis entre el sujeto de enunciación y sus condiciones sociales de enunciación. En este análisis Verón se centra en las “ condiciones discursivas que posibilitan el surgimiento de todo discurso” (Fair, 2008).

Para entender la teoría de Verón hay que tener claro lo qué es la enunciación. Para él, la enunciación es, cómo esta en el escrito de Fair (Greimas, A.y Courtés, J., 1990: 79; Maingueneau, D., 2008) “la instancia de la instauración del sujeto de la enunciación que abarca dos posiciones actanciales: la del enunciador y la del enunciatario.

Estas condiciones de las que Verón habla en sus ensayos de las teorías del discurso tienen dos momentos: las condiciones de producción y las condiciones de reconocimiento. Las condiciones de reconocimiento son las determinaciones que definen las restricciones de la recepción de un discurso. Mientras que las condiciones de producción, que son las que utilizaremos en este discurso, son las condiciones productivas de los discurso sociales, el cual puede ser con la generación de un discurso o un tipo de discurso. En el caso de las condiciones de producción, es importante la relación con el discurso en términos de las reglas de generación y las reglas de lectura de la gramática de producción (Verón, 1993, p.128). Es por esto que se busca la relación del discurso y sus condiciones sociales.

Para Verón cada discurso puede tener un efecto diferente en cada destinatario y en cada analista, ya que una enunciación está abierta a múltiples interpretaciones. Es por esto que él analiza las estrategias que existen detrás del sujeto de enunciación que surgen a partir del discurso planteado (Fair, 2008). Para realizar un análisis más completo, Verón plantea tres tipos de destinatario para cada sujeto de enunciación: los adherentes o “prodestinatarios”, los indecisos o “paradestinatarios” y los adversarios o “contradestinatarios” (Fair, 2008). En este trabajo se ve reflejado al prodestinatario

cuando el candidato se comunica hacia un ciudadano que está a su favor, al paradesinatario cuando es un ciudadano indeciso y al contradestinario cuando es un ciudadano que está a favor de su oponente. A partir de esta relación el análisis ideológico de Verón consiste en el análisis de cómo se encuentra el sujeto de enunciación en relación a cada destinatarios. Por lo tanto, como lo vemos en el trabajo de

Fair (Verón, E., 1987a, 1987b, 1995, 2008) “se trata de examinar al menos dos discursos para dar cuenta de sus aspectos inmodificables, los que son modificados y las estrategias que explican esas transformaciones históricas. Para ello, se analiza desde dónde se sitúa y cómo legitima el enunciador lo que expresa frente a sus seguidores, con especial énfasis en los “colectivos de identificación” que utiliza, cómo persuade a los indecisos que se encuentran por “afuera” de su propia creencia y, al mismo tiempo, cómo deslegitima el discurso de sus adversarios político–discursivos”.

En el análisis de Verón están las condiciones sociales de producción que es “dar cuenta del sistema productivo como condición de engendramiento del sentido ya sea en producción o en reconocimiento” (Lobo, 2014). Es aquí donde aparece la relación entre un corpus y los mecanismos de base del funcionamiento de lo social. En este trabajo, el corpus son los fragmentos de los discursos que se pretenden analizar. En este proceso entre las dos instancias se encuentra el punto de partida de un producto que puede llevar a otro. Y es ahí donde se encuentra el cambio de marca a huella.

Las reglas de gramática que se tiene en cuenta en el momento de producción están compuestas por operaciones. Estas operaciones están creadas en base a marcas existentes o reconstruidas en otros discursos. Es decir que “se puede hablar de marcas cuando se trata de propiedades significantes cuya relación sea con las condiciones de producción y no está especificada” (Verón, 1993, p.130). Cuando con esta relación se

identifican las marcas, las mismas se convierten en huellas, que son parte de un conjunto de condiciones.

4.1.2. Identidad y quiteñidad

En el trabajo se identifican las marcas en los discursos de Mauricio Rodas y Augusto Barrera con relación a la identidad quiteña. Los sujetos de enunciación nos hablan desde un espacio y tiempo determinado, desde una historia y una cultura específica, lo cual refleja un parte de la identidad que tienen y la cultura a la que pertenecen y que van a querer ver representada en la red discursiva. Es por eso que es de gran importancia identificar qué es identidad, cómo está compuesta y cómo se manifiesta en los quiteños. Para Stuart Hall, la identidad es un proceso que nunca está completo, el cual está en constante cambio y evolución. La identidad para él está construida dentro de las representaciones sociales y no es un hecho transparente como se podría pensar (Hall, s.f).

Por otro lado, más autores coinciden en la complejidad de la identidad y señalan en su trabajo "Beyond the Essential Contestation: Construction and Deconstruction of Regional Identity" que la identidad tiene tres perspectivas. La primera es la identidad esencial que señala que la identidad no puede ser comprendida en su totalidad si es que se la separa de su contexto (Van 'T Klooster, Van Asselt y Koenis , 2002). La base de esta teoría es Hegel, quien argumenta que la identidad cambia cuando se encuentra con la oposición, pero que las propiedades fundamentales auténticas permanecen inalteradas (1998). Es por eso que se considera a la identidad como una serie de propiedades que conforman la esencia de las cosas. La segunda perspectiva es identidad impuesta, la cual se centra en que la identidad es definida por las funciones del poder de la estructura social, en donde se crean fuerzas disciplinarias de la relación que hay en la estructura social. Estas fuerzas son impuestas por medio de los colegios, prisiones, hospitales y

cualquier otro sistema de autoridad legítimo (Van 'T Klooster et al., 2002). La tercera y última perspectiva de la identidad de Van 'T Klooster et al. (2002) es la identidad imaginada en la cual la sociedad cumple un rol más activo. Aquí el autor menciona que los individuos toman posturas frente a ciertas percepciones, moral y valores. "Los individuos construyen la estructura social que crea una división ideológica entre el "yo" y el "otro" (Van 'T Klooster et al., 2002). Yo es el grupo dominante y el otro es la comunidad.

Por otro lado tenemos a Manuel Castells (1998), no sólo menciona tres formas de la construcción de la identidad sino que también de orígenes de las mismas: identidad legitimadora, identidad de resistencia e identidad proyecto. La identidad limitadoras es la que ejercen las clases dominantes. Es así que las clases altas o dominantes la introducen para tener mayor control sobre las clases no dominantes. Luego está la identidad de resistencia, la cual está generada por las clase oprimidas o los actores en condiciones devaluadas. Esta identidad fue creada para enfrentar a las identidades dominantes es así que "ante lo cual construyen trincheras de resistencia y supervivencia basadas en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad" (Silva, 2013). Finalmente está la identidad proyecto en la cual las personas construyen una nueva identidad a partir de lo que tienen a su disposición. Es decir a partir de la identidad y material compartido los actores sociales crean una nueva identidad. Esta creación de identidad da una nueva posición dentro de la sociedad (Silva, 2013, p.25).

Como el término identidad no es algo estático y simple, con el pasar de los años la definición exacta de identidad cultural se ha visto afectada. Es por eso que Hall (s.f) plantea en su trabajo dos posiciones frente a la identidad cultural. La primera posición define a la identidad cultural como "una cultura compartida, una especie de

colectividad, un verdadero ser, escondido entre todos los otros, más superficial o artificialmente impuestos, en la que las personas con una historia y ancestros compartidos tiene en común” (Hall, s.f). La identidad cultural de las personas refleja la experiencias históricas y los códigos culturales compartidos que tiene una comunidad, que los hace como una persona, con únicos, incambiables y continuos marcos de referencia y significado, más allá de la historia actual.

La segunda posición de identidad cultural plantea que como hay muchos puntos en común entre las personas, también hay diferencias muy importantes que constituyen lo que verdaderamente son las personas, o en lo que las personas se convierten. En esta forma se trata de lo que las personas se convierten y en lo que también son. No se basa en encontrar la identidad solamente de una cultura en el pasado, porque no es algo ya existente que puede trascender en tiempo y lugar. Es por eso que la identidad está en las diferentes etiquetas que le dan a la posición en la que están los individuos y la que cada uno se pone a sí mismo.

Como varios autores lo mencionan, la identidad está en constante evolución, estando la identidad quiteña también en evolución. En las ciudades de Quito y Guayaquil, a partir de los años 30 y 40 del siglo pasado, se realiza un cambio en la forma de pensar dado por la creación de un sector marginal urbano, la formación de la clase obrera y la emigración a la ciudad por parte de los agrícolas. Según Jorge Icaza en su libro “El Chulla Romero y Las Flores”, la identidad del quiteño está influenciada por la estructura social. Esta estructura tiene como fundamento la injusticia y opresión. Como muchas otras ciudades, Quito se ve influenciada por la migración, el trabajo, los cambios económicos, socioculturales y de modernización. Con el pasar del tiempo la identidad quiteña toma forma por considerar a Quito como una ciudad privilegiada, con grandes cambios de modernización en sociedad, en educación y en comunicaciones. Se

ha dado espacio para que la quiteñidad se vaya formando de acuerdo a diferentes manifestaciones, ideas y conocimientos según sus procesos culturales (Camacho, 2009).

La formación de la identidad quiteña dada por la representación del quiteño desde los años 30 permite señalar destrezas y conocimientos que ayudan a la formación de nuevas características para un nuevo sistema social y nuevas características de modernización (Camacho, 2009). La identidad quiteña es como dice Anderson, la propia narrativa de las personas de su comunidad, que les permite dar y otorgan significado a las incertidumbres de un mundo cambiante (Van 'T Klooster et al., 2002).

4.2. Estado del Arte

La producción en relación al análisis de discurso, es escasa. Los artículos que se mencionarán a continuación son la aproximación más cercana que hay hacia el tema en el Ecuador desde la teoría del discurso social. El primer trabajo fue realizado por Franklin Ramírez Gallegos y Valeria Coronel (2014), llamado “La política de la buena onda”. Este artículo habla de las decisiones que hubieron detrás de la victoria de Mauricio Rodas de la alcaldía de Quito en el 2014. Principalmente podemos destacar la importancia de la fuerte influencia de las estrategias de marketing de Jaime Durán Barba, quien entre otros trabajos fue el asesor de Mauricio Macri, actual presidente de Argentina. Entre las estrategias de Rodas estuvieron, junto a otras, las siguientes: ofrecer una alcaldía joven, propuestas distintas a las políticas arcaicas, y unificaciones con la derecha. Formó alianzas con Guillermo Lasso, candidato para la presidencia en el 2013, mediante las que sus partidos no competirían por las mismas posiciones en la ciudad de Guayaquil y Quito. Finalmente Rodas comprendió lo que el pueblo quiteño y sobre todo la juventud quiteña buscaba en un líder (Ramírez y Coronel, 2014).

Sin embargo la temática de análisis de discursos políticos si es más amplio en América Latina. Un ejemplo es un estudio realizado en Colombia titulado; Construcción

del discurso deslegitimador del adversario: gobierno y paramilitarismo en Colombia (2008). Este estudio que analiza los discursos creados por dos partes del conflicto armado de Colombia. Estas dos partes son los Autodefensas Unidas de Colombia o paramilitares y el gobierno. Este estudio busca identificar las similitudes y diferencias en el discurso de los dos actores (Borja-Orozco, Barreto, Sabucedo y López-López, 2008). Como resultados de esta investigación se encontró que

la deslegitimación del oponente se lleva a cabo a través de la difusión de varias categorías lingüísticas: proscripción, acciones proscritas, caracterización negativa de las acciones, uso de rótulos políticos, caracterización de rasgos, armas del adversario y deshumanización, donde la preferencia por una u otra categoría depende de la naturaleza ideológica del actor del conflicto que construye el discurso (Borja-Orozco et al., 2008).

Es importante mencionar que la presente investigación está articulada hacia una investigación general, que es la segunda fase del trabajo de investigación del año 2015 titulado, “Representaciones sociales sobre los electores en los discursos de los actores políticos nacionales y locales de Ecuador, en el periodo 2013- 2014”. En el marco de esta investigación general, se realizaron seis proyectos de investigación que exploraban en una parte las representaciones sociales creadas en el discursos de Mauricio Rodas en spots, entrevistas y redes sociales en la campaña a la alcaldía de Quito 2014. Estos trabajos de titulación son parte del escaso repositorio bibliográfico que existe sobre análisis de discurso, y en específico de Mauricio Rodas.

5. Objetivos

5.1 General

Explorar el nivel de funcionamiento desde las variables enunciativas que componen los procesos de intercambio discursivo en las entrevistas en televisión en el mes de

enero de Augusto Barrera y Mauricio Rodas en la contienda electoral para la alcaldía del 2014.

5.2 Específicos

Describir las propiedades que definen los discursos políticos en las entrevistas en televisión mes de enero de la contienda electoral de Augusto Barrera y Mauricio Rodas para la alcaldía de Quito en sus condiciones de producción.

Identificar las marcas de sentido en las operaciones de circulación discursiva en las entrevistas mes de enero de Augusto Barrera y Mauricio Rodas producidas durante las campañas del 2014.

6. Metodología

La metodología que se utiliza en este estudio es de tipo cualitativa y con un nivel descriptivo. Una investigación cualitativa es una actividad que estudia las cosas en su contexto natural, exigiendo al investigador comprender o interpretar los fenómenos de las cosas con relación de los significados que las personas les dan (Denzin y Lincoln, 2012). Por otro lado, el nivel descriptivo busca “especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Universidad de Málaga, s.f). En este nivel de estudio se toma a consideración diversos aspectos de lo que se pretende investigar, cada uno independientemente, para luego proceder a la descripción individual de los mismos.

El método para analizar los discursos presentes en las entrevistas de televisión de Augusto Barrera y Mauricio Rodas durante el mes de enero de la campaña para la alcaldía de Quito del 2014, será la teoría del discurso social de Eliseo Verón. El análisis se realizará en dos fases, primero identificar cómo se construye el enunciador y sus destinatarios; y segundo, identificar los dispositivos de enunciación. El corpus discursivo será tomado de las entrevistas en televisión de los respectivos candidatos.

Para esa investigación se tomará la unidad de análisis del mes de enero del periodo de campaña del 2014. Se selecciono el mes de enero del 2014, ya que este corresponde al ultimo mes de campaña previo a las elecciones. Al se el ultimo mes los candidatos refuerzan sus propuesta de campaña y mensajes que quieren difundir al pueblo quiteño. Esto representa una aporte ya que en la investigación general se la realiza de forma longitudinal, es decir el análisis de las entrevistas a lo largo del periodo de campaña.

Tabla 1

Unidad de análisis y criterios de selección

Medios y Géneros	Entrevistas
Criterios de selección	canal público/ privado
Selección de la muestra	Entrevistas grabadas de los candidatos en el mes de enero del 2014 del periodo de campaña electoral
Textos seleccionados	4 entrevistas

Tabla 2

Muestra

Unidad de Análisis	Candidato	Medio
Entrevistas	Mauricio Rodas	Canal oficial- Ecuador TV
		Canal no oficial- Ecuavisa
	Augusto Barrera	Canal oficial- Ecuador TV
		Canal no oficial- Ecuavisa

La muestra fue tomada de Youtube, de videos de los medios seleccionados que tengan el sello oficial de Escopusa¹. Las entrevistas luego fueron transcrita textualmente (ver anexo 1).

Tabla 3

Categorías de análisis

Categorías de análisis	Definición	Codificación
Modelo de Gestión	Propuestas electorales, obras y acciones realizadas en el pasado desde su partido político. En el caso de Barrera su alcaldía.	MG #AB (código de Augusto Barrera) MG #MR (código de Mauricio Rodas)
Economía	Asuntos relacionados al desarrollo y situación actual de la economía de la ciudad	E #AB (código de Augusto Barrera) E #MR (código de Mauricio Rodas)
Contrario	Partido y candidato oponente en las elecciones	C #AB (código de Augusto Barrera) C #MR (código de Mauricio Rodas)
Sociocultural	Temas relacionados a la cultura y sociedad quiteña	S #AB (código de Augusto Barrera) S #MR (código de Mauricio Rodas)
Progreso	Construcción, mejoras de la ciudad y soluciones para el caos vehicular	P #AB (código de Augusto Barrera) P #MR (código de Mauricio Rodas)

¹ Escopusa: Empresa que recopila noticias generadas en 119 medios de comunicación de 14 ciudades del país, entre los que se encuentran medios de: televisión, radio, periódicos, revistas y páginas web.

En esta tabla se señalan las categorías que son creadas a partir de la lectura de los discursos para así determinar los elementos que los configuran. Es así que estas categorías son párrafos introductorios para presentar una serie de fragmentos del discurso que tiene relación entre sí. Como lo vemos en la tabla cada categoría tiene un código, por lo que cada fragmento lo tendrá pero se diferencian por la numeración.

7. Resultados

7.1. Análisis de enunciador y destinatario

Para Verón cada discurso puede tener un efecto diferente en cada destinatario y en cada analista, ya que una enunciación está abierta a múltiples interpretaciones. Es por esto que él analiza las estrategias que existen detrás del sujeto de enunciación que surgen a partir del discurso planteado (Fair, 2008). Es aquí cuando Verón plantea tres tipos de destinatario para cada sujeto de enunciación: “prodestinatarios” que en este caso son las personas a favor de cada candidato, los “paradestinatarios” que son los indecisos y “contradestinatarios” que son las personas que están en contra de cada partido político respectivamente.

En la entrevista de Mauricio Rodas podemos observar que sus fragmentos de discursos van dirigidos a un destinatario, en primer lugar que combina el “para y pro” y en segundo un “para”. En el caso del “para y pro” esto lo podemos ver reflejado cuando el candidato dice “Nuestra gran batería es el cariño y el entusiasmo de los ciudadanos Eduardo” (S 4MR) y “entre otras acciones para darle a Quito el carácter que realmente amerita que es el de potencia turística mundial” (S 7MR). Esto puede ser debido a que el candidato estaba formando un partido político nuevo, y no solo tiene que ganar nuevos votantes sino continuar fidelizando a los ya existentes. Durante sus entrevistas podemos ver como Mauricio Rodas refuerza el carácter y enfoque de su partido y campaña. Es por esto que el candidato dice “por ellos los quiteños estamos impulsando una nueva

visión, una visión fresca, moderna y de futuro, porque en Quito si podemos vivir mejor” (S 6MR) y

Curiosamente Eduardo, el día sábado en la noche inauguramos en el centro histórico la sede cultural de nuestra candidatura, con lo que reflejamos la importancia que le estamos dando a este tema para darle espacio no solo a los grandes artistas y exhibir arte y cultura en los grandes bulevares, hay que seguir haciéndolo, pero no solo aquello (MG 2MR).

En los fragmentos que analizamos de Mauricio Rodas que tiene un destinatario combinado entre “para y pro” no existe un enunciatario claro. El enunciatario no está claro ya que no existe un patrón exacto entre el “yo”, “ellos”, “nosotros inclusivo o exclusivo”. Esto se debe a que el candidato está formando un partido político nuevo y tiene que llamar la atención de la mayor cantidad de quiteños posibles. Durante estos fragmentos el candidato se dirige en la misma cantidad de veces desde el nosotros ciudadanos, nosotros excluyente y ellos ciudadanos.

El candidato Mauricio Rodas también centra sus fragmentos en el “Para”. Esto se da porque a lo largo de sus entrevistas el candidato se centra en sus propuesta de campaña, que lo ayudan a obtener nuevos votantes. Mauricio Rodas habla de “es una diferencia dramática y si el patrimonio sube la diferencia se hace aún mayor, por lo tanto la ciudad está perdiendo competitividad” (E 1MR), y “ hay múltiples zonas de la ciudad totalmente abandonadas de la gestión municipal, por eso nosotros estamos proponiendo reducir la patente y el impuesto predial hasta en un 30% para beneficiar a las clases populares y a la clase media quiteña” (E 7MR).

En este destinatario si hay una fuerte carga de “ellos” en el enunciatario y sobre todo un ellos excluyente. Mauricio Rodas a los largo de su entrevista forma la identidad quiteña haciendo una separación de clases. Es así que habla de un ellos excluyente al referirse en concreto a ciertos estratos socioeconómicos de Quito. Esto lo podemos

observar cuando el candidato acota “Evidentemente el descuento será mayor para las personas con negocios con menor patrimonio, para beneficiar más a quienes más lo necesitan”(E 3MR) y “barrios altos a los que hoy es tremendamente complicado acceder y a través de los metrocables se va a reducir tremendamente el tiempo de traslado de los ciudadanos que habitan en esas zonas” (P 2MR).

Por último podemos observar que también hay una carga de “contra” en los fragmentos de discursos en la entrevistas de Mauricio Rodas. Este destinatario lo podemos ver de dos formas. La primera es combinado con el “pro y para”, y es aquí cuando el candidato habla hacia todos los quiteños. Esto lo vemos cuando dice “Los quiteños ya no quieren un ciudad insegura en donde la delincuencia nos ha robado nuestra paz y nuestra tranquilidad” (S 5MR) y “Que los quiteños cumplan las normas por amor a la ciudad y no por pánico al señor Barrera” (C 1MR). Aquí podemos ver que el contrario es para referirse a él con relación a los otros.

La segunda forma en la que vemos el “contra” es combinado con el “para”. Esto es una combinación fuerte ya que le está hablando a todo quiteño que no está a su favor. La única vez en la que en candidato se dirige a estos destinatarios es cuando dice “es decir con lo que hoy el municipio de Quito gasta en comunicación y publicidad podremos aliviar de forma importante los bolsillos de la clase popular y la clase media quiteña” (C 3MR). Aquí podemos ver como el candidato se dirige directamente para atacar al otro.

En el caso de Augusto Barrera se dirigen a un enunciador cambiado. En su mayoría los fragmentos de discursos del candidato se dirigen a los tres tipos de destinatario. Esto lo podemos observar cuando el candidato dice “la ciudad es un derecho de todos”(S 9AB) y “la ciudad exporta flores, tiene una gran capacidad industrial, necesitamos profesionales en los temas de logística” (E 10AB). Es por esto

que podemos ver la fuerte inclinación de Barrera por atraer la atención de toda la ciudadanía quiteña. Es decir habla sobre temas generales, y de una manera positiva pero neutral.

Pero los discursos de Barrera no se caracterizan por tener un solo tipo de destinatario. Durante los corpus el candidato cambia constantemente el tipo de destinatario. Es por eso que podemos ver que en ocasiones se dirige también al “Para” mencionando logros que tuvo durante su alcaldía y la importancia de la continuidad de la misma. Y lo podemos ver cuando dice: “ las UPC’s, sería imposible haber hecho la cerca de 60 UPC’s, sino es un trabajo coordinado” (P 6AB) y “ el tiempo en que hemos avanzado en construir el concepto, y en hacer, ha iniciar el trabajo del metro, es récord porque el metro tiene estudios en detalle, financiamiento preciso, 50% de avance en las dos fases” (MG 10AB). Pero en los el fragmentos el destinatario “para” lo volvemos a ver cambiado por un lado con “por” y por otro con “contra”.

En todos los fragmentos de discursos de Augusto Barrera no hay algún enunciatario claro para cada destinatario. Pero lo que sí podemos notar por medio del análisis de los fragmentos, es que el enunciatario es creado como un nosotros excluyente. Estos se da porque Augusto Barrera habla desde la posición de su partido político o de la alcaldía de Quito. Estos ejemplos los podemos ver cuando dice “ahora resulta que el metro es una maravilla, que todo el mundo va hacer el metro, no es así, quiteño y quiteña, la salida única, la opción clara de terminar el metro de Quito es consolidando la continuidad de esta Revolución Ciudadana” (MG 12AB) y

sería una locura para la ciudad que en este proceso, este enorme salto que estamos dando hacia construirnos como una ciudad de derechos, del buen vivir, una ciudad tecnológica, estos proyectos no tengan continuidad (MG 4AB).

Con este análisis podemos observar como los candidatos construyen sus discurso a travez de la posición en la que se encuentran. Por un lado Mauricio Rodas en

su mayoría se dirige al “para y pro” para así llegar a todos lo quiteños que no apoyan al candidato Barrera. Pero a su vez se maneja con un enunciatario variado. Esto se puede dar debido a que es un candidato con un partido nuevo que esta formando sus discursos. Por otro lado tenemos a Augusto Barrea quien en sus discursos habla a los tres tipos de destinatario, ya que se dirige a todo el pueblo quiteño para reforzar su alcaldía y lograr la reelección. Es así que se comunica desde un nosotros excluyente, ya que es desde una posición lejana en partido o alcaldía.

7.2 Análisis del discurso electoral en la construcción de identidad

El objeto de estudio de este trabajo es la identidad, es por esto que hemos separado en categorías los fragmentos de las entrevistas que nos ayudan a la construcción de la misma. A su vez estas categorías se dividen en subcategorías que nos ayudan a comprender mejor la temática en cuestión con relación a identidad. Estas categorías pueden aplicar o no para los dos candidatos.

7.2.1 Modelo de gestión

La primera categoría es modelo de gestión que es donde se mencionan los temas relacionados a propuestas electorales, obras y acciones realizadas en el pasado desde sus partidos políticos, que nos ayudan a la construcción de identidad. En el caso de Barrera su alcaldía. Es aquí que los candidatos construyen su postura frente a la campaña electoral. En esta categoría se analiza que Rodas construye sus fragmentos a partir de cambios que le ofrece al pueblo quiteño, como son la reducción de impuestos e impulsar la cultura. Por lo contrario, el candidato forma sus discursos a partir de los logros que ha tenido, como iniciar la construcción del metro, y el apoyo que le representa alianza país.

Partimos así de la primera subcategoría que es *propuestas* donde se menciona lo que quiere lograr cada candidato si logra ganar las elecciones. Estas propuestas van enfocadas por el lado de Mauricio Rodas, en disminuir la carga impositiva para los

ciudadanos y realizar iniciativas y proyectos para incentivar la cultura en Quito. Varios de estos ejemplos están sustentados en el tema de enfoque que cada candidato le está dando a su campaña y lo que quieren lograr con ella. Los fragmentos son los siguientes:

- “ ... queremos generar un gran alivio para las clases populares y la clase media en Quito, sin que ello genere una mínima afectación al presupuesto municipal” (MG 1MR).
- “Curiosamente Eduardo, el día sábado en la noche inauguramos en el centro histórico la sede cultural de nuestra candidatura, con lo que reflejamos la importancia que le estamos dando a este tema para darle espacio no solo a los grandes artistas y exhibir arte y cultura en los grandes bulevares, hay que seguir haciéndolo, pero no solo aquello” (MG 2MR).

Por el lado de Augusto Barrea, se enfoca en propuesta de campaña generales, como son una ciudad con total cobertura de servicios básicos, y una alcaldía con ideas reales.

- “Eso para Quito me parecería fatal, por eso nosotros le estamos planteando una ciudad con cobertura plena de servicios básicos y ahí si discutimos un modelo de ciudad, para nosotros no puede haber invasiones, no es que la ciudad es el área que concesiones a un privado, no no..” (MG 3AB)
- “Le agradezco su pregunta pero nuestra campaña es de propuestas, de ideas, de planteamientos, para no perder un solo día, en este tipo de políticas que lo que hacen es..” (MG 15AB).
- La pregunta de fondo es ¿usted cree que es justo que no le cobre al que más tiene para no hacer estas obras en barrios populares? (MG 16AB).

Luego tenemos la subcategoría de *continuidad* que solo aplica para Augusto Barrera en la cual el candidato habla de la importancia de que su alcaldía continúe

un periodo más. Podemos ver cómo el candidato sustenta su continuidad con una proyección hacia el futuro de mejoras y cambios. Los ejemplos son los siguientes:

- “Sería una locura para la ciudad que en este proceso, este enorme salto que estamos dando hacia construirnos como una ciudad de derechos, del buen vivir, una ciudad tecnológica, estos proyectos no tengan continuidad” (MG 4AB).

A continuación, se puede observar que Barrear proyecta el futuro con una obra en concreto, como es la construcción del metro de Quito. El cual podemos ver tiene una gran importancia a que es un tema recurrente en estas elecciones.

- “Van a seguir las inauguraciones, las obras, programación, la construcción del metro, todo va a seguir sin ningún tipo de afectación, y yo estoy dedicado como ustedes me han acompañado a trabajar y a dialogar con cada uno de...” (MG 9AB)
- “No vamos a perder un solo día, estamos en la fase final de la licitación de la fase dos, entonces esto es así; yo quiero asegurarle a la ciudadanía en el 2016 Quito tendrá el mejor sistema de transporte público” (MG 11AB).

Luego tenemos la subcategoría de *Alianza País* en la cual el candidato Barrera se apoya en su partido político. Es aquí donde podemos observar la fuerza que tiene el partido político sobre el discurso del candidato y el apoyo que le representa. Los ejemplos son los siguientes:

- “En eso quien pierde sin duda es el pueblo, con el gobierno hemos desarrollado en la identidad conceptual y en la relación institucional que tenemos una cantidad enorme (MG 5AB).
- “Ahora resulta que el metro es una maravilla, que todo el mundo va a hacer el metro, no es así, quiteño y quiteña, la salida única, la opción clara de terminar el

metro de Quito es consolidando la continuidad de esta revolución ciudadana”
(MG 12AB).

Aquí tenemos la subcategoría *logros en alcaldía* en la cual Barrera apela a todas las obras que realizó durante su periodo para conseguir la continuidad. Augusto Barrera se apoya en su discurso en todos los méritos y obras que realizó que hicieron un aporte positivo a la ciudad de Quito.

- “Entonces hemos dado una transformación enorme y esto ha estado acompañado de una excelente gestión de la ciudad” (MG 9AB).

Es así que no solo da a conocer lo que hizo, sino que con pruebas le da a conocer al quiteño que hay más obras de las que no conocían, que son de gran ayuda.

- “Claro, probablemente alguna gente no tiene la menor idea, a esos sitios van 100 mil personas al mes, 100 mil personas al mes, desde apoyo escolar, teatro, música, arte, para los chicos” (MG 15AB).

7.2.2 Economía

Continuamos con la categoría de economía en la cual los candidatos discuten asuntos relacionados al desarrollo y situación actual de la economía de la ciudad. En esta categoría los dos candidatos tienen visiones opuestas. Para Mauricio Rodas el tema impositivo es muy importante ya que lo repite reiteradas veces, mencionando así lo que haría con ellos y los beneficios que traería consigo una reducción. En contraste para Augusto Barrera los elementos de economía que le da importancia es a los atributos que ya tiene la ciudad, como es la exportación de flores.

Esta categoría tiene varias subcategorías. La primera es *impuestos*, ya que es un tema recurrente en las entrevistas de los candidatos. Los dos candidatos discuten sobre la recaudación de impuestos de la ciudad de Quito, dando sus opiniones a favor y en contra respectivamente. Por un lado, Mauricio Rodas defiende la posición de reducir la carga impositiva y así tener general un alivio para la ciudad y tener una ciudad más competitiva. Esto lo podemos evidenciar cuando:

- “Es una diferencia dramática y si el patrimonio sube la diferencia se hace aún mayor, por lo tanto la ciudad está perdiendo competitividad” (E 1MR).
- “Hay múltiples zonas de la ciudad totalmente abandonadas de la gestión municipal, por eso nosotros estamos proponiendo reducir la patente y el impuesto predial hasta en un 30% para beneficiar a las clases populares y a la clase media quiteña” (E 7MR).

En contraposición esta Augusto Barrea quien sostiene una clara postura frente a la recaudación de impuestos en la ciudad de Quito.

- “Esta es una ciudad que tiene una estructura muy clara en el tema impositivo y a la gente no se le debe mentir” (E 9AB).

Luego tenemos la subcategoría de subcategoría de *beneficios* la cual se enfoca en las frutos que traerán las regulaciones económicas que propone Mauricio Rodas. Estos frutos son las consecuencias directas de del cambio en las regulaciones económicas y especialmente al tema impositivo. Los fragmentos son los siguientes:

- “Y esta mínima afectación se verá reflejada a la larga con creces, con más inversión, más emprendimiento, más generación de riqueza y empleo para los quiteños” (E 5MR).

Podemos observar como los tres fragmentos son muy parecido. Aquí podemos

concluir que para Rodas hay varios puntos en el tema impositivo que resultan relevantes. Estos son temas son la competitividad de la ciudad, el alivio de los ciudadanos y la mínima afectación que trae la reducción de impuestos.

- “Con una afectación mínima al presupuesto generamos un gran alivia para las clases populares y la clase media quiteña, eso además contribuirá a aumentar el nivel de competitividad de nuestra ciudad” (E 4MR).
- “Y esta mínima afectación presupuestaria a la larga será compensada con creces, con una ciudad más competitiva, que atraiga más inversión, más emprendimiento, más generación de riqueza y empleo porque eso evidentemente también al final de cuentas le generará mayor recaudación al municipio” (E 8MR).

Finalmente dentro de la categoría economía tenemos un fragmento de Augusto Barrera que pertenece a la subcategoría de *competitividad* en donde resalta una característica de la ciudad.

- “La ciudad exporta flores, tiene una gran capacidad industrial, necesitamos profesionales en los temas de logística” (E 10AB).

7.2.3 Contrario

Luego tenemos la categoría de contrario la cual se enfoca en hablar del partido y candidato oponente en las elecciones. En esta categoría podemos ver como los candidatos abordan al contrario desde lo que los quiteños quieren, desde las propuestas del contrario y candidato oponente. Los fragmentos que apoyan esta categoría con los siguientes:

- “Que los quiteños cumplan las normas por amor a la ciudad y no por pánico al

señor Barrera” (C 1MR).

Podemos analizar que Mauricio Rodas está hablando en nombre de todos lo quiteños exponiendo el enfoque que le da la alcaldía de Augusto Barrera.

- “Los quiteños ya no quieren una alcaldía con un enfoque controlador, sancionador, castigador, que nos atosiga, nos asfixia, con más y más impuestos, con multas exageradas, con trámites con permisos complicados que entorpecen el emprendimiento de actividades productivas que generen riquezas, que generen empleo” (C 2MR).

Luego podemos resaltar que Augusto Barrea le habla directamente a su oponente, haciendo una crítica y desvalorando su carácter de oposición.

- “Nosotros somos autoridad territorial, yo veo que algún pobre hombre que no tiene idea de esta ciudad sigue pensando digamos en que hay que descentralizar equipamiento” (C 5AB).

En el siguiente fragmento le habla al pueblo quiteño, pero atacando al contrario.

- “También quiero decirles que si no tenemos esta decisión clara, la ciudad pasará igual que el país en el pasado, 20 o 30 años discutiendo qué es lo vamos a hacer, porque aquí también hay una doble moral increíble” (C 7AB).

7.2.4 Progreso

Procedemos a una nueva categoría denominada progreso, en la cual se discuten los temas relacionados a construcción, mejoras de la ciudad y soluciones para el caos vehicular. En esta categoría podemos ver que para los dos candidatos una mejora importante para la ciudad es combatir el caos vehicular. Es por esto que plantean varias soluciones, como el metrocable, el metro, el metroferico, etc. Pero también los candidatos tienen diferentes posturas en cuanto a atributos que resaltar para las mejoras

de la ciudad. Rodas menciona el valor del turismo y cuanto aporta a la ciudad, mientras que Barrea se concentra en como Quito se asemeja a las grandes metrópolis como París y New York.

La primera subcategoría es *situación actual*, en la cual se plantea la situación presente en el momento de las elecciones. Aquí podemos ver la importancia que es para el quiteño un cambio en el transporte en la ciudad. Los candidatos mencionan desde su postura como el ciudadano quiere el cambio. Los ejemplos son los siguientes:

- “Los quiteños sufrimos día a día con un caos vehicular terrible, que en los últimos años en lugar de resolverse se ha agravado producto de una deficiente administración municipal” (P 1MR).
- “De verdad estamos muy muy contentos de ver el profundo deseo de cambio de los quiteños, los quiteños ya no quieren seguir viviendo en una ciudad con un transporte público colapsado, con un tráfico infernal, que nos tortura día a día, que nos roba 3,4,5 horas de nuestro día, todos los días” (P 3MR).
- “El metroferico es una excelente iniciativa que se levantó del diálogo que tenemos con universidades” (P 9AB).

Otra subcategoría para la categoría de progreso es *propuesta*. En esta subcategoría se detallan las propuestas de campaña que tienen los candidatos para mejorar el caos vehicular. Esto se debe, como se menciona en los antecedentes, la ciudad de Quito tiene problemas de tránsito que afectan a todos los ciudadanos. Aquí podemos ver las dos posturas de los candidatos frente al tema. Por un lado tenemos a Mauricio Rodas con soluciones de metrocables para los barrios altos y conectar varias zonas de la ciudad.

- “Barrios altos a los que hoy es tremendamente complicado acceder y a través de los metrocables se va a reducir tremendamente el tiempo de traslado de los ciudadanos que habitan en esas zonas” (P 2MR).
- “Y los barrios altos de la ciudad, en el noroccidente, en el centro, en el suroriente, los vamos a conectar a través de metrocables, que son sistemas modernos que funcionan muy bien en ciudades como Medellín” (P 4MR).

Por otro lado, tenemos a Augusto Barrera que propone la continuidad del metro, el metroferico para los valles y la semaforización inteligente para beneficiar al peatón.

- “Absolutamente Estéfani, absolutamente eso yo quiero re- adjudicar y asegurar a la población. El metro de Quito y todo el sistema del metro más el corredor del corredor Labrados Carapungo, más el metroferico hacia el valle, más todos los sistemas troncalizados, no es una cosa que algún improvisado va hacer en uno o dos días” (P 8AB).
- “Un sistema de semaforización inteligente, generando un sistema que la ciudad pueda moverse y por supuesto apostando a la convivencia, al peatón, al cuidado. Antes los semáforos estaban hechos para los vehículos, hoy estamos haciendo semáforos para quien cruza la calle, que tiene tanta importancia, como quien va en vehículo” (P 6AB).

Continuamos con la subcategoría *Quito Metrópolis* en la cual el candidato Barrera hace alusión a que Quito tiene los mismos problemas vehiculares que cualquier ciudad grande del mundo. Augusto Barrera se apoya en el caos vehicular de las grandes ciudades no solo para formar una identidad quiteña como grandes metrópolis del mundo, sino también para reforzar la importancia de las soluciones a largo plazo. Los ejemplos son los siguientes:

- “Quito, pero prácticamente todas las grandes ciudades, las ciudades que crecen, las metrópolis. Quito está acercándose ya a los 2.5 millones de habitantes, tiene evidentemente el desafío de la movilidad” (P 5AB).
- “...la solución de movilidad de una ciudad, de esta, de Nueva York, de Paris, de cualquiera, no es una cosa de improvisados, no es una cosa de improvisados, es una cosa que requiere trabajo, persistencia, trabajo y persistencia” (P 7AB).

Luego continuamos con la subcategoría es *turismo* en la cual se tratan temáticas relacionadas al turismo de Quito. Estas temáticas se dan debido a gran turismo que ha recibido Quito en los últimos años, y que lo podemos comprobar en los antecedentes debido a los galardones que ha adquirido a nivel mundial.

- “Vamos a continuar aquellos y vamos a implementar medidas complementarias que se requieren para convertir a Quito en lo que se merece y todavía no es, una potencia turística a nivel mundial” (P 10MR).
- “Quito recibe al año, recibió el año pasado 600 mil turistas aproximadamente, creemos que puede recibir muchísimo más, y para ellos vamos a aplicar programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas, que se dedican al sector turístico, vamos a mejorar infraestructura y señalización en las zonas turísticas” (P 11MR).

7.2.5 Sociocultural

Una nueva categoría es sociocultural en la cual hay temas relacionados a la cultura y sociedad quiteña. En esta los actores tanto Barrera como Rodas plantean lo que es el quiteño y lo que el quiteño quiere para la ciudad. Los candidatos integran diferentes elementos de la cultura quiteña. Por un lado los candidatos hablan de los

rasgos que crean la cultura quiteña ejemplificados en ciertos atributos como el cariño, y apoyo que sienten del pueblo quiteño. Por el otro lado, Mauricio Rodas menciona atractivos de ciudad, como el turismo. Los enunciados culturales denotan una parte del sentido que estos candidatos dan a la quiteñidad, es decir pensar en un ciudadano quiteño, que es vital, es un derecho, una transformación y está anclado a los ciudadanos.

La primera subcategoría es *delincuencia juvenil y oportunidad*. Cómo podemos ver a lo largo de las entrevistas de los dos candidatos, la delincuencia juvenil es un tema recurrentes que los asocian a la falta de oportunidad laboral que existe en Quito. Los fragmentos de esta subcategoría son los siguientes:

- “Porque la delincuencia es el resultado de la falta de oportunidades, sobre todo para nuestros jóvenes quienes más incurren en la delincuencia” (S 1MR).
- “Y de esa manera no solo vamos a reducir el desempleo juvenil en Quito, que es alto, sino también vamos a combatir las causas de la delincuencia” (S 2MR).

Podemos observar que el turismo es un valor importante para los quiteños ya que lo mencionan en distintos temas, como por ejemplo en la afectación del turismo por la delincuencia de la ciudad.

- “Vamos a mejorar el tema de la inseguridad que es fundamental para el turismo, entre otras acciones para darle a Quito el carácter que realmente amerita que es el de potencia turística mundial” (S 7MR).

La segunda subcategoría es *cultura*. En esta sección es cuando los candidatos plantean su perspectiva como quiteños. Augusto Barrera y Mauricio Rodas plantean al quiteño como luchadores y que saben el cambio que quieren y el camino que desean seguir. Aquí podemos ver que Rodas se centra en la descripción del quiteño, como un

ciudadano que busca un cambio y que está recibiendo el apoyo de ellos.

- “Nuestra gran batería es el cariño y el entusiasmo de los ciudadanos Eduardo...”
(S 4MR)
- “Por ellos los quiteños estamos impulsando una nueva visión, una visión fresca, moderna y de futuro, porque en Quito si podemos vivir mejor” (S 6MR).

Luego tenemos a Augusto Barrea que plantea una ciudad constituida, donde las personas se están desarrollando e indudablemente lo apoyan.

- “La ciudad es un derecho de todos” (S 9AB).
- “En el ámbito cultural hemos vivido una transformación extraordinaria. Para nosotros lo central, lo vital es la gente, a veces pensamos que la ciudad son las cosas, la ciudad es la gente y la gente la capacidad que tengan las personas de desarrollar su proyecto de vida” (S 10 AB).
- “Yo creo que para la gente es muy claro, y esto indudablemente se expresa en el aprecio, el afecto, en el apoyo y se va a expresar el 23 de febrero” (S 12 AB).

8. Discusión de resultados

Para Stuart Hall, la identidad es un proceso que nunca está completo, el cual está en constante cambio y evolución. La identidad para él está construida dentro de las representaciones sociales y no es un hecho transparente como se podría pensar (Hall, s.f). Hall plantea dos posiciones frente a la identidad cultural y en este trabajo vamos a utilizar la segunda posición de identidad cultural que plantea una multiplicidad de puntos en común entre personas, pero a su vez diferencias importantes que constituyen lo que verdaderamente son las personas, o en lo que las personas se convierten. En esta forma se trata de lo que las personas se convierten y en lo que también son. No se base en encontrar la identidad solamente de una cultura en el pasado, porque no es algo ya

existente que puede trascender en tiempo y lugar. Es por eso que la identidad está en las diferentes etiquetas que le dan a la posición en la que están los individuos y la que cada uno se pone a sí mismo.

Es así que Mauricio Rodas durante sus entrevistas realizadas en el periodo de campaña da a conocer lo que para él es la identidad quiteña y las diferentes etiquetas que le da a las personas y a sus roles. En primer lugar el candidato construye la identidad bajo dos parámetros, que son la construcción de identidad de clases sociales y la construcción de identidad transversal.

La construcción de clases sociales son un factor importante de la identidad quiteña. Esto lo podemos observar cuando en la primera parte de una de sus entrevistas el candidato dice “queremos generar un gran alivio para las clases populares y la clase media en Quito” (MG 1 MR) y “por eso nosotros estamos proponiendo reducir la patente y el impuesto predial hasta en un 30% para beneficiar a las clases populares y a la clase media quiteña” (E 7MR). Es aquí cuando podemos encontrar una marca que viene del pasado porque según Jorge Icaza en su libro “El Chulla Romero y Flores”, dice que la identidad del quiteño está influenciada por la estructura social (Camacho, 2009). Como se mencionó en el marco teórico una marca para Eliseo Verón consiste; “se puede hablar de marcas cuando se trata de propiedades significantes cuya relación sea con las condiciones de producción y no está especificada” (Verón, 1993, p.130). Las marca de las clases sociales da un significado a la identidad en la red discursiva de la elección analizada, esta se pueden relacionar con hechos históricos como la estructura social quiteña a lo largo de los años, con clases marcadas y presentes en la realidad social. A pesar que influye en las gramáticas de producción, aún esta no puede delimitarse a un solo momento o reconocimiento en el intercambio.

Para Mauricio Rodas las clases sociales populares y medias de Quito viven problemas económicos y son agobiadas. Es por eso que sus propuesta de campaña plantean aliviar la carga impositiva para estas personas. Esto lo podemos comprobar cuando dice: “con una afectación mínima al presupuesto generamos un gran alivio para las clases populares y la clase media quiteña” (E 4MR) y “es decir con lo que hoy el municipio de Quito gasta en comunicación y publicidad podremos aliviar de forma importante los bolsillos de la clase popular y la clase media quiteña”(C 3MR). Pero para el quiteño las carencia que pueden tener unas clases no es algo nuevo, la marca identificada anteriormente tiene diferentes aristas. No es solo la idea de una estructura de clases marcada, se suma a las gramáticas de producción lo qué es ser de determinada clase social, que se liga con la idea de carencia. Al realizar la construcción de identidad, los actores políticos refuerzan la jerarquía social afianzada con la historia, para relacionarla con un sentimiento de injusticia y opresión convertido en su discurso en alivio. Esto lo podemos comprobar por qué Jorge Icaza en el mismo libro comenta que esta estructura social de Quito tiene como fundamento la injusticia y opresión (Camacho, 2009).

Mauricio Rodas también construye la identidad quiteña a través de una generalización transversal. Podemos decir que el candidato describe a Quito como una ciudad que da más de lo que recibe. Esto lo vemos cuando Rodas dice: “que los quiteños hoy damos más de lo que recibimos del municipio y es necesario una reducción a los impuestos” (E 2MR), “pero en Quito no ocurre así, en Quito se ha convertido en otra forma de sacarle más y más dinero a los ciudadanos” (E 6MR), y “los quiteños sufrimos día a día con un caos vehicular terrible, que en los últimos años en lugar de resolverse se ha agravado producto de una deficiente administración municipal (P 1MR).

Esta construcción transversal del quiteño Mauricio Rodas también interpreta a su pueblo como una ciudad que pide cambio. Esto lo podemos ver cuando dice, “los quiteños ya no quieren una alcaldía con un enfoque controlador, sancionador, castigador, que nos atosiga, nos asfixia, con más y más impuestos, con multas exageradas, con trámites...” (C 2MR), “de verdad estamos muy muy contentos de ver el profundo deseo de cambio de los quiteños, los quiteños ya no quieren seguir viviendo en una ciudad con un transporte público colapsado...” (P 3MR) y “por ellos los quiteños estamos impulsando una nueva visión, una visión fresca, moderna y de futuro, porque en Quito si podemos vivir mejor”(S 6MR).

Otra característica transversal de la identidad quiteña es las cosas positivas que les trae la ciudad, desde su bellezas naturales e historia arquitectónica. Esto valores le dan a Quito una sensación de grandeza. Esto no solo lo podemos obtener de los discursos cuando dice “entre otras acciones para darle a Quito el carácter que realmente amerita que es el de potencia turística mundial” (S 7MR) y “Vamos a continuar aquellos y vamos a implementar medidas complementarias que se requieren para convertir a Quito en lo que se merece y todavía no es, una potencia turística a nivel mundial” (P 10MR), sino que también hay datos y estadísticas que lo respalda, por lo que encontramos aquí otra marca que se remonta a su situación actual, que responde al contexto próximo de las elecciones. En el año 2013 Quito ganó el “World Travel Award” de “Destinos que lideran Sudamérica” por primera vez (Ministerio de Turismo, 2013). Y en el mismo año Quito recibió 545,000 turistas, lo cual la convierte en el principal destino turístico del Ecuador (Quito Turismo, 2013).

Por otro lado, para Augusto Barrera analizamos el intercambio discursivo del candidato que también crea una identidad basada clases sociales e identidad transversal. Si empezamos analizando la construcción de clases sociales Augusto barrera en sus

fragmentos hace una separación más grande de clases sociales. En estas podemos ver que existen las clases populares, las clases medias y los invasores. Esto lo podemos observar en los siguientes corpus; “En eso quien pierde sin duda es el pueblo, con el gobierno hemos desarrollado en la identidad conceptual y en la relación institucional que tenemos una cantidad enorme” (P 5AB), “La pregunta de fondo es ¿usted cree que es justo que no le cobre al que más tiene para no hacer estas obras en barrios populares?” (P 16AB), “para nosotros no puede haber invasiones, no es que la ciudad es el área que concesiones a un privado, no no..” (P 3AB). Al igual que en el discurso de Mauricio Rodas, aquí encontramos una marca hacia el pasado, ya que en el libro “El Chulla Romero y las flores”, el autor Jorge Icaza escribe que la identidad del quiteño está influenciada por la estructura social (Camacho, 2009).

Luego pasamos a la construcción transversal de la identidad quiteña. Esta es una construcción colectiva del quiteño. En esta construcción del quiteño Augusto Barrera toma refuerza la relación entre la alcaldía y el pueblo quiteño. Es así que marca la pauta de un quiteño que puede tener un diálogo con su alcaldía. Esto lo podemos ver cuando dice, “y yo estoy dedicado como ustedes me han acompañado a trabajar y a dialogar con cada uno de...” (MG 9AB), “el metroferico es una excelente iniciativa que se levantó del diálogo que tenemos con universidades” (P 9AB), y “yo creo que para la gente es muy claro, y esto indudablemente se expresa en el aprecio, el afecto, en el apoyo y se va a expresar el 23 de febrero” (S 12AB).

Barrera construye un factor muy importante de la identidad de Quito como potencia económica del Ecuador. Esto es una marca resalta uno de los grandes atributos de la ciudad cuando dice “ La ciudad exporta flores, tiene una gran capacidad industrial, necesitamos profesionales en los temas de logística (E 10AB)”. Esto también lo encontramos en el artículo escrito por Walter Spurrier (2013) en el cual da a conocer a

Quito como potencia económica del Ecuador con un 22,5% de la economía nacional (Spurrier, 2013).

La construcción de identidad transversal de Augusto Barrera se apoya en gran medida en su partido político, es decir en Alianza País. Es aquí cuando encontramos marcas que son más complejas. Podemos observar como el candidato hace referencia al concepto del Buen Vivir, el cual fue difundido por el presidente Rafael Correa a través del nuevo ministerio del buen vivir. Esto lo podemos ver en las entrevistas cuando dice, “sería una locura para la ciudad que en este proceso, este enorme salto que estamos dando hacia construirnos como una ciudad de derechos, del buen vivir, una ciudad tecnológica...”

(MG 4AB). Luego podemos observar como Augusto Barrera va construyendo la identidad del quiteño a través de la identidad ya construida por la revolución ciudadana. Esto es el apoyo que le tiene el pueblo quiteño a Alianza País y al Presidente. Esto lo podemos ver cuando el candidato dice; “Ahora resulta que el metro es una maravilla, que todo el mundo va hacer el metro, no es así, quiteño y quiteña, la salida única, la opción clara de terminar el metro de Quito es consolidando la continuidad de esta revolución ciudadana” (MG 12AB) y “hemos avanzado mucho, solamente a quien lo quiere efectivamente le conviene que la ciudad se convierta en un botín político para enfrentar a Correa, es legítima la lucha política, no es legítimo que se mienta a la gente, y que la ciudad sea el bastión y el botín para poder enfrentar electoralmente” (C 6AB).

Al concluir en este apartado que ambos sujetos políticos crean una identidad basada en clases sociales y transversal se encuentra el sentido de la quiteñidad en este fragmento de la red discursiva que fue la elección a la alcaldía de Quito 2013-2014. El discurso que integra una separación por clase, viene cargado de marcas que responden a la estructura quiteña. No es únicamente la idea que hay sectores pobres, medio y ricos, sino el sentido que se da a cada uno, que fue construido históricamente en el

intercambio discursivo quiteño. Es una parte de la realidad social que crea las representaciones sociales de los ciudadanos quiteños. Como argumenta Hall (s.f) que la identidad son puntos en común y en diferencia, las clases sociales convergen estas dos ideas. Los enunciados de los candidatos hacen hincapié tanto en las similitudes de las clases, por ejemplo que todos quieren un Quito competitivo, pero juega con sus diferencias cuando argumenta que hay sectores más vulnerables.

Nuevamente retomando a Hall (s.f), la identidad no solo se construye en la cultura del pasado, por esto es a su vez transversal. Las etiquetas que dan sentido a la identidad quiteña van de la mano de distintos elementos como la Revolución Ciudadana, pero a su vez de Quito como ciudad, turística, emprendedora, con delincuencia juvenil, con cultura y competitiva. A su vez, estos elementos refuerzan la idea base de la Teoría del Discurso Social, que la realidad social no puede ser sin su contexto. Las ideas hegemónicas ya establecidas en la red discursiva se ven reflejadas en los corpus analizados tanto a manera de soporte como a manera de fractura o transformación en el sentido de las gramáticas de producción.

9. Conclusión

Esta investigación busca entender y describir la producción de sentido realizada sobre la identidad quiteña en el entramado discursivo de las elecciones a la alcaldía de Quito en el 2013-2014. La razón por la que se escogió esta elección es por el quiebre de la hegemonía dominante de Alianza País en la capital del país.

Este trabajo está construido desde la teoría del discurso social de Eliseo Verón. En este análisis, Verón se centra en las “condiciones discursivas que posibilitan el surgimiento de todo discurso” (Fair, 2008). Estas condiciones discursivas pueden estar presentes en otros discursos o pueden ser creadas, y a la vez, son denominadas marcas.

Estas marcas son las que encontramos en el trabajo dentro de la descripción de identidad.

Por lo anteriormente mencionado, en este trabajo, se pretende encontrar la construcción de identidad quiteña en las entrevistas de televisión de los candidatos Mauricio Rodas y Augusto Barrera para las elecciones de la alcaldía de Quito del 2014. Podemos decir que la identidad está construida dentro de las representaciones sociales y no es un hecho transparente como se podría pensar (Hall, s.f). La identidad es cambiante y a lo largo de la historia se va alterando. Es por esto que el significado de identidad cultural también se ve afectado.

Para el análisis se utilizan las entrevistas de televisión de Augusto Barrera y Mauricio Rodas, en el periodo de campaña para las elecciones de alcalde de Quito del 2014. Augusto Barrera fue alcalde de Quito del 2009 al 2014, buscando así la reelección en febrero del 2014. Los discursos se tomaron de las entrevistas de Rodas y Barreras en canales oficiales y no oficiales de televisión. Los canales oficiales son los del sector público y no oficiales pertenecen al sector privado.

Durante las entrevistas de televisión podemos observar que los dos candidatos construyen la identidad cultural desde dos premisas. La primera es la identidad desde la división de clases sociales y la segunda es la identidad transversal. Es decir la identidad construida desde la colectividad del quiteño. Mauricio Rodas separa a las clases sociales en populares y medias, mientras Augusto Barrera lo hace desde clases populares, medias e invasores. Por otro lado al construir la identidad transversal Rodas describe a una sociedad fuerte y con ganas de un cambio. Por su lado Barrea habla de un quiteño que sabe lo que tiene, que no se lo engaña. Además podemos ver en sus discursos la fuerte influencia Alianza País y los discursos detrás de la revolución ciudadana. Él recoge el modelo de la Revolución Ciudadana y lo fragmenta, utilizando las partes que

responden también a los temas electorales y que a su vez construyan identidad. Por ejemplo, el Buen Vivir, esto de por sí denota que el quiteño debería ser una persona que quiere el Buen Vivir. Es así que es un enunciado previamente construido discursivamente reconocido en la red que funciona para crear parte de esta identidad cambiante y evolutiva.

Luego podemos ver como Mauricio Rodas en discursos van dirigidos a un destinatario, en primer lugar que combina el “para y pro” y en segundo un “para”. Podemos observar también que durante sus corpus el candidato se dirige en la misma cantidad de veces desde el nosotros ciudadanos, nosotros excluyente y ellos ciudadanos. Por otro lado Augusto Barrera en la mayoría los fragmentos de discursos se dirigen a los tres tipos de destinatario. Es decir habla sobre temas generales, y de una manera positiva pero neutral. Al igual que Rodas, Barrera cambia constantemente el tipo de destinatario.

10. Recomendaciones

Este estudio tiene como limitaciones la dificultad de encontrar muestras para analizar. El material desarrollado en campañas como entrevistas de televisión no están 100% completo en el internet, o no están posteadas por una fuente confiable. Siendo confiables los canales en redes sociales de los partidos políticos, de los candidatos o de los medios de comunicación. También nos encontramos con el desafío de que la producción de estudios similares en Ecuador es escasa. Por lo que no hay un estudio que aborde a la identidad utilizando a los actores Mauricio Rodas y Augusto Barrea. Esto es una gran limitación ya que con un estudio anterior se podría hacer un contraste de la identidad a lo largo del tiempo.

Si la investigación tuviera un enfoque más amplio pudiera abarcar otros temas de interés. Un ejemplo es la proyección de esta identidad en el discurso de los candidatos de las próximas elecciones a la alcaldía de Quito. Analizando así si el candidato de cada partido político construye la identidad de la misma manera que su antecesor. Otro ejemplo es encontrar ya está identidad dentro de diversos grupos de ciudadanos quiteños.

11. Bibliografía

Andes. (02 de 08 de 2013). Ciudadanía de la capital propone alternativas para contrarrestar el caos vehicular que padece Quito La información y el contenido multimedia,

publicados por la Agencia de Noticias Andes, son de carácter público, libre y gratuito. Pueden ser reproducidos con la obligatoriedad de citar la fuente.

<http://www.andes.info.ec/es/no-pierda-sociedad/ciudadania-capital-propone-alternativas-contrarrestar-caos-vehicular-padece-quito>. *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamerica*.

Andes. (20 de 08 de 2013). En 2013, Quito incrementó el turismo en 19,5% La información y el contenido multimedia, publicados por la Agencia de Noticias Andes, son de

carácter público, libre y gratuito. Pueden ser reproducidos con la obligatoriedad de citar la fuente. <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/2013-quito-incremento-turismo-195.html>. *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamerica* .

Borja-Orozco,H. Barreto, I. Sabucedo, J. y López-López, W(2008). *Construcción del discurso deslegitimador del adversario: gobierno y paramilitarismo en Colombia*.

Universidad Católica de Colombia, Bogotá, Colombia, Universidad de Santiago de Compostela, España,Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Camacho, N. E. (07 de 2009). Una visualización de la construcción del sujeto quiteño.

CNE. (2014). *Elecciones 2014*. Recuperado el 23 de 08 de 2016, de Resultados CNE: <http://resultados.cne.gob.ec/#/search/4/17/60>

Denzin, N., y Lincoln, Y.(2012). *Manual de investigación cualitativa*. Gedisa. España.

El Comercio. (04 de 05 de 2013). Caos Vehicular . *El Comercio* .

El Telégrafo. (11 de 11 de 2013). Problemas de tráfico vehicular en varias zonas de Quito Esta noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/trafico-se-sintio-hoy-en-varias-zonas-de-quito> Si va a hacer uso de la misma, por favor, cite nuestra fuente y coloque un enlace hacia la nota original.
www.eltelegrafo.com.ec. *El Telégrafo* .

Fair, H. (2008). Laclau y Verón: discusiones teóricas y contribuciones para la praxis en dos teorías del discurso. *Unidad de Historiografía e Historia de las Ideas* , 9-24.

Hall, S. Cultural Identity and Diaspora. En S. Hall, *Identity* (págs. 222- 227).

Lobo, C. T. (29 de 08 de 2014). La Construcción discursiva de la identidad puntana en el siglo XXI. Continuidades, rupturas y emergencias en torno a los tópicos que sustentaron el proyecto identitario de finales del siglo XX. *Universidad Nacional de Córdoba* . Córdoba, Argentina.

Ministerio de Turismo. (2013). *Tras recibir el galardón de World Travel Awards, Quito es el destino Líder de Sudamérica 2013*. Recuperado el 18 de 08 de 2016, de Ministerio de turismo: <http://www.turismo.gob.ec/tras-recibir-el-galardon-de-world-travel-awards-quito-es-el-destino-lider-de-sudamerica-2013/>

Prensa. (6 de 12 de 2013). Augusto Barrera: esta administración no se va a detener ni un solo día. *Prensa, Agencia pública de noticias de Quito* .

Quito Turismo. (2013). *La experiencia del destino turística*. Recuperado el 18 de 08 de 2016, de <http://www.quitoturismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/Quito%20en%20Cifras%202012-2013.pdf>

- Ramírez, F. y Coronel V (2014). *La política de de la buena onda*. Revista Nueva Sociedad No,254.
- Ronquillo, G. (04 de 02 de 2013). Mauricio Rodas. *El Universo* .
- Sigal S., y. Verón E. (2013). *Perón o Muerte, Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- Silva, V. (2013). *El conflicto de las identidades, Comunicación e imágenes de la interculturalidad*. Pág, (25-26). Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España.
- Spurrier, W. (11 de 08 de 2013). Las economías de Guayaquil y Quito. *El Universo* .
- Susan A. Van 'T Klooster, M. B. (10 de 04 de 2002). Beyond the Essential Contestation: Construction and Deconstruction of Regional Identity. 109- 121. Carfax Publishing.
- Universidad de Málaga. (2012). *Diseño de la investigación Tipos de Investigación*. Recuperado el 15 de 08 de 2016, de Enciclopedia virtual Universidad de Málaga:
http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/disenos_de_la_investigacion.html
- Verón, E. (1993). *Semiosis social, fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España: Gedisa.