



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

"Mapa de Comunicación del Ecuador"

**Tesis previa a la obtención del
Título de Licenciado en
Comunicación Social**

AUTOR: María Isabel Mora Loor

DIRECTOR DE TESIS: Lic. Diana Rivera

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO – 2011

CERTIFICACIÓN

Licenciada

Diana Rivera

Directora de Tesis

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la señorita María Isabel Mora Loor, sobre el tema: "Mapa de Comunicación del Ecuador", ha sido revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, 22 de julio del 2011

Lic. Diana Rivera

C.I: 1104220908

CESIÓN DE DERECHO

“Yo, María Isabel Mora Loor declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

María Isabel Mora Loor

C.I: 1304325408

AUTORIA

Todos los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones y todos los demás aspectos vertidos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad del autor.

Quito, 22 de julio del 2001

María Isabel Mora Loor

C.I: 1304325408

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que hacen la Universidad Técnica Particular de Loja y a los medios y empresas de comunicación por su colaboración en el levantamiento de datos en la presente investigación.

De igual manera mi reconocimiento y gratitud a mi directora de tesis Lic. Diana Rivera, quien me ayudó en el presente trabajo.

María Isabel Mora Loor

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a Dios quien me dio la fe, fortaleza y salud para terminar este trabajo, a mis papas y a mi abuelita que aunque estén lejos viviendo en otro país siempre han estado conmigo en todo momento, me han apoyado y me han brindado todo su amor.

A mi prometido Robertito, quien me ha brindado su apoyo constante, amor, comprensión y paciente espera para que pudiera terminar la tesis.

¡Gracias a todos, y esto es de ustedes!!

María Isabel Mora Loor

INDICE

1. Introducción.....	7
2. Objetivos.....	8
3. Marco teórico	
3.1. Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador en las últimas dos décadas.....	9
3.2. Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador.....	13
3.3. Mapas de medios en el mundo.....	15
3.4. Mapas de medios en el Ecuador.....	23
4. Investigación de campo	
4.1. Metodología: Levantamiento de datos por medio de la ficha de información.....	24
4.2. Presentación de cuadros estadísticos.....	34
4.3. Presentación de cruce de información.....	42
5. Análisis individual de resultados	
5.1. De los medios y empresas investigadas.....	44
5.2. De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación.....	44
6. Conclusiones.....	45
7. Bibliografía.....	47
8. Anexos.....	49

1. Introducción

Los medios de comunicación es un instrumento mediante el cual se informa y se comunica de una forma masiva; es una herramienta muy importante ya que gracias a ellos la sociedad se puede mantener informada de los acontecimientos que pasen en ella, ya sea en lo social, político y económico a nivel nacional e internacional.

Este proyecto se enfocará principalmente en desarrollar un mapa como herramienta de investigación, con la finalidad de profundizar los datos y la información de los medios y empresas de comunicación que existen en nuestro país.

La iniciativa principal es mapear la ubicación, cobertura y posesión de los medios de comunicación en el Ecuador como la televisión, radio, prensa, productoras audiovisuales, revistas etc., con resultados que nos lleven a la creación de un mapa que ilustre visualmente las conexiones entre los medios de comunicación y la población en general.

Resultaría muy útil saber y entender más quién es quién, las empresas y empresarios que controlan los medios, qué mensajes emiten y el por qué. Además, los mapas permiten ver cómo se va generando la concentración de las empresas.

No contar con un mapa de medios en nuestro país de dichas características priva a instituciones públicas y privadas de una herramienta vital y de suma importancia a la hora de planificar y de relacionarse.

Es lamentable que el Estado no impulse este tipo de estudios y que estas herramientas no estén al alcance de todo el público y de la sociedad misma. Sin claridad en la materia, se seguirán escribiendo y diciendo barbaridades, cayendo en observaciones incorrectas como hablar de monopolios a nivel nacional sin precisar antes territorialidad, áreas o provincias.

2. Objetivos

2.1. Objeto Formal

Levantamiento de información de las empresas y medios de comunicación del Ecuador.

2.2. Objetivo General:

- Establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

2.3. Objetivos Específicos:

- Llevar a cabo el levantamiento de datos en los medios y empresas de comunicación: prensa, revistas, radio, televisión, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y marketing, agencias de RR.PP, medios digitales y productoras cinematográficas; a lo largo y ancho del territorio nacional.
- Realizar el análisis de los resultados encontrados, que permitan obtener una visión más clara sobre la situación actual de los medios de comunicación y las perspectivas de la profesión del comunicador social actualmente y a futuro.
- Fomentar el espíritu investigador del comunicador social y fortalecer sus competencias en el trabajo de campo.

3. Marco Teórico

3.1. Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador en las últimas dos décadas.

Hoy en día los medios de comunicación juegan un papel muy importante en la creación de la opinión pública, debate público y en la generación de fuentes sociales, creando cada vez nuevas tendencias que permiten conocer que tan preparados estamos y que responsabilidad tenemos con los medios de comunicación que facilite la información en la sociedad ecuatoriana.

3.1.1. Prensa

Al hablar de la historia del periodismo ecuatoriano, ésta se remonta al año 1792, cuando bajo la inspiración reformista de Eugenio Espejo circuló el primer ejemplar “**Primicias de la Cultura de Quito**”, en el se hacían importantes reflexiones morales, consejos de salubridad, higiene, y buenas costumbres, dejando entrever en su lectura ideas de justicia y libertad¹.

Entrando en el siglo XX, con la revolución Liberal liderada por Eloy Alfaro, la participación popular se fortaleció lo que hizo que el progreso del país sea palpable para el desarrollo y la cultura por medio del periodismo.

La subida del liberalismo al poder fue procedida por la actitud de varios periódicos que mantuvieron constantes luchas contra la reacción conservadora, uno de estos periódicos fue *El Constitucional* organizado por Dr. José Peralta, otro de los periódicos es *El Tiempo* fundado por Luciano Coral, o *El Telégrafo* en Guayaquil; todos ellos mantuvieron una gran expectativa sobre las ideas liberales que precede a la transformación de 1895².

Nombraremos los periódicos existentes hoy en día en Ecuador que son: Diario *El Extra* (Guayaquil), *Diario Hoy* (Quito), *Diario La Hora* (Guayaquil), *El Comercio* (Quito), *El Expreso* (Guayaquil), *El Financiero* (Quito), *El Mercurio* (Cuenca), *El Mercurio* de Manta (Manta), *El*

¹ Avilés Pino, Efrén (2004) Miembro de la Academia Nacional de Historia del Ecuador. Disponible en: <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1730&Let=>

² Grupo El Comercio (Junio 4, 2006): Descripción Estructurada de la prensa escrita.

Telégrafo (Guayaquil), *El Tiempo* (Cuenca), *El Universo* (Guayaquil), *Extra* (Guayaquil), *Expreso* (Guayaquil), etc. Siendo diario *El Comercio*, fundado por los hermanos Mantilla Jácome en 1906, el grupo mediático más importante de Ecuador el cual tiene una larga y polémica historia en este país, y dentro de sus expectativas está el trabajo con los diferentes medios de comunicación, como radio, prensa y revista.

3.1.2. Radio

En Ecuador como en muchos países, no se disponía de la tecnología avanzada de esa época y lo poco que se sabía era gracias a unos pocos entusiastas de una nueva forma de comunicarse, las noticias técnicas llegaban en revistas o libros que podían leer unos pocos privilegiados.

En el año de 1923, se fundaba Guayaquil Radio Club en una época en que las comunicaciones radiales recién se estaban iniciando en el país. Desde que este medio fue fundado, sus socios se dedicaron a la experimentación y fomento de la radio, siendo algunos de sus socios el núcleo de técnicos que fueron también pioneros de la radiodifusión en el país.

Los radioaficionados, tanto ecuatorianos como de otros países, fueron instrumentos en la apertura de las bandas de alta frecuencia, mejor conocidas como HF, pues a través de la experimentación, diseños y construcción de equipos y antenas fue posible utilizar cada vez frecuencias más altas. Los pioneros de las comunicaciones de VHF y UHF en el Ecuador, y muchos de los sitios donde actualmente están colocadas repetidoras de radiodifusoras y canales de televisión fueron descubiertos por radioaficionados en su búsqueda por encontrar el mejor lugar para ubicar sus repetidores³.

La radio es una afición en el Ecuador y ha jugado un importante papel en las comunicaciones de emergencia, ya que desde el terremoto de 1942, donde se usó por primera vez para informar al exterior y dentro del país lo que había ocurrido, y fue de vital importancia para el flujo de información oficial y personal de los damnificados.

³ Información recuperada en: Diario El Comercio (Junio 4, 2006): Descripción Estructurada de la Radio.

En 1929, el ingeniero Carlos Cordovez Borja, fue el encargado de construir, entre otros valiosos aportes para la radiodifusión mundial los equipos necesarios con los que el 13 de junio de 1929 empieza a funcionar desde una antigua bodega de una fábrica textil la primera emisora ecuatoriana llamada Radio El Prado en la ciudad de Riobamba.

"Las emisiones se producían a través de un transistor de 25W en transformador y 5 vatios en antena que operaba en 60 metros. Las emisiones se realizaban de 21 a 23 horas durante varios días por 5 horas diarias. Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión actual únicamente se establecía una identificación; por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E, por lo que en una primera instancia Radio el Prado utilizó la sigla SE1FG hasta que se le designaron las actuales HC"⁴.

La concesión de la frecuencia se realizó a favor de la Confederación Mundial de Iglesias Evangélicas en el año de 1931 y fue representada por la World Radio Misional Fellow Ship. Un año después HCJB la Voz de los Andes realiza la venta de radio receptores que tenían una característica muy particular, donde únicamente tenían la frecuencia de HCJB pre sintonizada.

Varios años después aparece en la capital de los ecuatorianos Radio Quito radioemisora perteneciente a los propietarios de diario *El Comercio*. En febrero de 1949 se pone al aire la primera versión radiofónica de "La guerra de los mundos" de Orson Wells a través de la señal de Radio Quito, esto provocó el pánico entre los quiteños, quienes una vez anunciado el mensaje que se trataba de una obra de ficción, reaccionaron indignados contra la radioemisora, lo que provocó que la gente se enfureciera y ocasionaran un incendio en las instalaciones de radio Quito y diario *El Comercio*.

El Consejo Nacional de Radio y Televisión (Conartel), empieza a funcionar en el año de 1996 institución encargada mediante disposición contemplada en la Ley de Radiodifusión y Televisión de autorizar las concesiones y regular la operación de las frecuencias de radio y televisión en el Ecuador.

⁴ Bassets, Lluís, (1951) Introducción: Elogio de la radiodifusión. Elementos de la Historia de la radio; pág. 7.

3.1.3. Televisión

En la década de los 50 nace la televisión en el país, siendo los pioneros Michael Rosenbaum y su esposa Linda Zambrano de Rosenbaum, quienes tuvieron la idea de formar la primera empresa televisora y también de tener el primer televisor en el país.

En el año de 1959, gracias al estadounidense Gifford Hartwell llegan los primeros equipos a la ciudad de Quito, y las personas asombrados por la nueva tecnología la televisión pasa a manos de los protestantes quienes llegaron a realizar una feria para que la gente pudiera observar la televisión en blanco y negro. Luego ésta feria llega al puerto de Guayaquil tras un convenio con la Casa de la Cultura y es así como RTS televisión obtiene el permiso de elaborar y operar en el país siendo así la primera empresa comercial de televisión.

Es así que la televisión entra a formar parte de la red de comunicación del país junto con la prensa y la radio comenzando a cubrir todo el territorio nacional, creciendo a pasos agigantados manteniendo siempre la lucidez y la capacidad de ofrecer al público entretenimiento, información con credibilidad, veracidad, y educación.

La industria televisiva privada nace como un modelo anglo, siendo el Estado dueño de las frecuencias y para esto se reservaba el derecho de concederlas, y transmitía programas estatales de educación y salud, y fue en la década de los sesenta que marca en el país un notable desarrollo y nace Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, y Telecentro Canal 10.

Cómo avances importantes en los medios de comunicación también tenemos a la Web ya que nos brinda una educación abierta fomentando la colaboración y agilizando el intercambio de información e ideas.

Medios como radio y prensa conservan sus formas tradicionales de comunicación, que hoy en día están adaptando sus formatos a la dinámica de nuevas plataformas, brindando así la oportunidad de fortalecer y trabajar como mediadores entre la información y la sociedad.

Esto es un empujón para que la comunicación se refuerce mediante la interacción de varios medios para llegar con el mismo mensaje a los miles de ciudadanos, ya no para la pequeña comunidad a la que físicamente llegaba el diario, sino para cubrir el mundo.

Hoy en día existen ocho canales privados que son: Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, Telerama, RTU, Radio y Televisión Unidas, UCSG Televisión, Canela TV y Oromar Televisión. Y cuatro canales operados por el estado: TC Televisión, Gama TV, Canal Uno y Ecuador TV que están disponibles en todo el país, y también existe una amplia gama de canales regionales y locales algunos de carácter estatal y otros privados y comunitarios.

3.2. Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador.

“La nueva Constitución ecuatoriana es posiblemente una de las primeras en consagrar el derecho a la Comunicación. Como parte de los derechos del buen vivir, la Carta Magna indica en la tercera sección que todas las personas tienen derecho a una comunicación libre, al acceso a las tecnologías de la información y comunicación y obliga al Estado a fomentar el acceso universal. También garantiza los tradicionales derechos a la libertad de expresión y de prensa y a recibir y producir información plural y veraz. Pero, sin lugar a dudas, la tarea que se menciona en la disposición transitoria, de aprobar una "Ley de la Comunicación" se torna tan difícil, debido precisamente a que aquí se habla, no solo del derecho a estar bien informado, sino del conocimiento en toda su magnitud actual”⁵.

Actualmente vivimos en una cultura mediática tanto en las relaciones sociales como en las políticas, la comunicación e información han privilegiado a los medios y esto hace que en realidad los problemas que hoy existen en los medios de comunicación respondan fundamentalmente a intereses concretos de cada uno de los sectores tanto en el poder político, social y económico. Pero también existe la preocupación que tres sectores tienen interés en el negocio de los medios de comunicación como el gobierno, el sector privado y, en menor grado la sociedad civil. A pesar de que cada uno de los sectores tiene intereses diferentes, siempre existe una superposición, especialmente entre los medios gubernamentales y del sector privado.

A esto se suma el derecho a la libertad de expresión y al acceso a la información pública que son derechos que el estado está obligado a proteger, ya que sin estos derechos viviríamos en una sociedad donde nadie tuviera respecto y libertad de poder expresarse.

⁵ Klinkicht, S. (2009, 16 de marzo) Ley de Comunicación. Diario Hoy

La propiedad de los medios de comunicación ha experimentado un vuelco radical durante la última década, y la expansión global de las economías neoliberales, los avances tecnológicos y el surgimiento de acuerdos globales y regionales sobre comercio multilateral han llevado a la concentración de la propiedad de los medios de comunicación a lo largo del mundo⁶.

Todos estos medios tienen en común el hecho de depender económicamente del Estado, debido a la estructura de propiedad identificada por el Gobierno en el año 2008, donde pasó a identificarlos como medios públicos, sobre todo las estaciones de televisión incautadas por la AGD como parte de los bienes de los hermanos Isaías Dassum, debido a la deuda que mantenían pendiente con el Estado por la quiebra de Filanbanco en 1999.

En la actualidad existen varios grupos de empresarios que están vinculados con los medios de comunicación, de los cuales se detallan a continuación:

- Grupo Noboa: Acciones en Telecuatro, Ecuagraf (imprentas) y Talleres gráficos (imprentas).
- Grupo Isaías Dassum – Antón- Bucaram: Ecuatronix (instaladoras de emisoras), TC Televisión. Gama TV, Cable Visión, HTV, Diario Expreso, Radio Sonorama, Radio Carrusel, Revista MAS, Revista La Onda, entre otros medios.
- Grupo Egas Grijalva: Dinediciones, Revista Soho, Revista Fucsia, Acciones en Radio Colón, Revista Gente, Teleamazonas etc.
- Grupo Paz Wright: Teléfonos Ericsson, Radio Visión y Cinemark.
- Grupo Mantilla Ortega: Diario El Comercio, Ultimas Noticias, Radio Quito, Revista Carburando, Revista Familia, Radio Platinum (12 frecuencias) etc.
- Grupo Alvarado Roca: Ecuavisa, Sistema Nacional de Canales de TV con 19 frecuencias en todo el país, Revista Vistazo (de mayor circulación del país), Estadio, Hogar, Generación XXI, Univisa, Ecuavisa Internacional.
- Grupo Mantilla Anderson: Diario Hoy, Radio Hoy, Revista Cosas, TV Hoy, Edisátélite en Guayaquil, etc.
- Grupo El Universo (Pérez – Castro): Diario El Universo, Revista Sambo, Diario

⁶ Disponible en: <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista4/cris/propiedad.htm>

Súper, Guías Telefónicas de Guayaquil.

- Grupo Eljuri: TV Telerama con 12 frecuencias de cable (accionista), Satnet, Vanguardia empresa de publicidad⁷.

3.3. Mapas de medios en el mundo.

El tema a tratar es sumamente importante ya que nos permite acercarnos y analizar todas las características particulares de cada uno de los medios que existen en el mundo y así poder determinar cómo se manejan en la realidad.

En el año 2004 la Fundación Canadiense para las Américas, el Centro Carter, y la Universidad de Calgary emprendieron el proyecto Mapeo de los Medios de Comunicación, se trata de una iniciativa que propuso mapear la ubicación, cobertura, y estructura de propiedad de los medios de comunicación latinoamericanos incluyendo televisión, radio, y medios escritos, así como datos claves sobre demografía y resultados electorales⁸.

La razón principal de este proyecto es incluir mapas en 12 países del hemisferio como: Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Perú, República Dominicana, Trinidad Tobago y Uruguay. En la actualidad pocos de estos países tienen información completa sobre este tema, entre ellos:

3.3.1. BRASIL:

Brasil es el país más grande y populoso de América Latina, con su numerosa población da a los medios de comunicación sobre todo en las emisoras de televisión un inigualable potencial del desarrollo y poder político.

La prensa en este país tiene un rol muy importante en la divulgación de denuncias de corrupción sin embargo, se ve opacada por el número de agresiones y muertes de periodistas en Brasil.

⁷ Villarruel, Marco (2008). Observador de Medios de Comunicación en América Latina.

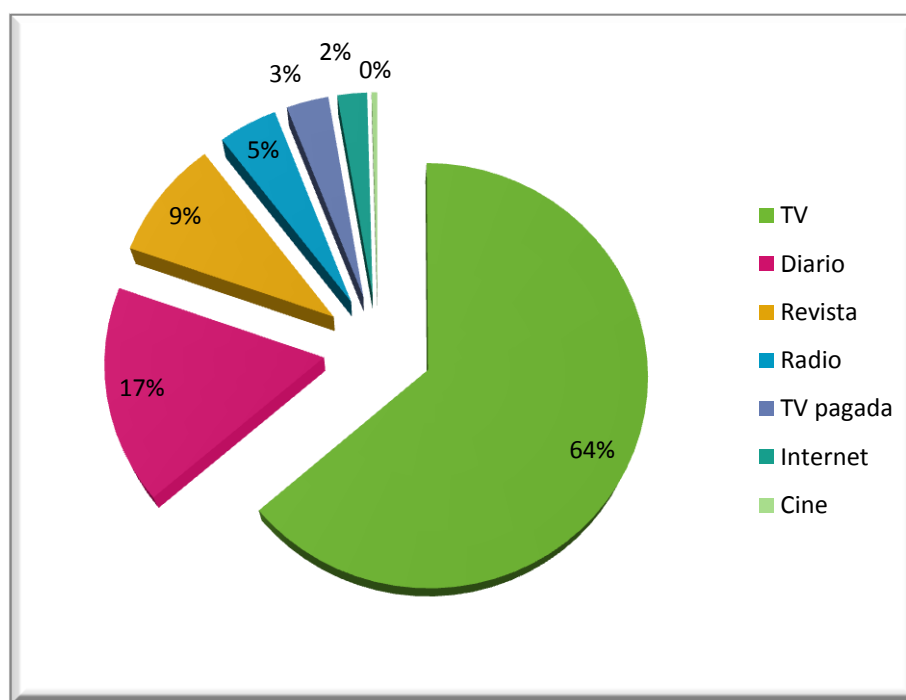
⁸ Disponible en: <http://www.mrtrader.com.ar/?p=1120>,

Según datos de Rogerio Christofoletti⁹, con respecto a la concentración de los medios, siete familias tienen el control del 80% de la información transmitida en el país¹⁰. Además, existe un problema adicional respecto a los servicios de radiodifusión ya que el 31% de las emisoras de radio y televisión toman como socios a familiares como directivos de las cadenas.

En Brasil uno de los grupos más grandes de comunicación es la Red Globo, con inversiones en empresas de radio, diarios, cine, editoras y servicio de internet, bajo su control directo tiene veinte emisoras de televisión con casi cien afiliadas, su programación alcanza prácticamente todo el territorio nacional¹¹.

Gráfico N° 1

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BRASIL



Fuente: Sistema de Controle de Radiodifusao – Anatel Brasil.

⁹ Christofoletti, Rogerio. Doctor de Ciencias de la Comunicación, creador del Programa Midia Monitor, en el estado de Santa Catarina.

¹⁰ <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/coloquio/?Acao=Artigo&Artigo=35>

¹¹ Principales Redes Nacionales de TV abierta Brasil – Agenda Mediática de Brasil.

3.3.2. GUATEMALA:

A pesar que no se tiene información amplia, existe un directorio donde aparecen los medios de todo el mundo, en la imagen podemos observar todos los medios que existen en Guatemala como la radio, prensa, televisión, revistas, agencias de noticias y medios en internet.

Imagen N°1

Directorio de Medios de Comunicación



GUATEMALA

PERIÓDICOS

- [La Hora](#) (Guatemala)
- [Prensa Libre](#) (Guatemala)
- [Siglo Veintiuno](#) (Guatemala)
- [Diario de Centroamérica](#)
- [Gerencia](#) (Guatemala)
- [Guatemala Flash](#) (Guatemala)
- [Siglo News](#) (La Antigua), en inglés
- [Guatemala Weekly](#)

REVISTAS

- [Crónica](#) (Guatemala)
- [The Siglo News](#) (Guatemala)
- [Tiempos del Mundo](#) (Guatemala)

- Fútbol de Guatemala
- Gerencia negocios, finanzas, management
- Gerencia
- Moneda negocios, finanzas
- Revue interés general, en inglés
- Siglo XXI análisis político
- SigloXXI

EMISORAS DE RADIO

- Galaxia FM (Guatemala) **88.5**
- Furia Musical (Guatemala) **91.3 FM**
- Red Deportiva (Guatemala) **93.1**
- Sonora (Guatemala) **96.9**
- Alfa FM (Guatemala) **97.3**
- Kiss FM (Guatemala) **101.3**
- Radio Activa (Guatemala) **101.7 FM**
- Cool FM (Guatemala)
- Radio Campesina (Escuintla) **600**
- Emisoras Unidas (Guatemala)
- Sonora (Guatemala) **1060**
- Radio Oriental (Jalapa) **1040**
- Radio Jutiapa (Jutiapa) **1200**
- Radio Amatique (Puerto Barrios) **900**
- V.Del Trópico (Coate peque) **1340**
- Radio Tecun Uman (Quetzaltenango) **710**
- Radio Tacaná (San Marcos) **840**
- Radio Utatlan (Santa Cruz del Quiche) **960**
- Voz de la Costa Sur (Retalhaleu) **1135**
- Radio Sultana De Oriente (Zacapa) **1550**
- Marimbas de Guatemala

TELEVISIÓN

- R-TV Guatemala
- Televisiete
- Teleonce
- Trecevision
- Cablenet
- Comtech
- Intercentro

AGENCIAS DE NOTICIAS

- Guatemala News Watch (Guatemala), en inglés

MEDIOS EN INTERNET

- Guatemala Flash
- The Guatemalan News noticias on line

Fuente: <http://www.mediosmedios.com.ar/agenda.htm>

3.3.3. CHILE

Actualmente Chile tiene 230 medios de comunicación entre radio, televisión, diarios, revistas y otros medios relacionados con presencia nacional y regional, aquí se encuentran fuertes grupos económicos chilenos y extranjeros, muchos ligados entre sí que atraviesan transversalmente casi todos los soportes comunicativos, dando cuenta de un sector económico altamente concentrado¹².

Otro dato importante que se considera son los que tienen que ver con la posesión de medios y empresas de comunicación. Con relación a la cantidad de medios de comunicación que existe en Chile se encuentran varios grupos importantes que hay en este país como: Edwards, Copesa, Televisa y Cisneros, apareciendo en quinto lugar el grupo que representa

¹² Dermota, Ken. (2002) Chile inédito, El Periodismo bajo Democracia. Santiago. Ediciones B

al Estado con 8 medios de comunicación relacionados a él, siendo los más importantes TVN, Diario La Nación y el Diario Oficial.

Otro de los grupos de empresas más importantes es la empresa UC relacionada con la Pontificia Universidad Católica de Chile, donde aparte de contar con un canal de televisión abierta y de cable, ha entrado con una radio emisora FM y también al sector de las revistas, una en el sector deportivo reforzando al mismo tiempo su área deportiva en televisión. Existen grupos con mayor cantidad de medios y empresas como son el grupo Edwards y Copesa, en el que cada uno tiene promedio de dos medios de comunicación por cada empresa que poseen. Por ejemplo en el caso del grupo Edwards de sus 20 empresas surgen 41 medios de comunicación, y en su mayoría propios, más los diarios asociados a la red de diarios regionales¹³.

Los medios de comunicación chilenos tienen una configuración a nivel de estructura y funcionamiento altamente concentrado y cohesionado y al mismo tiempo cuenta con una red de vinculaciones a nivel económico y político en todos los sectores de la sociedad, hecho que los ha convertido en uno de los sectores con más poder en Chile.

Este fenómeno mediático sólo contribuye a mantener un status social que favorece a ciertos sectores económicos y políticos, los cuales sólo responden a sus propios intereses dificultando en gran medida cambios sociales de vital importancia que potencien el desarrollo tanto humano, local y regional de todo el país.

3.3.4. URUGUAY:

Uruguay se caracteriza por una amplia presencia de medios masivos de comunicación en todas sus formas y tecnologías con un alcance que cubre prácticamente todo el territorio nacional y casi toda la población del país¹⁴.

Existen en el país:

¹³ Muñoz, Jorge, (2007). Estructura de los medios de comunicación en Chile.

¹⁴ Stolovich, Luis Anexo 1.4^a El "mapa" del poder en los medios de comunicación en Uruguay.

Operadores de medios electrónicos en Uruguay				
	Canales TV	TV para	Emisoras	Emisoras
	Abierta	abonados	radio AM	radio FM
Montevideo	3	5	20	16
Interior	26	100	70	152
SODRE	30		3	22
Total	59	105	93	190
Fuente: URSEC				

Fuente: <http://legislaciones.amarc.org/CD/cd/anexos/Anexos%201.4a.doc>

- 93 emisoras AM, 90 privadas y 3 pertenecientes al SODRE (Sistema Nacional de Televisión).
- 190 emisoras FM autorizadas, 168 privadas y 22 del SODRE (no todas las emisoras autorizadas están operativas).
- 29 canales privados de televisión abierta y el canal oficial Tveo que cuenta con 29 repetidoras en el Interior.
- 105 sistemas autorizados de televisión para abonados (en modalidades MMDS y UHF), 5 en Montevideo y 100 en el Interior (de estos últimos no operan todos).
- 1 empresa distribuidora de televisión satelital directa al hogar.
- 374 publicaciones periódicas, de los cuales 31 son de frecuencia diaria.

El control de los medios de comunicación en Uruguay.

Al hablar del control de los medios de comunicación, existe una gran concentración de la propiedad de las empresas propietarias y/o explotadoras de la prensa, la radio, la televisión, las agencias de noticias y demás medios masivos de comunicación. Esta concentración opera en escala nacional e internacional y no sólo se manifiesta en relación a la propiedad de los mismos dentro de un país, sino también y principalmente en una perspectiva internacional en la cual países pequeños y dependientes como Uruguay ocupan una posición subordinada y lo principal de los flujos de información y programación proviene del exterior, desde los grandes centros desarrollados sobre todo desde EE.UU.

3.4. Mapas de medios en el Ecuador

En el Ecuador hasta el año 2009, existían 1.989 medios de comunicación, 1.400 frecuencias de radio, 405 concesiones de televisión y 184 medios impresos entre revistas y periódicos. A esa acumulación de medios; Fundamedios suma el hecho de que el estado se ha transformado en uno de los mayores anunciantes de publicidad del país¹⁵.

Hace cuatro años, el gobierno incautó varios medios de comunicación, de estas incautaciones se incrementó a cuatro de los canales de televisión que hoy tienen el carácter de estatales, en el sentido que pertenecen al Estado Ecuatoriano, a más de otros medios como radio y prensa. Dado que esta condición es nueva en nuestro país, muchos de los medios son percibidos por sectores de la ciudadanía y otros son por la propiedad privada.

En este cuadro podemos observar los medios que están en poder del Estado:

Imagen N°3

Medios de comunicación EN PODER DEL ESTADO			
 EcuadorTV	 Radio Pública	 El Telégrafo	 El Ciudadano
 Periódico Popular	 Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica (Andes)	 TC Televisión	 CN 3
 GamaTV	 Radio Super K	 América Visión	 Unimas*

*Revistas La Otra, La Onda, La Onda Infantil, Más, El Agro y Samborondón.

EL UNIVERSO

Vale mencionar que existe una primera fase de Mapa de Medios de Comunicación que es un trabajo informativo de todos los medios que existen en el Ecuador, cuya autora de este proyecto es María Cristina Martínez¹⁶, donde indica la distribución de todos los medios que existen en el territorio nacional.

¹⁵ Ricaurte, César. (2011, 11 de enero). En cuatro años, régimen cuenta con 19 medios de Comunicación. El Universo, sección Política.

¹⁶ Disponible en: <http://srtamartinez.blogspot.com/2008/10/infografa-mapa-de-medios-de-comunicacion.html>.

4. Metodología

Para hacer el presente trabajo de investigación se elaboró una ficha con el objetivo de recabar información de cada uno de los medios asignados, realizando un levantamiento general de los medios de comunicación que existen en el país, para poder confirmar toda la información se realizaron llamadas telefónicas y se visitó las diferentes empresas.

4.1.1. Técnica empleada: Ficha

La técnica de la ficha es para obtener una información general de los medios de comunicación asignados.

4.1.2. Muestra analizada

Revistas:

➤ Revista Chasqui

Empresa: Ciespal, es una empresa legalmente constituida

Fundación: 8 de octubre de 1959

Organización Social: Pública

Ciudad: Quito

Empleados con título / sin título: 2 empleados con título y 12 empleados que trabajan como freelancer.

Cobertura: Internacional

➤ Revista DOLCEVITA

Empresa: DOLCEVITA, es una empresa legalmente constituida como OLIMPOBUSINESS S.A.

Fundación: 11 de febrero del 2011

Organización Social: Privada

Ciudad: Quito

Empleados con título / sin título: 16 empleados con título de tercer nivel.

Cobertura: Nacional

Radios:

➤ **Radio Colón**

Empresa: Radio Colón C.A. empresa legalmente constituida.

Fundación: 12 de octubre de 1934

Organización Social: Privada

Ciudad: Quito

Empleados con título / sin título: 15 empleados con título y 5 empleados sin título

Cobertura: Nacional

➤ **Radio Runatacuyaj**

Empresa: Radio Runatacuyaj, legalmente constituida como Federación de Iglesias Indígenas Evangélicas de Cotopaxi.

Fundación: 2 de junio de 1962

Organización Social: Religiosa - Comunitaria

Ciudad: Latacunga

Empleados con título / sin título: 3 empleados con título de tercer nivel y 3 empleados sin título.

Cobertura: Provincial

➤ **Radio Soberana 98.7FM**

Empresa: Radio Soberana 98.7FM, empresa legalmente constituida.

Fundación: 21 de octubre del 2009

Organización Social: Privada

Ciudad: Echeandía

Empleados con título / sin título: 2 empleados con título y 6 empleados sin título

Cobertura: Regional

➤ **Radio Madrigal 98.5FM**

Empresa: Radio Madrigal 98.5FM, empresa legalmente constituida a nombre del Sr. Luis Ernesto Cevallos Ipial.

Fundación: 11 de agosto del 2004

Organización Social: Privada

Ciudad: Pedro Vicente Maldonado

Empleados con título / sin título: 2 empleados con título y 1 empleados sin título

Cobertura: Regional

Televisión:

➤ CB Visión Salcedo Tv Canal 3

Empresa: Empresa legalmente constituida a nombre del Sr. Juan Carlos Candonga

Fundación: 2 de julio del 2008

Organización Social: Privada

Ciudad: Salcedo

Empleados con título / sin título: 5 empleados con título de tercer nivel

Cobertura: Local

4.1.2. Descripción de los medios

El total de medios asignados es 14, a continuación el detalle de cada uno de ellos:

RADIO:

NOMBRE	CIUDAD	CORREO	WEB
Radio Colón	Quito	admin@radiocolon.ec	noticias@radiocolon.ec
Radio Madrigal 98.5FM	Pedro Vicente Maldonado	radiomadrigal98,5@hotmail.com	www.radiomadrigal.com.ec
Radio Soberana 98.7FM	Echeandía	radio soberana 98_7fmstereo@yahoo.es	-
Radio Runatacuyaj	Latacunga	-	-
Radio Ilusión	Tumbaco	-	www.radioilusion1600am.blogspot.com

REVISTA:

NOMBRE	CIUDAD	CORREO	WEB
Revista Chasqui	Quito	chasqui@ciespal.org.ec	www.ciespal.net/chasqui.htm
Revista DOLCEVITA	Quito	ventas@dolcevida.com.ec	www.dolcevida.com.ec

TELEVISIÓN:

NOMBRE	CIUDAD	CORREO	WEB
CB Visión Salcedo TV Canal 3	Salcedo	salcedotvcanal3@hotmail.com	-

AGENCIAS DE PUBLICIDAD:

NOMBRE	CIUDAD	CORREO	WEB
Grupo de Publicidad Grupubli Cía. Ltda.	Quito	gerencia@publingraf.com	www.publingraf.com
Agencia Valencia & Asociados	Quito	valenciacts@andinanet.net	-
Grupo Publicitario Walker & Asociados	Quito	-	-
Grupo Quorum Holding Comercial	Quito	info@grupoquorum.org	www.grupoquorum.org

PRODUCTORA CINEMATOGRAFICA:

NOMBRE	CIUDAD	CORREO	WEB
Roberto Frissone	Quito	-	-

PRODUCTORA AUDIOVISUAL:

NOMBRE	CIUDAD	CORREO	WEB
SI Sostenido Producciones	Quito	claudio@sisostenido.com	www.sisostenido.com

4.1.3. Variables

➤ Información general y legal

Se inicia con datos básicos y legales que permiten saber lo primario del medio o empresa. Resulta interesante conocer cuál es la misión o el objetivo social, sus propietarios, tipo de organización, si pertenece o no a un grupo de empresas, entre otros factores. Esta primera parte es la misma para todos los sectores.

➤ Morfología de la empresa

Seguimos con la conformación específica del medio a investigar, tomando en cuenta que la constitución de cada uno es diferente. Nos interesa conocer la cobertura, el alcance, sucursales, formatos entre los aspectos más importantes.

➤ Recursos humanos

Pasamos a una tercera parte y es la del recurso humano que labora en el medio o la empresa. Aquí se cuestionarán interrogantes como: ¿Cuántos son?, ¿A qué área pertenecen?, ¿Son profesionales o no?, entre otras.

➤ Productos y servicios que ofrece

En esta última parte, consultamos por aquellos productos que están desarrollando los medios de comunicación como parte de su trabajo y que consta en su oferta hacia el público demandante.

4.1.4. Procedimiento

REVISTA CHASQUI Quito	CITA	El día miércoles 4 de mayo, llamé a la revista Chasqui, me logré comunicar con el Sr. Pablo Escandón le expliqué sobre el proyecto que se está realizando, sin tener inconvenientes el señor Escandón me ayudó de inmediato con una cita que fue programada para el día jueves 5 de mayo a las 15h00pm.
	ENTREVISTA	Visité el lugar y me entrevisté con el Sr. Escandón, no tuve ningún problema en llenar la ficha, el señor me ayudó con toda la información.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Una vez de terminada la entrevista se consultó la información en la página del SRI con el número de RUC, como dato principal es una empresa activa, su nombre comercial es CIESPAL, y como Actividad económica y principal es la formación y la capacitación.

REVISTA DOLCE VITA Quito	CITA	El medio asignado fue Spiga Comunicaciones que era una agencia de publicidad y marketing, actualmente esta agencia se encarga del diseño, marketing, producción y distribución de la revista DOLCEVITA por esta razón la información que me dieron está como revista no como agencia de publicidad. La carta y la ficha se envió por e-mail a la señorita Danila Freire para que revisara la información, una vez que revisó la información me ayudó con una cita para la entrevista.
	ENTREVISTA	Visité el lugar y me entrevisté con la Srta. Danila Freira, de la misma manera no tuve ningún problema en llenar la ficha, el señorita Freire me ayudó con toda la información.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Una vez de terminada la entrevista se consultó la información en la página de la Superintendencia de Compañías con el número de RUC, como dato principal es una empresa activa, su nombre comercial es OLIMPOBUSINESS S.A., y su objetivo social es la administración, promoción, coordinación y publicidad de toda clase De eventos y actos.

RADIO RUNATACUYAJ Latacunga	CITA	Hablé con el Sr. Ramón Pérez de la radio Runatacuyaj la encuesta se la realicé por teléfono, ya que él mismo solicitó que fuera por esta vía.
	ENTREVISTA	El Señor Pérez me ayuda con toda la información, se llenó la ficha correctamente y no se presentó ningún inconveniente, por ser una radio comunitaria religiosa ellos no manejan tarifario de productos.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Con los datos que proporcionó el señor Pérez se consultó en la página del SRI con el número de RUC, como dato principal es una radio activa, su razón social es Federación de Iglesias Evangélicas de Cotopaxi, y su objetivo social es la Actividad de Organizaciones Religiosas.

RADIO COLÓN Quito	CITA	Primero llamé a la Radio para que me ayudaran con el nombre del Gerente y el e-mail de la Licda. Mariana Velasco, le envíe la ficha junto con la carta de la Universidad solicitando una cita, después de varios intentos la Licda. Velasco le solicitó al Sr. Fausto Acurio que me ayudara con la información, no me pudieron ayudar con una cita pero me ayudó enviando toda la información por e-mail.
	ENTREVISTA	La información fue enviada a mi correo por el señor Fausto Acurio, la ficha se llenó correctamente incluso adjuntó el tarifario de productos y servicios, el único inconveniente que se tuvo fue en la parte de propietarios accionistas que no pudieron dar esa información por ser un tema confidencial.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Una vez enviada la información se consultó en la página de la Superintendencia de Compañías con el número de RUC, como dato principal es una empresa activa, su nombre comercial es RADIO COLÓN C.A, y su objetivo social es realizar toda clase de actividades relacionadas con la publicidad radial y con el negocio De la radiodifusión.

RADIO MADRIGAL Pedro Vicente Maldonado	CITA	Para sacar una cita con esta radio fue muy complicado, el dueño de la radio no quería dar ningún tipo de información, llamé todo los días durante un mes y medio y el señor Héctor Cevallos no quiso ayudarme con una cita, incluso se le envió la ficha y la carta de la Universidad a su e-mail varias veces para que revisara, cada vez que le llamaba el señor me decía que estaba muy ocupado y que no me podía ayudar con la información.
	ENTREVISTA	Después de insistir varias veces el señor pudo revisar la ficha y me ayudó llenando los datos y la información la envió a mi e-mail.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Con los datos que proporcionó el señor Cevallos se consultó en la página del SRI con el número de RUC, como dato principal es una radio activa, su razón social está a nombre del Sr. Luis Ernesto Cevallos Ipial, y su Actividad económica principal es la transmisión De sonido u otro tipo de información por estaciones de radio.

RADIO SOBERANA Echeandía	CITA	Me comuniqué con el Sr. José Aumala dueño de la radio, le envíe la ficha junto con la carta de la Universidad solicitando una cita, pero el Sr. Aumala prefirió llenar la ficha y mandar la información por e-mail.
	ENTREVISTA	La ficha se llenó correctamente, y no se presentó inconvenientes.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Con los datos que proporcionó el señor Aumala se consultó en la página del SRI con el número de RUC, como dato principal es una radio activa, su razón social está a nombre del Sr. José Gilberto Aumala Pozol, y su actividad económica principal actividades realizadas en radio.

RADIO ILUSIÓN Tumbaco	CITA	Visité el lugar me atendió el Sr. Adrián Pérez.
	ENTREVISTA	En la entrevista el Sr. Pérez me indicó que la radio está fuera del aire desde el 18 de mayo del presente año, y que no tienen todavía una fecha para que la radio vuelva a salir al aire, ya que supuestamente el dueño de la radio el Sr. Enrique Díaz quiere trasladar la radio a la ciudad de Quito.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Como no se tenía mayor información de la radio, se buscó datos por la página del SRI y de la Superintendencia de Compañías como razón social ya que no se tenía un RUC, lastimosamente no se encontró ningún tipo de información de la radio.

CBVISIÓN SALCEDO TV SALCEDO	CITA	Me comuniqué con la Sra. Paola Gualpa, se le envió la ficha y la carta de la Universidad a su e-mail. No puedo ayudarme con una cita ya que el horario de trabajo de la televisión es de lunes a viernes y por estar a dos horas y media de Quito yo no podía viajar entre semana y sólo podía ir fin de semana.
	ENTREVISTA	La señora me ayudó llenando la ficha correctamente no se tuvo ningún inconveniente y me envió la información a mi correo.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Con los datos que proporcionó la señora Gualpa se consultó en la página web del SRI con el número de RUC, como dato principal es una televisión activa, su razón social está a nombre del Sr. Juan Carlos Candonga, y su actividad económica principal es la transmisión de sonidos, imágenes y datos u otro tipo de Información por cable y TV.

Grupo Publicitario WALKER & Asociados Quito	CITA	Visité el lugar, justo en esa dirección se encuentran las instalaciones de RTS, hablé con una señorita de RTS y no tienen conocimiento de la agencia.
	ENTREVISTA	Se buscó información en el internet, y está la misma dirección que visité, no tienen una página Web.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Como no se tenía mayor información de la agencia, se buscó datos por la página del SRI como razón social ya que no se tenía un RUC, y como dato principal es una agencia que está en estado pasivo y que el cese de sus actividades fue el 31 de enero del 2005.

Grupo Publicidad GRUPUBLI Quito	CITA	Después de insistir varias veces con ésta empresa logré hablar con el Sr. Lucas Mesías dueño de la agencia.
	ENTREVISTA	El Señor me indicó que no me podía ayudar con una cita ya que él dio la información a otra persona, también me comentó que ellos ya no están como agencia de publicidad y que actualmente están funcionando como imprenta (PUBLINGRAF).
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Como no se tenía mayor información de la agencia, se buscó datos por la página de la Superintendencia de Compañías como razón social ya que no se tenía un RUC, y como dato principal en Situación legal aparece como disolución y liquidación.

Grupo QUORUM Quito	CITA	Después de llamar varias semanas y visitar el lugar, y en la primera visita el Sr. Daniel Cuartas y la Sra. Ana Barreto no quisieron dar ningún tipo de información, dejé pasar varios días y logré hablar con la Sra. Luisa Cuartas Directora de proyectos de la agencia.
	ENTREVISTA	Lo que me indicó la señora es que ellos no pueden dar ningún tipo de información, además me comentó que el Grupo Quorum solamente se encarga de realizar eventos corporativos (empresa) que se dedican más a dar seminarios y que lastimosamente no me pueden ayudar con la información que necesito ya que es un tema confidencial, y con lo que me pudo ayudar fue con la razón social de la empresa y con la dirección de la página web.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Con el dato que tenía, se buscó la información en la página de la Superintendencia de Compañías, y como dato principal es una Agencia activa y su razón social está como Quorumint Cía. Ltda.

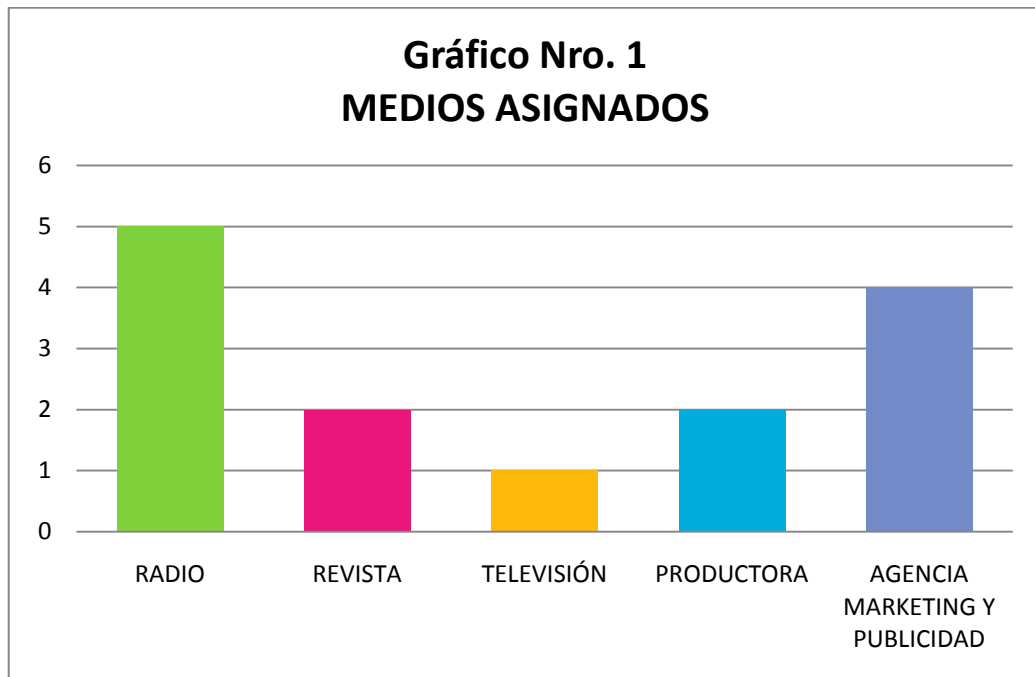
Si Sostenido Producciones	CITA	Visité el lugar y se buscó información en la página web, y la agencia ya no existe.
	ENTREVISTA	Tiene una página web se encuentra deshabilitada.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Como no se tenía mayor información de la agencia, se busco datos por la página del SRI y de la Superintendencia de Compañías como razón social ya que no se tenía un RUC, lastimosamente no se encontró ningún tipo de información de la Agencia.

Si Sostenido Producciones	CITA	Visité el lugar y se buscó información en la página web, y la agencia ya no existe.
	ENTREVISTA	Tiene una página web se encuentra deshabilitada.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Como no se tenía mayor información de la productora, se busco datos por la página del SRI y de la Superintendencia de Compañías como razón social ya que no se tenía un RUC, lastimosamente no se encontró ningún tipo de información de la Productora.






Agencia Valencia & Asociados	CITA	Visité el lugar y se buscó información en la página web, y la agencia ya no existe.
	ENTREVISTA	No tiene página web, y los números de teléfonos no existen,
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Como no se tenía mayor información de la agencia, se busco datos por la página del SRI y de la Superintendencia de Compañías como razón social ya que no se tenía un RUC, lastimosamente no se encontró ningún tipo de información de la Agencia.

Roberto Frissone	CITA	Hablé con el Sr. Roberto Frissone, y me indicó que él no tiene ninguna productora.
	ENTREVISTA	No me puedo ayudar con la información.
	CONTRASTE DE INFORMACIÓN	Como no se tenía mayor información de la productora, se busco datos por la página del SRI y de la Superintendencia de Compañías como razón social ya que no se tenía un RUC, Lastimosamente no se encontró ningún tipo de información.

4.2. Presentación de resultados

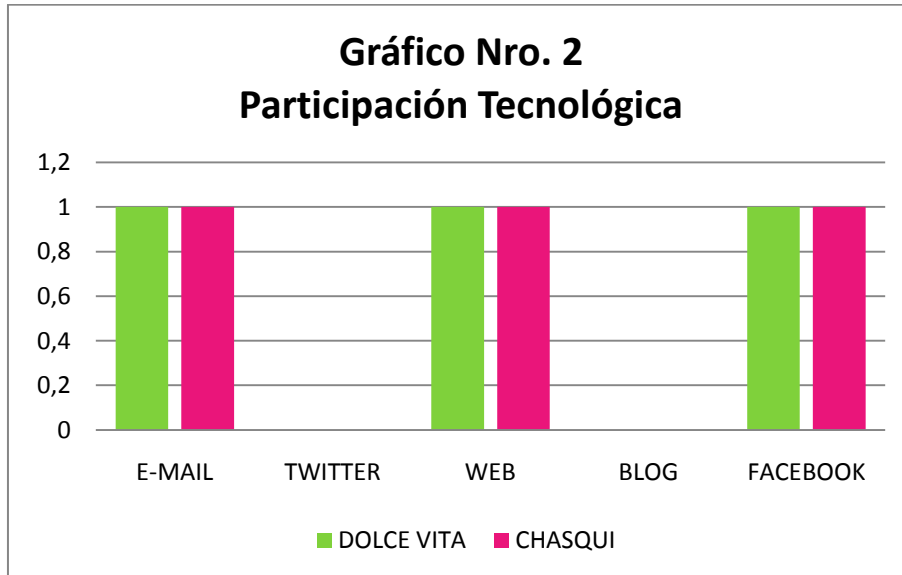


14 Medios asignados:

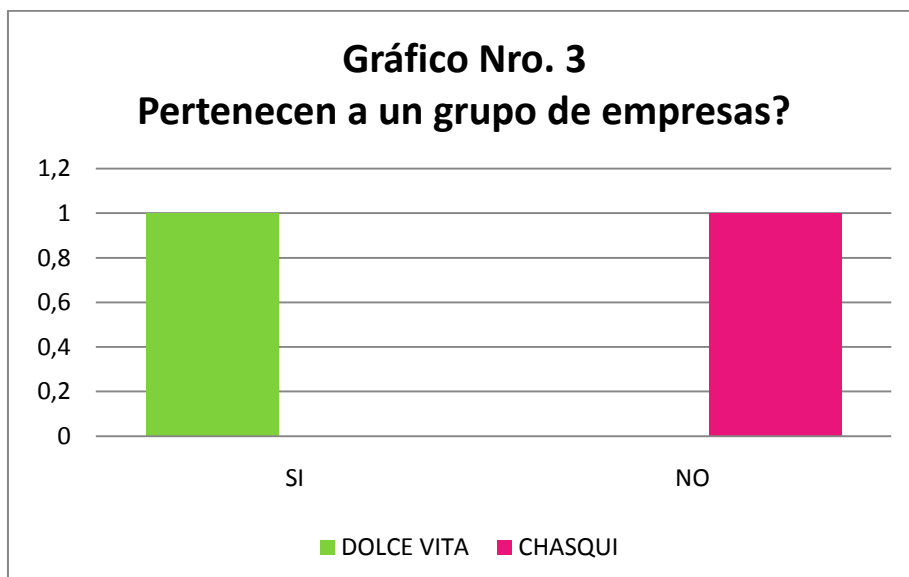
-  Radio Colón, Radio Madrigal, Radio Ilusión, Radio Soberana, Radio Runatacuyaj.
-  Revista Chasqui, Revista DOLCEVITA.
-  CB Visión Salcedo TV.
-  Grupo Quorum, Agencia Valencia & Asociados, Grupo Walker & Asociados, Grupo de Publicidad Grupubli.
-  Si Sostenido Producciones, Roberto Frissone.

- **REVISTAS**

- a) **Información General**

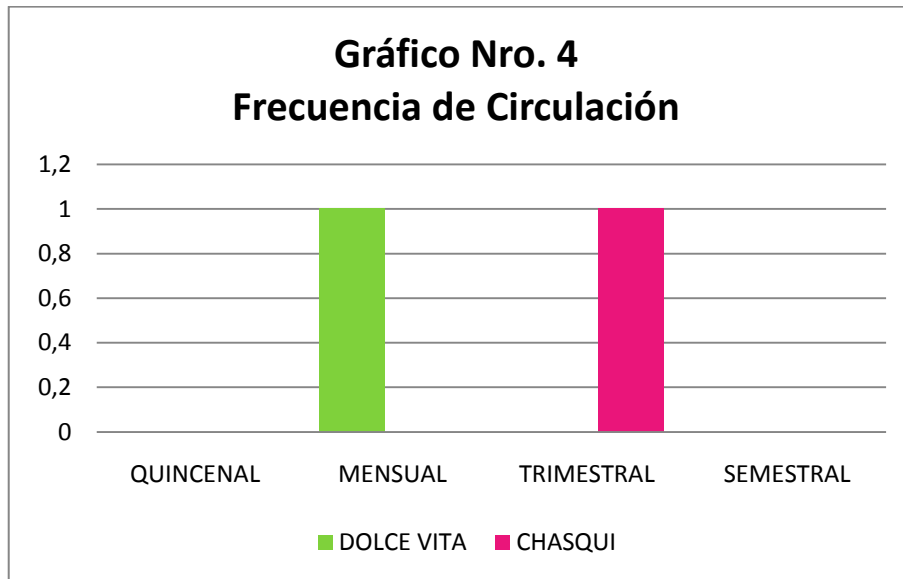


- Ambas revistas analizadas: Dolcevita y Chasqui, tienen página web y redes sociales.

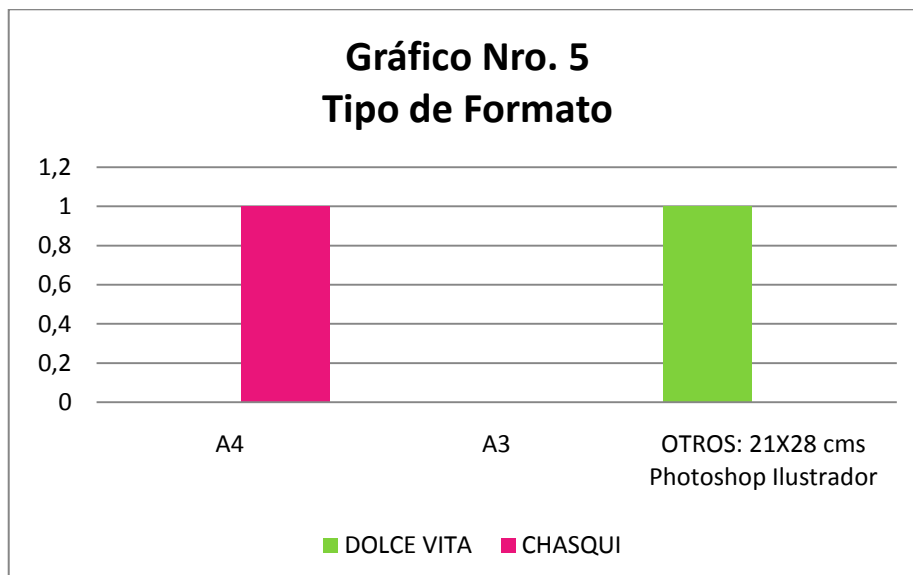


- En este gráfico podemos observar, que la revista DolceVita pertenece a un grupo llamado BUGATTI, y la revista Chasqui no pertenece a ningún grupo, es una empresa pública.

b) Morfología de la empresa.

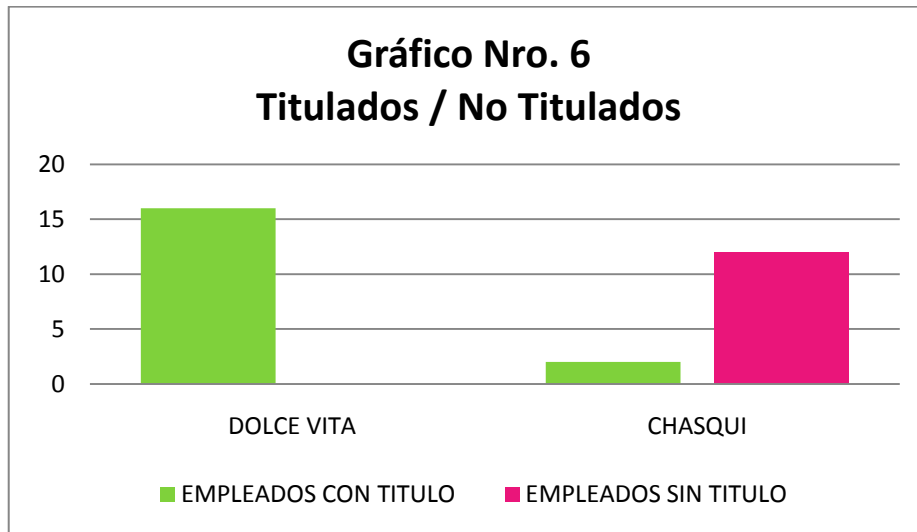


- En el gráfico Nro. 4 se observa la frecuencia de circulación de las revistas, DolceVita tiene una frecuencia de circulación mensual con cobertura nacional, y Chasqui circula cada tres meses a nivel internacional.



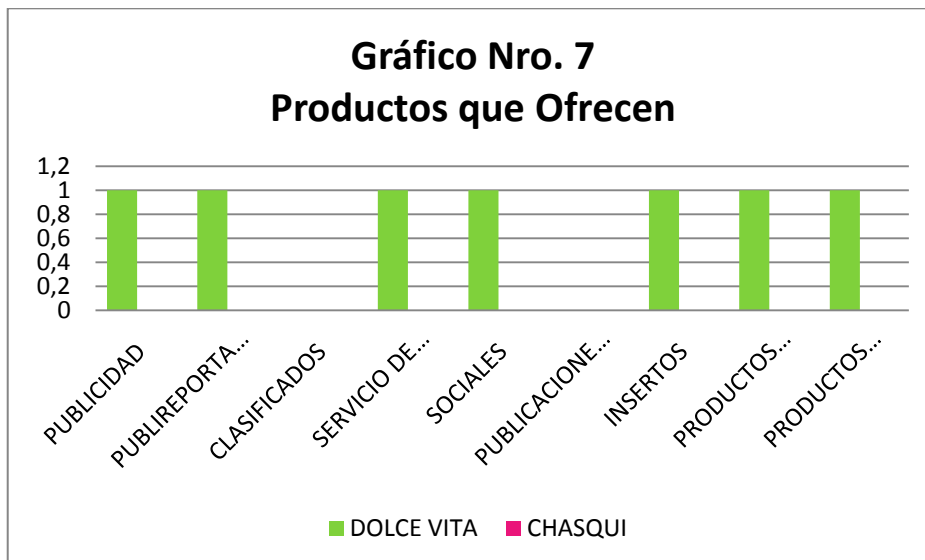
- El tipo de formato de la revista DolceVita es de 21x28 cms y Chasqui tiene un formato de A4.

c) Recurso Humano



- En este gráfico se observa que en la revista DOLCEVITA todo los empleados tienen un título de tercer nivel, mientras que en la revista CHASQUI tienen 12 empleados sin títulos que trabajan como freelancer y 2 con título.

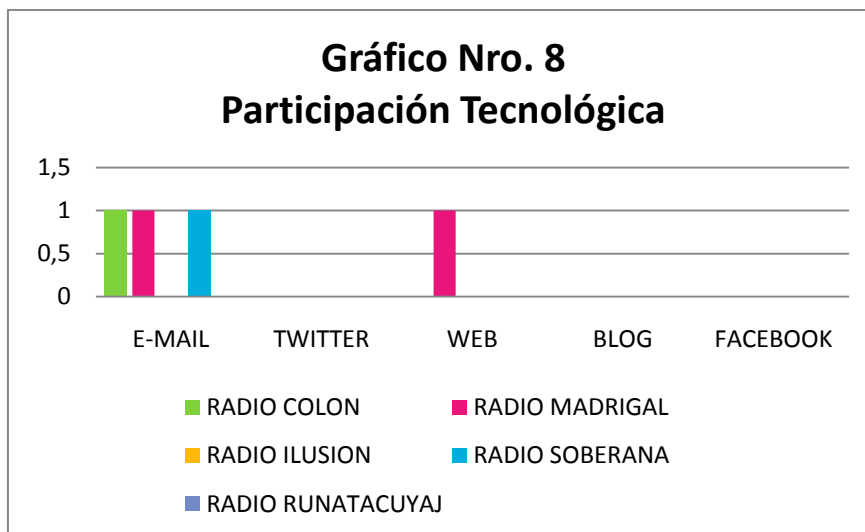
d) Producto y servicio que ofrece



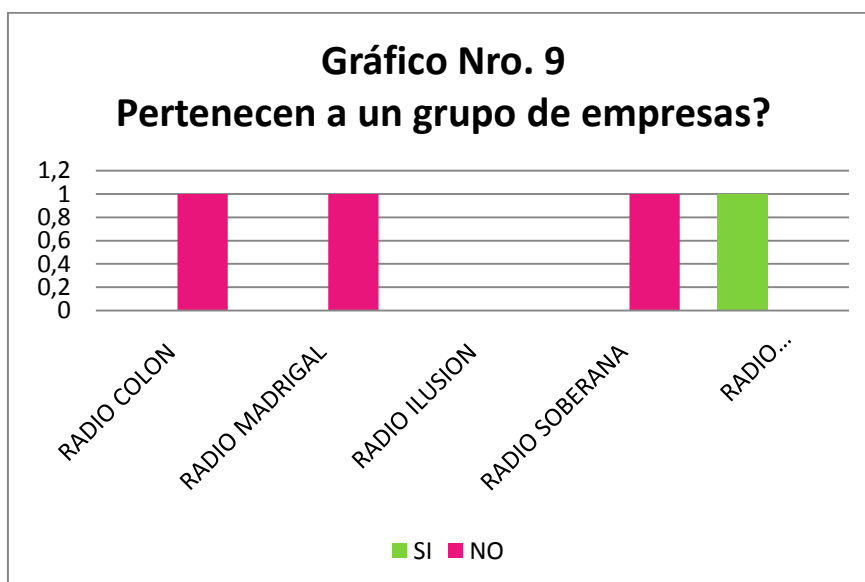
- En este gráfico comparando la revista DOLCEVITA con la revista CHASQUI, la única que ofrece productos y servicios es DOLCEVITA.

- **RADIO**

- a) **Información General**

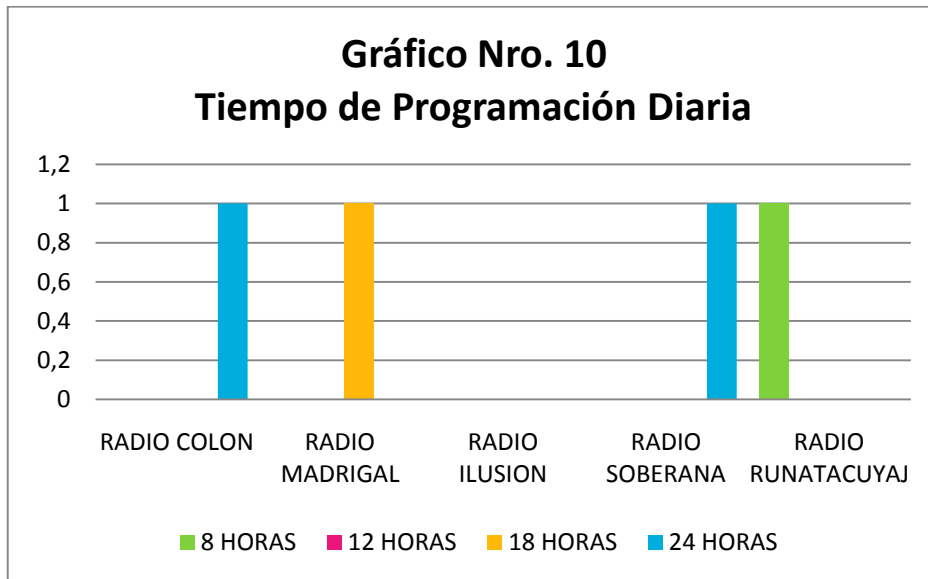


- De los medios analizados, hay una sólo radio que tiene página web y correo electrónico, y el resto de las radios sólo se manejan con correo electrónico.

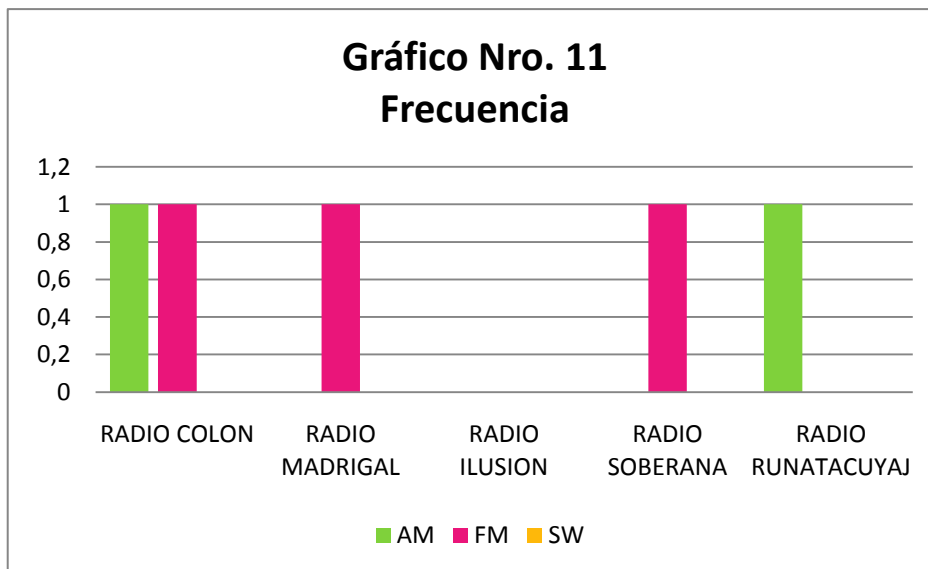


- Tres de las radios no pertenecen a ningún grupo de empresas, y una de las radios que es la radio Runatacuyaj pertenece a un grupo que es la Federación de Iglesias Indígenas Evangélicas de Cotopaxi.

b) Morfología de la empresa

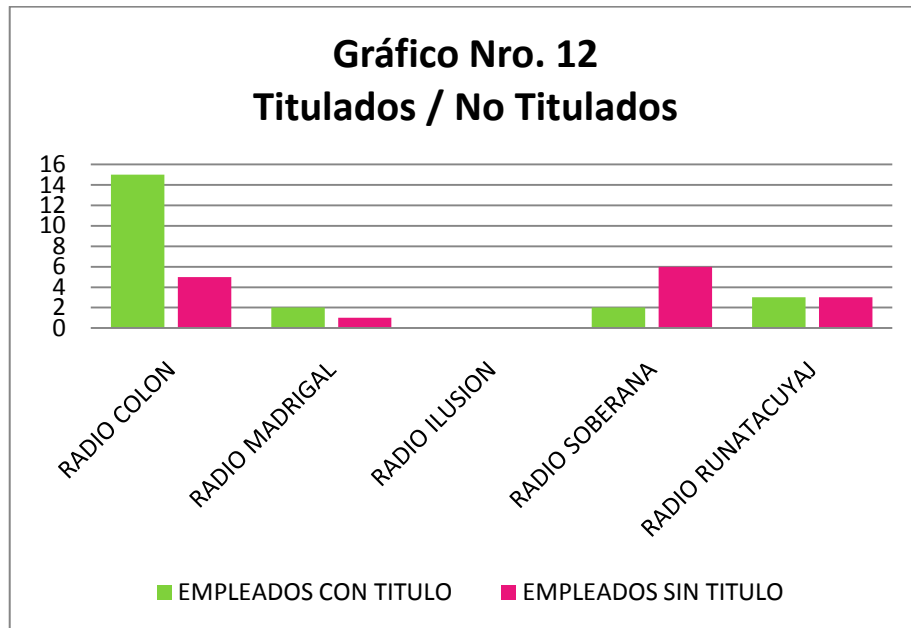


- Aquí se observa que radio Colón y Soberana el tiempo de programación es de 24 horas al día, radio Madrigal tiene un tiempo de programación de 18 horas, y por último radio Runatacuyaj con una programación de 8 horas al día.



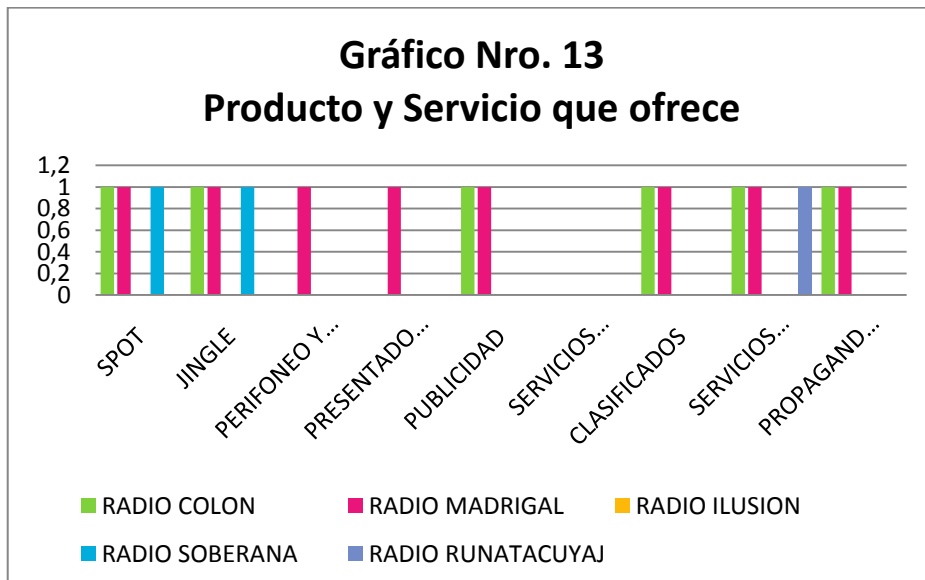
- La frecuencia de radio Colón, Madrigal y Soberana es FM, y radio Runatacuyaj y Colón nuevamente con frecuencia AM.

c) **Recurso humano**



- En este gráfico la mayoría de los empleados tienen un título de tercer nivel, y también tienen empleados que trabajan sin título.

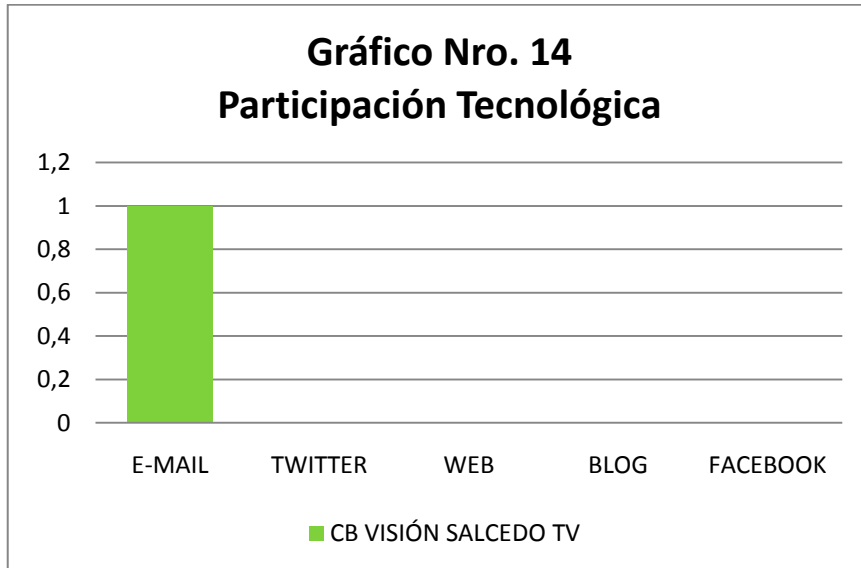
d) **Producto y servicio que ofrece**



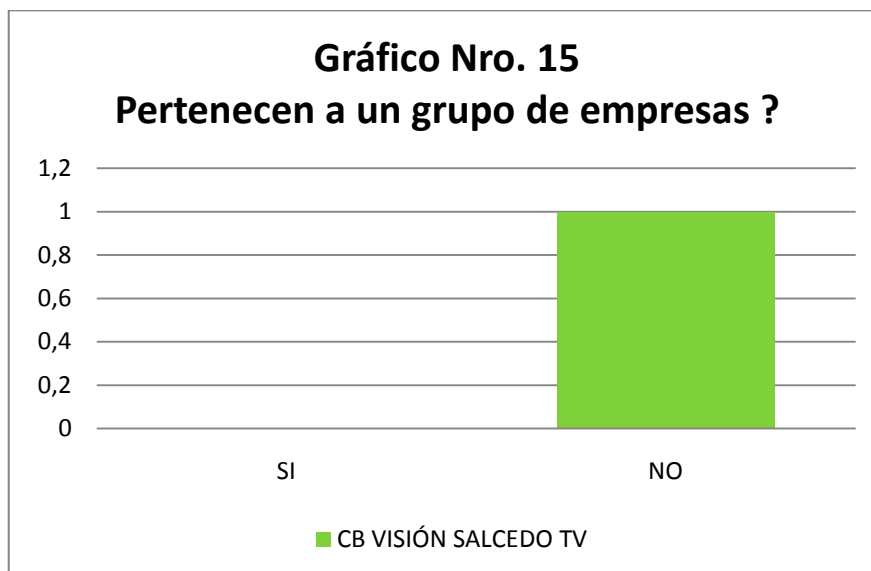
- En el gráfico de productos y servicios podemos observar que todas las radios asignadas ofrecen un servicio, como spot, jingle publicidad, clasificados etc.

TELEVISIÓN

a) Información general



- CB Visión Salcedo es el único medio de televisión asignado, este medio sólo se maneja con correo electrónico no tiene página web ni tampoco redes sociales.



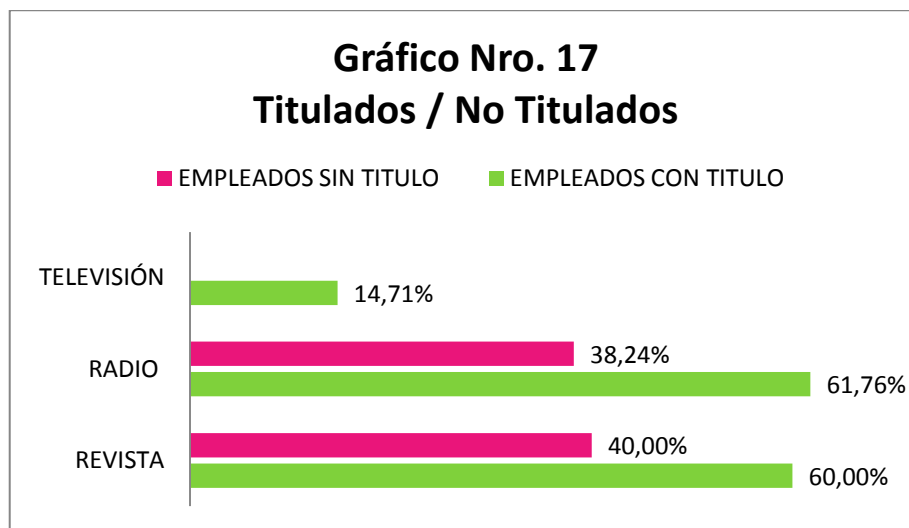
- Este medio no pertenece a ningún grupo de empresa.

b) Producto y servicio que ofrece.

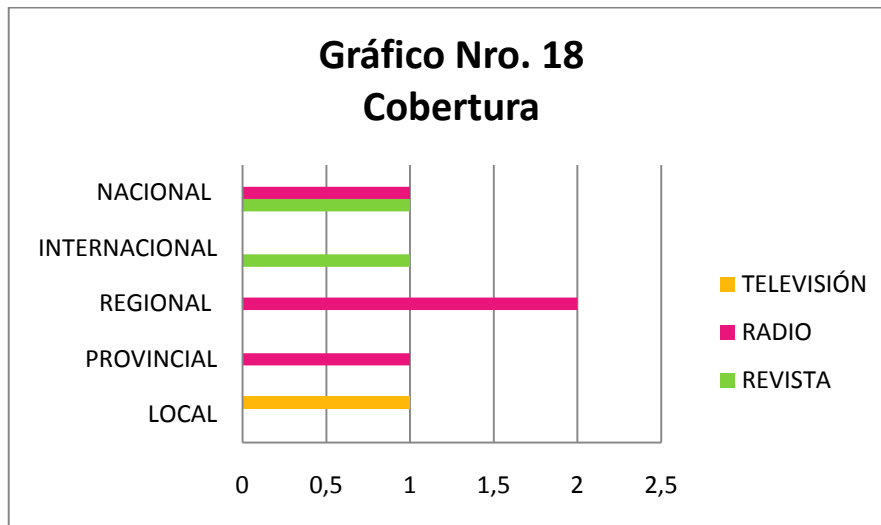


- Aquí se observa que CB Visión Salcedo TV, manejan todos los productos que son spot, campañas publicitaria, propaganda, productora, presentadores etc.

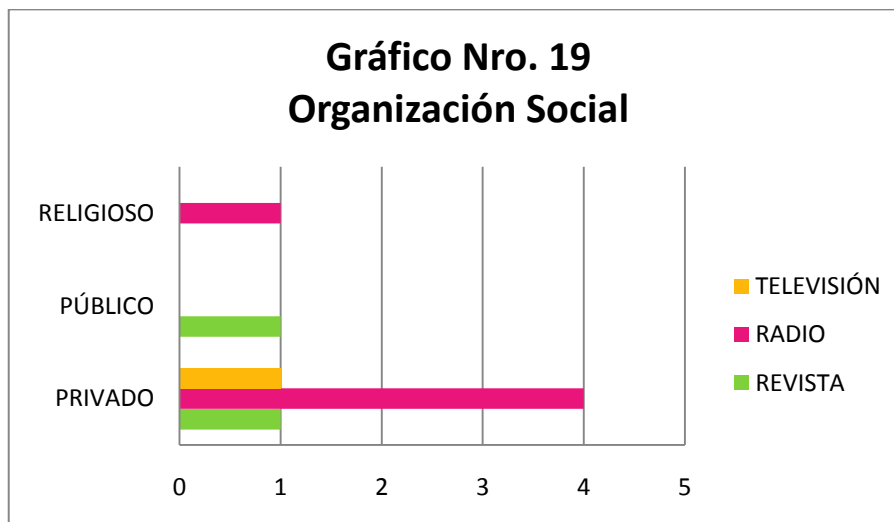
4.3. Presentación de cruce de información en cuadros estadísticos.



- Aquí se realizó el cruce de información de los empleados con título y sin título de televisión, radio y revista, se puede observar que el mayor porcentaje de las personas que trabajan en radio, revista y televisión no tienen un título de tercer nivel.



- En el gráfico se puede observar la cobertura que tiene cada uno de los medios, por ejemplo la televisión tiene una cobertura local, en la radio la cobertura es nacional, regional y provincial, y en la revista se tiene una cobertura nacional e internacional.



- En este último gráfico se observa el tipo de organización social que tiene cada uno de los medios, por ejemplo 4 de las radios su organización social es privada y una es religiosa, en la revista en cambio una es privada y otra es pública y por último en la televisión la organización social es privada.

5. Análisis individual de resultados

5.1. De los medios y empresas investigadas

De acuerdo a los resultados de los gráficos se pudo obtener lo siguiente:

- En la participación tecnológica de revista de acuerdo a los medios asignados, los dos medios tienen su propia página web, y redes sociales como facebook y twitter. En la cobertura uno de los medios como es la revista Chasqui su cobertura es Internacional y en el caso de la revista Dolce Vita su cobertura es a nivel nacional.
- En radio dos de los medios tienen su propia página web, mientras que las otras radios sólo se manejan con su correo electrónico y otro con ninguno de los dos por ser empresas pequeñas y familiares que no tienen mucha información.
- La televisión fue el único medio asignado, por lo cual se hizo un contraste de la información junto con la radio y la revista, en los que se obtuvieron resultados de empleados con título y sin título, resultados de cobertura y también a qué tipo de organización pertenece cada medio.

5.2. De las áreas investigadas de los medios y empresas de comunicación.

En mi opinión me resultó difícil y complicado investigar los medios asignados, ya que la mayoría de los medios y empresas no querían colaborar dando la información; pocos fueron los que ayudaron sin ningún tipo de problema, e incluso otros medios ya no existen y era muy difícil conseguir datos de las empresas que no existían, se hizo un trabajo muy duro pero creo que a la vez gratificante de a ver podido obtener esta información; ya que así se puede tener una guía que a su vez se publique y que esté al alcance de todas las personas, y así se puede tener una referencia de cuántos y cuáles son los medios de comunicación que existen en nuestro país.

De los 14 medios asignados, 7 de los medios me ayudaron con la información, 5 de los medios ya no existen dejaron de funcionar, y 2 de los medios no quisieron dar ningún tipo de información.

CONCLUSIONES

- Cada medio ha ido evolucionando con la tecnología y a la vez ha servido para satisfacer las necesidades de comunicación del hombre, siendo su objetivo principal informar, educar, transmitir y comunicar a todas las partes del mundo.

A mi punto de vista los medios de comunicación indudablemente influyen de manera directa en la formación de nuestra identidad, diferenciándonos de otros países, tales como nuestros símbolos patrios, la música y la cultura popular, ya que los medios difunden las costumbres y las tradiciones que se manifiestan en la diversidad de los países y de las regiones.

- En la actualidad la comunicación es muy imprescindible para esta sociedad, debido a que en esta época de avances tecnológicos, la comunicación es la principal fuente, que da arranque a todos estos fenómenos que cada día más van desarrollándose para un futuro mejor para la humanidad.

Esto debemos de tenerlo siempre presente para obtener un futuro que esté en nuestras manos, y recordar y enfatizar a las generaciones siguientes que la comunicación es valiosa para nosotros.

- Como hemos visto en el presente trabajo los medios de comunicación en Ecuador tienen una configuración a nivel de estructura y funcionamiento altamente concentrada. Lo que en la actualidad cuenta con una red de vinculaciones a nivel económico y político; a su vez este fenómeno mediático sólo contribuye a mantener un status social que a mi parecer favorece a ciertos sectores, los cuales sólo responden a sus propios intereses dificultando en gran medida cambios sociales de vital importancia que potencien el desarrollo humano, local y regional de nuestro país.
- Toda información que sea emitida por un medio sea este de radio, prensa, televisión en mi opinión es un servicio y un derecho que debe ser siempre confiable, ético, de buscar, recibir y difundir siempre una información veraz y oportuna y que el Estado

sobre todo asegure que como personas tenemos derecho a opinar y de expresar nuestros pensamientos libremente de todas las formas y manifestaciones.

- Con respecto al rol del estado, es cada vez más claro que éste se encuentra presente en la generación de espacios y condiciones necesarias para garantizar la participación en los medios de todos los sectores.

En otros lugares del mundo la ciudadanía juega un rol protagónico y fundamental a la hora de exigir sus derechos frente a la libertad de información, la veracidad y la representación. En Ecuador, en cambio parece no existir una cultura de exigencia de derechos en este sentido, nuestro país adolece de una conciencia social respecto al tema de la comunicación, se confunde mucho con diversidad y mucha gente cree que es normal que existan varios medios de comunicación, muchos diarios o canales de televisión, y no les importa quiénes son sus dueños o que todos pertenezcan a una o dos empresas. Falta es la construcción de un componente fundamental y que efectivamente un Estado democrático sea democrático en la medida en que sus espacios de comunicación social permitan la construcción de nuevos espacios donde puedan operar diversos actores de una forma libre y plural.

BIBLIOGRAFÍA

- Avilés, Efrén (2004) Miembro de la Academia Nacional de Historia del Ecuador.
- Grupo El Comercio (Junio 4, 2006): Descripción Estructurada de la Prensa Escrita.
- Grupo El Comercio (Junio 4, 2006): Descripción Estructurada de la Radio.
- Bassets, Lluís, Introducción: Elogio de la radiodifusión. Elementos de la Historia de la Radio; pág. 7.
- Zallo, Ramón (1988): Economía de la comunicación y la cultura, Madrid, Akal.
- Klinkicht, S. (2009, 16 de marzo) Ley de Comunicación. Diario Hoy
- Villarruel, Marco (2008). Observador de Medios de Comunicación en América Latina.
- Christofoletti, Rogerio. Doctor de Ciencias de la Comunicación, creador del Programa Midia Monitor, en el estado de Santa Catarina.
- Fuente: Sistema de Controle de Radiodiofusao – Anatel Brasil.
- Muñoz, Jorge, (2007). Estructura de los medios de comunicación en Chile.
- Dermota, Ken. (2002)Chile inédito, El Periodismo bajo Democracia. Santiago. Ediciones B.
- Stolovich, Luis, Anexo 1.4^a El “Mapa” del poder en los Medios de Comunicación en Uruguay.
- Ricaurte, César. (2011, 11 de enero). En cuatro años, régimen cuenta con 19 medios de Comunicación. El Universo, sección Política.
- Ciespal, (2009), Percepción sobre los Medios Públicos en Ecuador.
- Principales Redes Nacionales de TV abierta Brasil – Agenda Mediática de Brasil.

Página y sitios Web de enlaces

- <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1730&Let=>
- <http://www.mrtrader.com.ar/?p=1120>
- <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista4/cris/propiedad.htm>
- <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/coloquio/?Acao=Artigo&Artigo=35>
- <http://www.mediosmedios.com.ar/agenda.htm>
- <http://legislaciones.amarc.org/CD/cd/anexos/Anexos%201.4a.doc>
- <http://nehuenescalada.com.ar/mapa-de-medios-y-grandes-grupos-en-la-argentina>
- <http://srtamartinez.blogspot.com/2008/10/infografa-mapa-de-medios-de-comunicacion.html>.
- <http://www.mundoculturalhispano.com>
- <http://www.eluniverso.com/>
- www.ciespal.net/.../223-web-20-y-medios-.html

ANEXOS