



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“Mapa de Comunicación del Ecuador”

Tesis previa a la obtención del
Título de licenciado en
Comunicación Social

AUTOR:

Eduardo Xavier Mendoza Almeida

DIRECTOR:

Mgs. Fanny Paladines G.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO - 2011

CERTIFICACIÓN

Mgs. Fanny Paladines G.
DIRECTOR DE TESIS
CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por el señor Eduardo Xavier Mendoza Almeida, sobre el tema: “Mapa de Comunicación del Ecuador”, ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Quito, 18 de Agosto de 2011

C.I.#

AUTORÍA

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

Quito, 18 de Agosto de 2011

Eduardo Xavier Mendoza Almeida
C.I. #

SECIÓN DE DERECHOS

“Yo, Eduardo Xavier Mendoza Almeida 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 (operativo) de la Universidad”.

Eduardo Xavier Mendoza Almeida
C.I. #

DEDICATORIA

La realización de este trabajo fue posible gracias a mis padres y a mi novia, quienes en todo momento me brindaron su apoyo incondicional hacia la consecución de mi objetivo, como fue la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Por eso, vaya esta dedicatoria a ellos, como una pequeña muestra de mi imperecedero amor y gratitud.

EL AUTOR

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 la señora Mgs. Fanny Paladines G., Directora del presente trabajo.

EL AUTOR

INDICE

	Número de página
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Acta de Cesión de derechos.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
CAPITULO I. PARTE INTRODUCTORIA	
1.1 Introducción	1
1.2 Objeto Fornal.....	4
1.3 Objetivos.....	4
CAPITULO II. MARCO TEORICO	
2.1 Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador en las últimas dos décadas...5	
2.2 Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador.....	9
2.3 Mapas de medios / trabajos similares en el mundo.....	17
2.4 Mapas de medios / trabajos similares en el Ecuador.....	19
CAPITULO III. INVESTIGACION DE CAMPO	
3.1 Metodología: Levantamiento de datos por medio de la ficha de información.....	21
3.2 Presentación de cuadros estadísticos.....	25
3.3 Presentación de cruces de información.....	41
CAPITULO IV. ANALISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS	
4.1 De los medios y empresas investigadas.....	44
4.2 De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación.....	50
CONCLUSIONES.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS.....	

TESIS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA: MAPA DE COMUNICACIÓN DE ECUADOR

CAPITULO I

1.1. Introducción.-

“Se asume que para existir en la vida pública actual es necesario estar en los medios, algunos llegan a decir que el que no está ahí, no existe”.¹ Ésta subestimación del lugar que los medios tienen en la sociedad se ve facilitada por el hecho de que la mayoría de las actividades cotidianas, especialmente en las grandes ciudades se encuentra mediatizadas -atravesadas y estructuradas por los medios-. Esto se debe a que los medios son las tecnologías de la comunicación a través de las cuales se transmiten contenidos, pero involucran los valores culturales y las representaciones sociales que ponen en circulación y hacen que la comunidad funcione y se desempeñe a través de sus actividades.

“Un medio de comunicación existe en virtud de los públicos a los que se dirige. Por eso hablamos de tecnología ya que de por sí no es un medio,

¹ Amado, A.(2010), *Prensa y Comunicación. Relaciones informativas responsables*. Buenos Aires: Icrj inclusiones,p.21

*sino que para constituirse en tal es necesario que sea parte de los intercambios sociales*².

Podemos remitirnos años atrás donde los medios estaban vinculados con las manifestaciones políticas, ahora la mayoría de estos son empresas muy bien constituidas y responden en forma prioritaria a exigencias financieras y económicas. Al tener la figura de empresas, los medios responden de manera ambivalente con su función intrínseca y la otra que es la de vender el producto, sea este un ejemplar, programa, película, etc.

Con el paso de los años los medios de comunicación se han hecho cada vez más comerciales y se han olvidado o han relegado su papel primordial de comunicar. En virtud de esto, grupos económicos han comprado medios y se han instituido en ellos a lo largo del tiempo, ocupando de esta forma un doble propósito de comunicar lo que a ellos les pueda favorecer y omitir lo que les perjudique. “En nuestro país esto se vio reflejado en grandes emporios económicos que eran parte de los medios más influyentes y grandes de nuestra nación. Sin embargo en la actualidad el Estado se ha encargado de reformar las leyes para que esta forma de adueñarse del poder no tenga más acogida en nuestro territorio y los medios de comunicación adquieran la parcialidad innata que en su origen cada uno de ellos la tiene.”³

Enfocándose un poco más en el tema, objeto de la presente Tesis, se puede denotar una paradójica situación debido a la gran relevancia que tienen los medios de comunicación en nuestro país a manera gráfica, audiográfica y audiovisual en todas las ciudades del territorio ecuatoriano sin embargo es asombroso y hasta podría decir que inaudito que recién ahora en el siglo XXI nazca la idea y se dé la importancia de realizar un mapa de comunicación que sirva de herramienta básica para cualquier persona, empresa e inclusive para los propios medios de

² Amado, A.(2010).Ob.cit.p.1

³ Serrano, P.(2010). *Medios Violentos*. Quito-Ecuador: Quipus, CIESPAL.

comunicación. Es difícil entender que una de las grandes empresas dedicadas a recopilar datos, la del tipo telemarketing, no hayan ejecutado esta idea que muchos deben haber tenido en sus mentes pero solo uno y no necesariamente empresa ha tenido la ilusión y toda la intención de llevar a cabo este proyecto.

Una vez cumplido el objetivo durante este año, y haber logrado al fin un mapa de comunicación de Ecuador, las ventajas y herramientas positivas que vamos a tener a nuestro alcance van a ser de mucha importancia debido a que toda la información de un medio de comunicación, va a estar plasmada y lo único que necesitaremos es un computador y un modem que nos permita enlazarnos con la pagina, por lo demás tendremos un sitio con información veraz y clasificada de cada medio, dentro de su especialidad.

Para llegar a este punto y tener una página tan bien consolidada con tan valiosa información, necesitamos de un arduo trabajo de todos nosotros, los estudiantes que haremos que esto se haga realidad a través de las entrevistas que tendremos con cada director de los diferentes medios que han sido asignados y la incisa labor de alcanzar una información veraz en todas sus líneas y completa en todos sus campos, debido a que nos encontraremos con ciertas dificultades en la investigación y la posible negativa o restricción de ciertos medios en compartir el material de modo completo; no obstante se persistirá en alcanzar este gran objetivo que mientras más enrocado se encuentre, más satisfactorio será el resultado. Además se realizará un análisis oportuno que permita comparar e ir clasificando todos los datos investigados en cada medio de comunicación y de ésta manera establecer la situación actual de las empresas y medios de comunicación para culminar con un Mapa de Comunicación del Ecuador perfectamente elaborado y destinado a todos los ciudadanos de nuestro entorno.

1.2 Objeto Formal.- Levantamiento de información de las empresas y medios de comunicación del Ecuador.

1.3 Objetivos.-

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

Particulares:

- 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.

CAPITULO II

Marco Teórico

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

Para realizar una breve reseña de la historia que han tenido los medios de comunicación más importantes, en nuestro país. Empecemos con la primera imprenta que fue traída desde España a la Quito por la Compañía de Jesús, en el año de 1755. Hasta 1825 fue utilizada para imprimir hojas sueltas y para el periódico titulado “El Espectador Quiteño” el cual describía alucines personales contra el General Juan José Flores. “Durante la presidencia de Juan José Flores, el periodismo disminuye. El mayor representante de esta época es “El Quiteño Libre”, realizado por Francisco Hall y Pedro Moncayo. Con tendencia liberal, se ganan el odio de Flores y son asesinados el 30 de octubre de 1833”.⁴

En 1884 gobierno de la Restauración, de José María Plácido Caamaño, se produjo una abundante publicación de libros y periódicos que mostraba la libertad de prensa en esa época.

En el siglo XX, con la revolución Liberal liderada por Eloy Alfaro, la cultura florece en el Ecuador y los hermanos Cesar y Carlos Mantilla Jácome fundan en enero de 1906 el Diario el Comercio. Pocos años después, en 1920 se fundaría en la ciudad de Guayaquil, El Universo por Ismael Pérez Pazmiño, se convierte en uno de los periódicos de mayor circulación, predominantemente en la costa ecuatoriana y junto con los otros grandes periódicos fundados con anterioridad,

⁴ <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>[Consulta 10-05-2011]

son hasta hoy día los puntales del periodismo nacional. Salen a la luz la generación de escritores más importantes de este ciclo como: Pablo Palacios, Jorge Icaza, Enrique Gil Gilbert, Demetrio Aguilera Malta, Joaquín Gallegos Lara, Alfredo Pareja Diezcanseco, Jorge Carrera Andrade y algunos más que dan una visión realista al siglo.

Posteriormente, en la época de 1940 antes de que lleguen artefactos como las cámaras de televisión, el micrófono, la grabadora; surgió en la noble ciudad de Quito, una entidad conformada enteramente por periodistas en pleno ejercicio de la profesión se reunieron para formar un gremio que tenga cierto poder y orden entre todos sus miembros.

“Fue entonces el 29 de enero de 1940 que se consagra la genuina entidad de los periodistas activos que habían adoptado el nombre de Unión Nacional de Periodistas, sugerido por el señor Carlos Mantilla Ortega (Director del Diario El Comercio), quien fue su primer Presidente. Previamente fue elegido Presidente Provisional el afamado y querido escritor, periodista y poeta, don Augusto Arias (Fundación UNP, 2003)”.

Tiempo después se van formando otros periódicos como La Tierra (1945), editado en Quito, se convierte en el órgano del Partido Socialista. La Nación (1949) en su tercera edición es dirigida por Vicente Paz Ayora. Diario el Ecuador (1955) fundado en Quito y dirigido por Eduardo Icaza Illescas. A su vez la radio también tuvo sus orígenes en los años de 1930, comenzó a realizarse la Telegrafía sin hilos que en nuestro país resultaba sorprendente aunque ya estaba en uso desde comienzos del siglo en estaciones costeras y barcos en alta mar. La radio afición en el Ecuador también ha jugado un importante papel en las comunicaciones de emergencia, desde el terremoto de 1942, donde se usó por primera vez para informar al exterior y dentro del país lo que había ocurrido. Ya en el terremoto de Ambato, en 1949, la radio fue vital para el flujo de información oficial y personal de los damnificados.

“En el año de 1954 Hartwell encontró un equipo abandonado en bodegas de General Electric en Syracuse, New York, y fue hasta 1959 que dichos equipos llegaron hasta Quito, asombrando con la nueva tecnología, en ese mismo año fue que la televisión pasa a manos de los protestantes, es ahí cuando la Unión Nacional de Periodistas lleva esos equipos a la HCJB, para realizar una feria celebrada en el Colegio Americano y ver la televisión en blanco y negro.”⁵

“Fue en 1960 que gracias a la feria de Octubre que la televisión llega al puerto de Guayaquil tras convenio con la Casa de la Cultura, es así que Canal 4, que ahora denominada como Red Telesistema (RTS), obtiene el permiso de laborar y operar, siendo esta la primera empresa comercial que fue la Compañía Ecuatoriana de Televisión. Fue la Casa de la Cultura que instaló la antena y la prensa celebraba este gran éxito de los medios de comunicación del Ecuador. Las primeras transmisiones se hicieron el 12 de Diciembre de 1960 es por eso que ese día se celebra el día de la televisión ecuatoriana, luego años más tarde el 22 de Febrero de 1974 Teleamazonas que comenzaba sus transmisiones siendo esta la primera red a color del país, ya que desde sus inicios conto con la más alta tecnología siendo sus propietarios la familia Granda Centeno”.⁶

Y para concluir con el ultimo medio de comunicación y que actualmente se está transformando en el más importante pero no más utilizado, es el Internet. Llega al Ecuador en los años 90 y es utilizado por los Bancos y Politécnicas. Los exploradores gráficos como Opera, Netscape, etc., hacen que se masifique el uso de éste. Aparece el e-mail y llega a competir fuertemente con el Fax. A inicios del siglo XXI el Internet se masifica en nuestro país, crece el número de redes y de usuarios.

⁵ http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php

⁶ http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php
[Consulta 12-05-2011]

“Hasta septiembre del año pasado, existían tres millones de usuarios de Internet. Esto es poco más de un millón de usuarios que lo registrado en diciembre del 2009 (1,9 millones), según la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel). Con esas cifras la penetración de Internet en Ecuador se ubica hoy en cerca del 20%.”⁷

Este medio llega a convertirse en una herramienta elemental e imprescindible en el sector empresarial y académico. Hace 5 años atrás aparecen el chat (comunicación escrita realizada de manera instantánea a través de Internet) y las redes sociales, las cuales facilitan la comunicación e interrelación de sus usuarios audiovisualmente.

La evolución de todos y cada uno de estos medios de comunicación en nuestro país no ha sido tan satisfactoria como en otros países vecinos a los cuales les llegó más rápido ciertos tipos de medios. La prensa escrita se pudo decir que tuvo avances apremiantes con la aparición de la primera imprenta y de esta manera se fueron fundando varios periódicos importantes de los cuales varios continúan funcionando en la actualidad y tienen una vasta acogida en la comunidad. Empero la radio y la televisión se demoraron largos años hasta que se sitúen entre nosotros, empezando con la radio que a pesar de que otros países gozaban ya de este comunicativo medio, tardó mucho su llegada al Ecuador; no obstante su mediatización, debido a la simplicidad de llegada que tiene el medio. La televisión gracias al alto costo que está tenía en sus comienzos fue muy difícil de que sea mediática en su corto plazo, los artefactos de televisión y antena eran excesivamente altos, como para cuando recién llegó al país poder tener una. Varios años después, es decir, en estas dos últimas décadas la televisión paso a ser el medio de comunicación más utilizado del país y del mundo. Es increíble el impacto que tuvo con el televidente que se olvidó de medios antiguos como la radio y los periódicos y paso a ser un fiel espectador asiduo que no cambia el

⁷ “El provecho que deja la Internet crece en el Ecuador” en: Revista Lideres. 2011, p. 8.

medio, ni por el Internet que ha crecido a pasos agigantados pero no es lo mediático que resulta ser la televisión.

Y ya que mencionamos el Internet como medio de comunicación que ha surgido de manera importante y rápida, tenemos a su gran exponente, la Web 2.0 que es la segunda generación en la historia de la Web, basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios. Aparece a mediados de esta última década en nuestro país y actúan como puntos de encuentro o webs dependientes de usuarios. Su evolución ha sido tal que está siendo reemplazada por la Web 3.0 o Web semántica la cual no llega todavía a nuestro país.

2.2 Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador.

Este tema tiene muchas variantes reflejadas en la situación actual que vive nuestro país. Desde un comienzo los medios han pertenecido a grandes grupos que manejaban el poder económico de nuestro entorno. La prensa escrita fundada ya hace casi un siglo se puede decir que difiere un poco en este punto debido a que los fundadores eran personas particulares que se unían en pos de un objetivo común y llegaban a crear una alianza que les permita ser pioneros en esta área y cumplir con las necesidades de la comunidad generando un medio que llegue a todos por igual y sea eminentemente comunicativo. Como hablábamos en la reseña histórica, los dos grandes periódicos que se mantienen hasta ahora, El Comercio de Quito y El Universo de Guayaquil fundados por los hermanos Cesar y Carlos Mantilla Jácome, e Ismael Pérez Pazmiño respectivamente. En ese tiempo no se tenía que conformar una empresa como lo hacen ahora, que en la mayoría de medios se forman a través de una compañía bien establecida que les permita manejarse de manera adecuada en todos los aspectos, sean económicos, comerciales, publicitarios, etc. “Estos son los Diarios de mayor representación a

nivel nacional, El Comercio en la capital y el Universo en la ciudad de Guayaquil que debido a la gran población de la provincia del Guayas, este Diario es el de mayor circulación. Sin embargo en los últimos años el Diario Extra de la ciudad de Guayaquil ha ido adquiriendo muchísima atención entre los ciudadanos debido al sensacionalismo caracterizado por sus editores que han alcanzado que sea el Diario con mayor tiraje en el país.”⁸

Sin dejar de lado el ejemplo de estos dos grandes medios de comunicación, con el pasar de los años y al verse en un mundo comercial y mediático han tenido que ir formando compañías que soporten su actividad y se desarrollen mediante estas. Desde los más grandes como los que se cita en el ejemplo, que son diarios nacionales, hasta los más pequeños como son los diarios de ciudades o provincias, tienen conformada una empresa en la que constan, dependiendo del tamaño, socios o accionistas, nominas de empleados, departamentos seccionales, etc.

En lo que es prensa escrita existe un alto control monopólico, comenzando por el Grupo Mantilla que tiene a cargo El Comercio con 180 mil ejemplares. También forma parte de este Grupo el diario Hoy con 45 mil ejemplares y las Ultimas Noticias (Tabloide) que es el diario de la tarde, cuenta con una producción de 53 mil ejemplares diarios.

El Grupo Pérez – Castro tiene a su cargo al Diario de mayor circulación a nivel nacional, diario El Universo, con más de 230 mil ejemplares.

El Grupo Egas propietario de las Revistas: Gestión que trata temas de economía y sociedad. Mundo Dinners que es una Revista que lleva el nombre de la entidad bancaria y es solo repartida entre sus suscriptores. Y Soho una revista dirigida enteramente al público masculino.

⁸ As Producciones. (2008). *Finger Print Ecuador Comunicación 2008*. Ecuador: Edimpres.

“El Grupo Hoy que tiene a su haber el Diario Hoy, TV Hoy canal 21 UHF, Radio Clásica 1110 AM Digital, Fundación Hoy en la Educación, Edimpres, Edisátelite, Explored, Sistemas Guía S.A. y Publiquil S.A.”⁹

“El Grupo Alvarado – Roca también es un Grupo fuerte ya que maneja algunos medios de comunicación en especial Revistas. Parte de este grupo son: Revista Vistazo, que trata temas de actualidad, sociedad, mundo, etc. Revista Estadio, un magazine totalmente deportivo. Revista Hogar, destinado al público femenino. Revista Crecer Feliz, una revista que trata acerca de infantes y consejos para los padres. Revista Generación XXI, destinada totalmente para el público juvenil con temas de moda, mundo y farándula. Y la Revista América Economía Ecuador que trata acerca de factores económicos del país.”¹⁰

El Grupo Zambrano maneja el Diario La Tarde, la Revista El Mundo y la Revista Variedades que circula en la provincia de Manabí.

Al Sub Grupo Manzur-Adoum-Issa controlan la editorial que publica Diario El Meridiano, La Segunda y La Tercera.

Y para concluir tenemos al Grupo Merchán que tiene a su cargo el prestigioso Diario El Mercurio que circula en la provincia del Azuay.

Abordando el tema de los medios radiales se puede diferir en parte acerca de la propiedad de los cuales han sido parte en virtud de que han sido personas comunes y corrientes las que fundaron ciertos medios radiales como lo habíamos anunciado anteriormente. Sin embargo la inmediatez que ha tenido este medio dentro de la comunidad ha sido realmente impresionante y totalmente comprobable. Empezó hace ya casi un siglo realizando emisiones esporádicas, y hoy tenemos a más de cien frecuencias en todo el territorio nacional. A su vez la propiedad de todos estos medios han ido variando entre personas particulares a

⁹ [http://es.wikipedia.org/wiki/Hoy_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Hoy_(Ecuador)) [Consulta 30-07-2011]

¹⁰ Vásquez, L.; Saltos N. (2010-2011), *Ecuador: su realidad*, Quito-Ecuador: Fundación “José Peralta”, p. 331.

grandes grupos económicos transformados en empresas enteramente comerciales y dedicadas a la producción masiva de programas y espacios que sean muy atractivos a los spots publicitarios por los cuales los medios publicitarios, también comunicativos, sean parte de este entorno.

La radio tiene la ventaja de ser escuchado en todos los lugares del territorio nacional, por lo tanto es el medio de mayor cobertura. Es decir, desde el campo y sus moradores hasta la gran capital y sus habitantes tiene una emisora sintonizada. Esto es lo que ha hecho que las empresas tengan gran interés en administrar un medio de comunicación tan masivo como lo es la radio y se han apoderado de las frecuencias, que en nuestro país están reguladas por el Estado Nacional.

Además tenemos que decir que tener o comprar una frecuencia en Ecuador es de un alto precio ya que son muy limitadas y por tal razón los propietarios de ellas, saben que tienen un bien muy preciado pero con cierta caducidad lo que hace que vaya cambiando de propietario.

Según Historias de Radio, de Martha Cardoso:

“Hasta mediados del año 2010 se han concedido 1229 frecuencias entre matrices y repetidoras (FM, AM, Onda corta), de las cuales 1102 son de carácter comercial privado, 125 de servicio público y 2 comunitarias”.

Algunos de los grupos que tienen el control monopólico de estos medios son:

El Grupo Isaías propietario de Gamavisión, Telecentro, Cablevisión, HTV, Diario Expreso, Radio Sideral, TC Radio, Radio SuperK800, Radio Carrusel y las Revistas: La Onda, Más, El Agro, Samborondón. Todos estos medios de comunicación desde mediados del año 2008 están bajo la administración de la Agencia de Garantía de Depósitos debido a la incautación de bienes por el caso Filanbanco.

El Grupo Paz tiene a su cargo Radio Visión.

El Grupo Quezada maneja la Corporación Radial W.Q. Cia. Ltda

El Grupo Muñoz Inzúa controla a la Radio Fabu Stereo.

El Grupo Rivas propietario de Radio Sonorama.

El Grupo Granda propietario de Radio Colón.

El Grupo Merchán de Cuenca tiene a su cargo la Radio Mercurio.

El Grupo Mantilla propietario de Radio Quito.

Al llegar al medio preferido por la mayoría de gente en el Ecuador, la televisión, que se puede decir que comenzó siendo parte de gente con mucho dinero que pudo importar los aparatos suficientes para que se desarrollara en el Ecuador un medio muy novedoso desde la época en que fue fundado ya hace un cincuenteno. Y esto ha continuado desde entonces debido a que los propietarios de comunicación son empresas inmensas dedicadas a vender spots publicitarios con miles de comercializadores a nivel nacional que sacan rédito a lo que este medio desde sus inicios ha venido demostrando.

“En la era de la comunicación, la televisión juega un rol fundamental. El control desde el poder de empresa en construir una opinión pública teledirigida, en donde se crean monopolios de temas, fuentes, y actores de opinión orientados a generar un pensamiento único, hegemónico que deslegitima y que procura reducir otras formas de pensar y actuar, hecho que se evidencia en la proliferación de los llamados “reality shows”.”¹¹

La televisión a pesar de las grandes críticas que ha tenido a lo largo de los años, es uno de los medios más vendidos, más explotados, y más desarrollados a nivel mundial. Es un medio de vagos según los críticos han afirmado y que no tiene punto de comparación con la prensa escrita. Sin embargo en nuestro país un canal de televisión de los principales y por ende de los que tienen más rating a

¹¹ Vázquez, L.; Saltos N. (2003-2004), *Ecuador: su realidad*, Quito-Ecuador: Fundación “José Peralta”, p. 324

nivel nacional puede estar costando una fortuna. En nuestro país el grupo económico Isaiás, era el propietario de una cadena de medios de comunicación y entre ellos estaban dos canales de alto rating nacional y varias empresas más pero todas estas compañías fueron incautadas por el Estado y ahora son administradas por sectores pertenecientes al Gobierno.

El control monopólico de este medio de comunicación en nuestro país es muy grande. Un detalle de canales y sus respectivos propietarios:

Gamavisión y TC Televisión pertenecían al Grupo Isaiás, debido a la incautación de todos sus bienes estos pasaron a ser parte del Estado.

Teleamazonas propiedad del Grupo Egas está siendo vendida debido a la nueva Ley que estableció el Gobierno actual en la cual los dueños de entidades bancarias no podían ser propietarios de medios de comunicación.

Ecuavisa está bajo el manejo del Grupo Alvarado Roca que tienen como propiedad además canal 42 que es Ecuavisa Internacional y mantienen estrechos lazos con la cadena internacional Univisa.

Red Telesistema está controlada por el Grupo Muñoz Insua.

Canal Uno se encuentra controlado por el Grupo Rivas

Telerama y Red Nacional de TV se encuentra bajo el manejo del Grupo Eljuri.

Manavisión está controlada por el Grupo Zambrano, canal de la provincia de Manabí.

En los últimos años la empresa privada ha traído al país canales del extranjero que pueden ser instalados de manera terrestre o satelital. Esto consiste en el pago del alquiler de los equipos y una suscripción mensual por el servicio de estos canales. Varios años atrás había más de 50 empresas dedicadas a ofrecer este servicio. Sin embargo en la actualidad existen cuatro grandes empresas que tienen monopolizado este servicio, las mismas son: Direct Tv, TV Cable, Univisa y

la última que entro en el mercado, Telmex. Estas compañías manejan el 80% del mercado en televisión por cable. Cabe recalcar que la utilización de este servicio es muy limitado todavía ya que solo el 10 % de la población, es decir, alrededor de un millón y medio de personas usan este servicio de televisión pagada.

“El Ecuador a pesar de todos los límites que posee, no se mantiene alejado de las innovaciones tecnológicas, aunque éstas no tengan posibilidades de ser masivas. Así por ejemplo, la empresa norteamericana de comunicación Comsat, con Itinet del Ecuador han introducido el Planet 1, que es uno de los satélites de la red de cuatro satélites Inmarsat, ubicados estratégicamente en el planeta (América, Europa, África y Asia) que cubren la comunicación en el mundo, uno de ellos se halla sobre el Ecuador. Este sistema ofrece servicios satelitales de voz digital, fax, datos y correo electrónico, así como un canal de televisión.”¹²

El Internet desde sus inicios en el Ecuador siempre fue parte de empresas o instituciones, la mayoría venían de afuera en donde ya se habían consolidado y traían la idea de navegar sin embargo no tuvo mucho acogida en sus comienzos, estamos hablando de hace casi ya dos décadas, es el medio de comunicación a nivel general, más moderno podríamos así decirlo y que ha roto esquemas en los últimos años, debido a que en un comienzo era muy difícil que llegue a ser mediático por el hecho de que tienen que conjugarse ciertos factores para que sea un medio de masas pero a pesar de esto, actualmente cada vez se crean más compañías que ofrecen este servicio, sea con banda ancha, modem, inalámbrico o a través de un celular. Este medio de comunicación ha llegado a revolucionar el mundo y por ende éste país. Y por tal razón es que cada vez se ha ido haciendo más lucrativo el negocio de las operadoras de Internet y todas sus derivaciones. Interactive, Claro, Movistar, Telmex y CNT, que es una compañía mixta pero de administración estatal, son algunas de las operadoras que proveen este servicio y cada vez crecen más y más.

¹² Vásquez L.; Saltos N. (2003-2004). Ob. cit. p. 13.

Una vez que se ha abordado el tema específico de la propiedad de los medios más comunes en el país es necesario hablar acerca de la problemática que está atravesando nuestro país en estos días y ya desde hace algunos meses en los que hemos sido parte de varios enfrentamientos entre distintos poderes por un tema que involucra, no solo a los periodistas y comunicadores sino a los catorce millones de ecuatorianos que vivimos dentro del territorio nacional, bajo un Gobierno que está omitiendo ciertos derechos y entre ellos se encuentra la tan recurrida, libertad de expresión garantizada en la Constitución Política del Ecuador en su artículo 384 que dice:

“Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

*El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana”.*¹³

Los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública constituyen sustentos de la democracia y son parte del núcleo de la dignidad y autonomía de las personas que el Estado Constitucional está obligado a proteger. No hay democracia si los ciudadanos y ciudadanas no son libres para definir de la manera autónoma sus preferencias y voluntad política y la opinión

¹³ Corporación de Estudios y Publicaciones, (2010), *Constitución Política de la República del Ecuador*, Quito-Ecuador: Legislación Codificada, p. 248.

pública no surge de procesos deliberativos libres de coacción y presiones. “Sin la vigencia de estos derechos es imposible pensar en una sociedad plural, basada en el respeto a los demás y el ejercicio de la libertad en su acepción más amplia. Sin la protección y garantía de estos derechos, además, no sería factible el ejercicio de los demás derechos humanos, los mismos que requieren de un libre flujo de información, la expresión creativa de todas las manifestaciones individuales y colectivas de la sociedad y el acceso a la información sobre asuntos de interés público”.¹⁴

2.3 Mapas de medios/trabajos similares en el Mundo

De lo que se ha analizado en medios de información, existen varias páginas de diferentes países que poseen una forma de directorios que permite al usuario acceder a los medios de comunicación de la mayoría de los países ya que se puede acceder a una lista muy completa de todos los países que se encuentra dividida entre los cinco continentes, entonces al hacer un clic en cualquier país, esta misma página traslada al usuario directamente a donde están todos los medios de comunicación del país en búsqueda, clasificados en sus distintos tipos de actividad. Sin embargo esta página lo que hace es llevarlo directamente a la página web del medio de comunicación que se hizo clic, más no lo refiere a una información completa y seleccionada, de ahí dependerá de que tan completa sea la página de ese medio para que cualquier persona se sienta satisfecha con la información requerida.

¹⁴ OCLACC. (2009). *Comunicación, Cultura y Misión*. Quito-Ecuador: Abya Yala.

A manera que se encuentra páginas web que contienen información de todos los medios a nivel mundial, se encuentra también otras que tienen información a nivel de país y diferencian la capital con otras provincias. En estas, la información es algo más completa pero no deja de ser escueta debido a que existe una sección donde constan los datos de la empresa sin embargo no están todos los campos llenos, y solo se encuentran los más básicos como por ejemplo datos de ciudad, teléfono (en algunos), y dirección de email.

Por otro lado también se revisó una página que al parecer es de las más completas a nivel de país donde se maneja un directorio completo en donde se encuentran los principales datos que un usuario pueda requerir acerca de un medio de comunicación, totalmente clasificada la información y seleccionada de acuerdo al tipo de medio. Además no solo se encuentra medios de comunicación convencionales como en la mayoría de los otros portales sino también se tiene algunas otras agencias que en algún momento pueden ser de utilidad para contrastar información.

A pesar de la extensa búsqueda realizada en muchas páginas web, es muy difícil encontrar un portal que ofrezca información completa acerca de los medios de comunicación, la mayoría por no decir todas las páginas ofrecen un amplio directorio con datos muy básicos acerca del medio que se requiera. No existe ninguna página con toda la información de propietarios, donde conste su objeto social y su tipo de organización.

Existe una página en Internet, muy similar a la que se ha nombrado anteriormente la cual es muy completa con la información ya que en ésta se puede encontrar todos los medios del mundo. Es un Directorio donde se encuentran divididos por continentes y están todos los países pertenecientes a los cinco continentes. No obstante esta página no reúne la información del medio como tal sino que se encuentra un link para que el navegante pueda acceder a la información que genera el medio desde su página web. Además esta página cuenta con varios servicios tales como traducciones, desgrabaciones, servicios de prensa y

comunicación y correcciones. Cabe señalar que este sitio está bajo el dominio de una consultora de comunicación argentina y funciona ya diez años.

Se puede encontrar páginas similares a esta como la de Universia, en donde se encuentran separados por países (muy pocos) y se encuentran los diferentes medios, es decir prensa con diferentes secciones como deportiva, política, económica, general; y los otros medios tales como revistas, radio, televisión. Al igual que la anterior página ésta te lleva al enlace con la página originaria del medio. Tiene a la mayoría de países europeos y a Estados Unidos con sus medios más conocidos.

Y para concluir en España existe una página que se llama agenda de comunicación y en ésta se encuentran la mayoría de los medios de comunicación de todo el país. Pero aquí ya existe una información más completa que proporciona la dirección, los teléfonos, la persona con la que se puede contactar en el medio, las actividades y servicios que ofrece el mismo a través de su página web oficial.

2.4 Mapas de medios/trabajos similares en el Ecuador

Existe muy poca información acerca de un trabajo similar en Ecuador. Existe una o dos páginas máximo que hablan acerca de un mapa, si es que se puede decir así, de los medios a nivel nacional pero es más acerca de cómo están divididos los medios en cada provincia y en cada región del país a lo largo y ancho del territorio nacional. En esta página podemos distinguir a los distintos medios que se ubican principalmente en las provincias de Pichincha y Guayas, en el resto de las provincias se encuentra una minoría diferenciable. En la Sierra lo que más podemos encontrar son emisoras radiales, y en la costa a excepción de la provincia del Guayas tiene un escaso número de medios radiales al igual que en la región oriental.

El trabajo realizado por María Cristina Martínez en su página de Mapa de Medios de Comunicación del Ecuador¹⁵ podemos distinguir los diferentes medios a nivel nacional, mediante mapas geográficos se encuentran divididos la mayoría de medios y empresas de comunicación de la Sierra, Costa, Oriente y Región Insular. Divididos por regiones como señalamos anteriormente y en cada parte geográfica se encuentra la ubicación del medio o empresa. Sin embargo se encontró información exacta del medio en sí y constituye un trabajo meramente informativo para que el usuario analice y se informe acerca de la ubicación de un medio u otro. Las conclusiones que se puede incidir gracias a este mapa de los medios son que es un sitio totalmente general y meramente informativo para estadísticas y ubicaciones.

La televisión se encuentra concentrada en las dos grandes principales ciudades del país, Quito y Guayaquil y por tal motivo las estaciones se encuentran ubicadas en las mismas. Cuenca les sigue a estas dos ciudades sin embargo es irrelevante en cuanto a números se refiere.

Pocas agencias de publicidad y Marketing situadas, al igual que los medios televisivos, éstas se encuentran en las principales ciudades del país.

Otra página a nivel nacional es la del CODENPE¹⁶, Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, la misma que contempla un Directorio de Medios en Ecuador y que tiene como misión que la información recopilada sea de gran utilidad tanto para los propietarios de medios, como para los profesionales de la comunicación y demás instituciones que deseen ubicar y conocer las características generales de los diarios, estaciones de televisión y radioemisoras existentes en el país.

¹⁵ <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador> [Consulta 22-07-2011]

¹⁶ http://www.codenpe.gov.ec/index.php?option=com_remository&Itemid=624&func=showdown&id=1041&lang=es [22-07-2011]

Eso es todo en cuanto a trabajos similares que se han realizado en el Ecuador con base en los medios y sus ubicaciones en el territorio nacional ecuatoriano.

CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

- **3.1 Metodología**
 - **3.1.1 Técnica Empleada: Ficha.**
 - **3.1.2 Descripción de los medios y unidades asignadas a cada estudiante.**

<u>MEDIO DE COMUNICACIÓN</u>	<u>SECTOR QUE PERTENECE</u>
➤ REVISTA ACELERANDO	REVISTA
➤ RADIO ONDA AZUL	RADIO
➤ RADIO SUCESOS	RADIO
➤ RADIO CARACOL*	RADIO
➤ RADIO NOVEDADES	RADIO
➤ RADIO BRISA	RADIO
➤ PRODUCTORES INDEPENDIENTES	PRODUCTORA

➤ PRODUCTORES DEL SÓTANO*	PRODUCTORA
➤ EMAVUP S.A.*	AGENCIA MKT Y PUBLICIDAD
➤ SOLVENPUB S.A.	AGENCIA MKT Y PUBLICIDAD
➤ CONEXPERTISSE S.A.	AGENCIA MKT Y PUBLICIDAD
➤ ETRA COMUNICACIÓN	AGENCIA MKT Y PUBLICIDAD
➤ EVANO*	AGENCIA MKT Y PUBLICIDAD
➤ TV COLOR	TELEVISIÓN

***Medios a los cuales no pude llegar a entrevistar debido a que desaparecieron y no funcionan más (3), y medios que se negaron rotundamente a dar información.**

• **3.1.3 Variables**

- **Información general y legal**
- **Morfología de la empresa**
- **Recurso humano**
- **Productos y servicios que ofrece**

• **3.1.4 Procedimiento: (resumen-cronología)**

- **Sacar citas**

Desde inicios del mes de mayo hasta finales de éste se concretaron las citas con varios medios de comunicación. La situación no fue del todo fácil debido a que la mayoría de información proporcionada por la Universidad era obsoleta, caduca y errada. De todos los medios que fueron asignados el

80% de la información entregada sobre estos era incorrecta. Por tal motivo cada vez se prolongaba más el contacto y la cita que se debía realizar con el medio. En varias ocasiones los números de teléfonos del medio no contestaban o la persona que podría entregar esta información no se encontraba en ese momento y no se podía establecer una cita formal que proporcione la seguridad de llegar a ser atendidos y alcanzar los resultados anhelados. Hubo complicaciones también por las horas en que a veces el personal de los medios quería asignar la cita y lamentablemente se complicaba por el trabajo, hasta que se decidió sacar algunos días de vacación en el trabajo para poder asistir a las citas y también salir de viaje a visitar los medios de comunicación asignados fuera de la capital.

○ **Tipo de entrevista**

A finales del mes de mayo e inicios del mes de junio se comenzó a realizar las entrevistas a los diferentes medios de comunicación. La primera entrevista que se realizó fue al medio de comunicación TV COLOR, que pertenece al sector de TELEVISIÓN. Este medio estaba localizado en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi. Después de las debidas y varias averiguaciones a los moradores del sector, se concretó el arribo a una casa con un rótulo pequeño que llevaba el nombre del canal de televisión. Lamentablemente el Gerente de la compañía no se encontraba en ese momento que era casi medio día. Fue necesario regresar algunas horas más tarde para encontrar al mandamás del medio de comunicación y que pueda resolver todas las preguntas. El señor en un principio estaba reacio a la entrevista a pesar de haberle presentado el oficio entregado por la Universidad, en el cual señalaba todos los motivos de la entrevista y un agradecimiento a la persona que entregue esta valiosa información. Pasaron algunos minutos hasta que el Gerente se sienta cómodo y presto a dar todo tipo de información. Comenzó la entrevista con una persona mucho más cordial y servicial, de esta manera se fue completando todos los

espacios y en algunos intervalos preguntaba el señor si esto no tenía ningún tinte político o sería entregado al Gobierno para su revisión. En la mayoría de medios hubo preguntas como ésta y un temor generalizado a que éste trabajo investigativo tenga relación con el Gobierno de turno. Después de las explicaciones del caso y todas las respuestas embargadas de fines universitarios sin intereses ocultos se terminó con la entrevista y se agradeció muy amablemente al medio de comunicación y a su Gerente por contestar todas las preguntas de la ficha.

Así comenzó esta etapa de entrevistas, en la cual se procedió a seguir recorriendo en busca de lograr un mapa de comunicación del Ecuador. Poco a poco se fueron concretando entrevistas, la mayoría en Quito. Un lapso que duró hasta mediados del mes de junio.

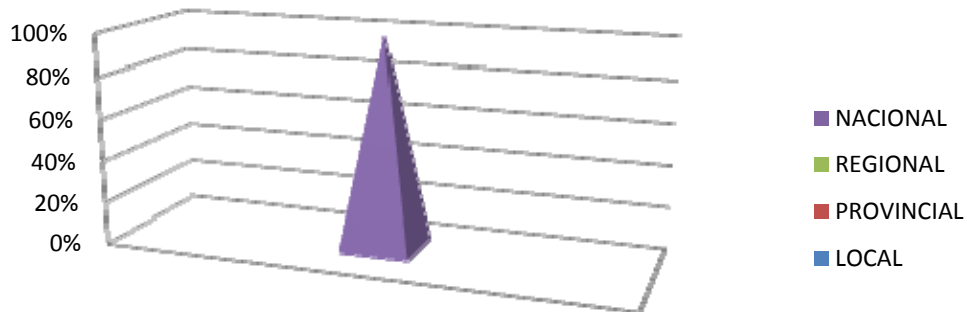
○ **Contraste de Información**

Esta parte se hizo una vez que se obtuvo casi toda la información recolectada de los medios de comunicación y se alcanzó un doble propósito puesto que cierta información de alguno que otro medio se encontraba incompleta entonces aquí se podría completar y al mismo tiempo contrastar la información que entregaron los medios. Fueron varias las herramientas utilizadas para estos fines. La Superintendencia de Compañías, el Servicio de Rentas Internas, la Agencia Maruri, la revista de medios de Rosalía Arteaga, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, entre otras.

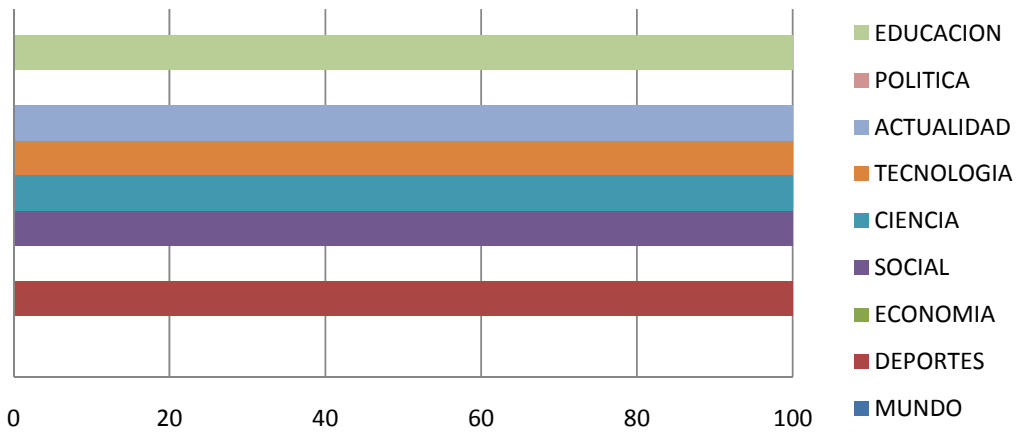
Uno de las variables más difíciles de entregar o que la gente no quería contestar fue la parte de Información General y Legal. Algunos medios se opusieron a entregar su número de Ruc o responder a qué tipo de organización social pertenecía. Sin embargo gracias a las herramientas

utilizadas pudimos completar la información y verificar si era verdaderamente cierta esta información.

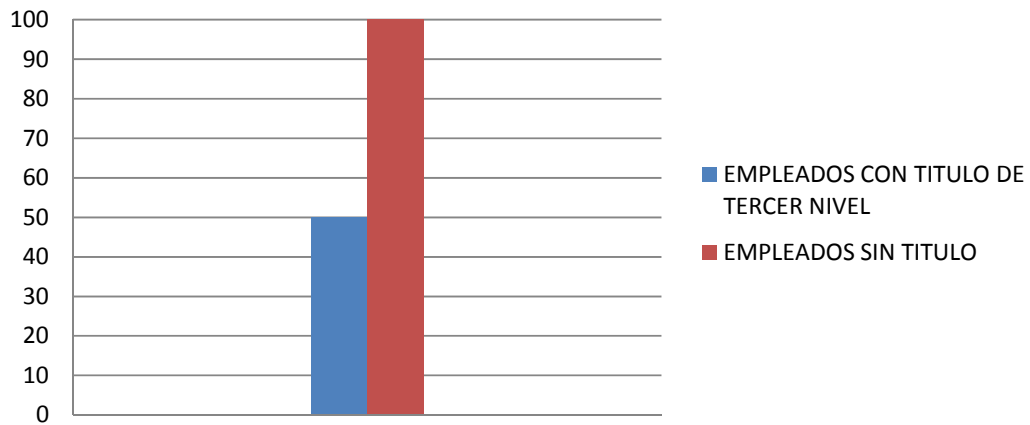
PRESENTACIÓN DE CUADROS ESTADÍSTICOS REVISTA ACELERANO COBERTURA



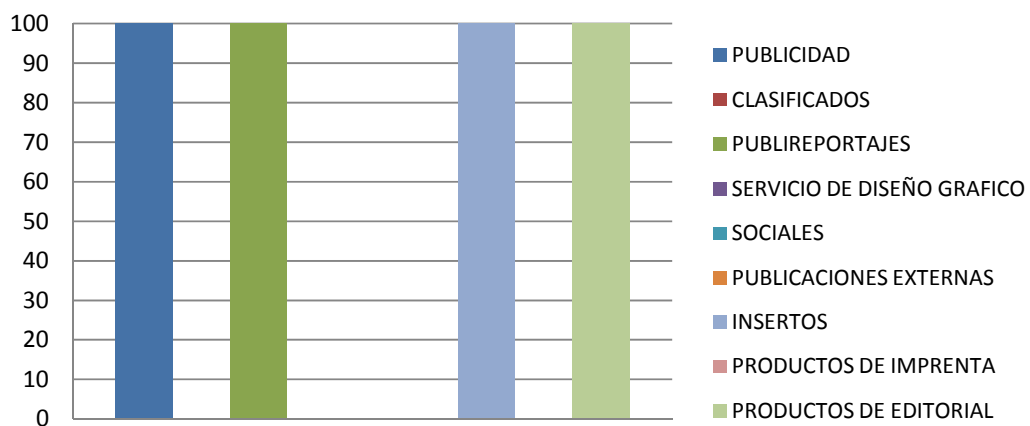
REVISTA ACELERANDO SECCIONES



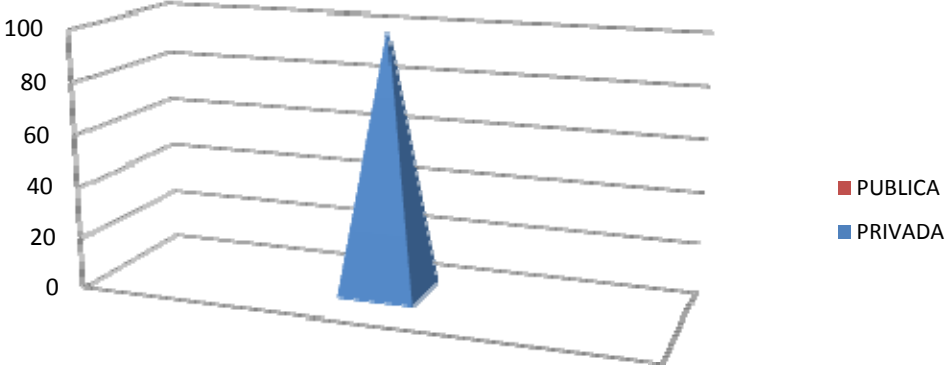
REVISTA ACELERANDO FORMACION ACÁDEMICA EMPLEADOS



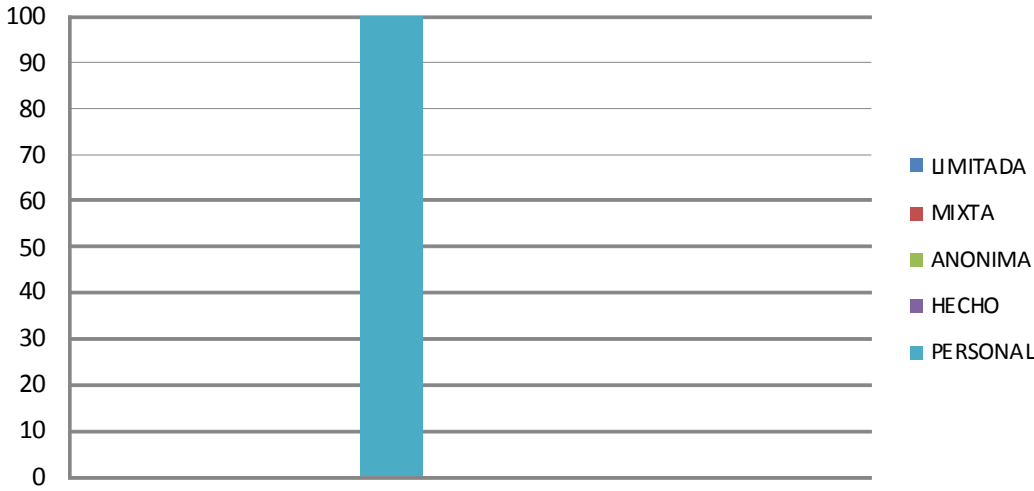
REVISTA ACELERANDO PRODUCTOS Y SERVICIOS



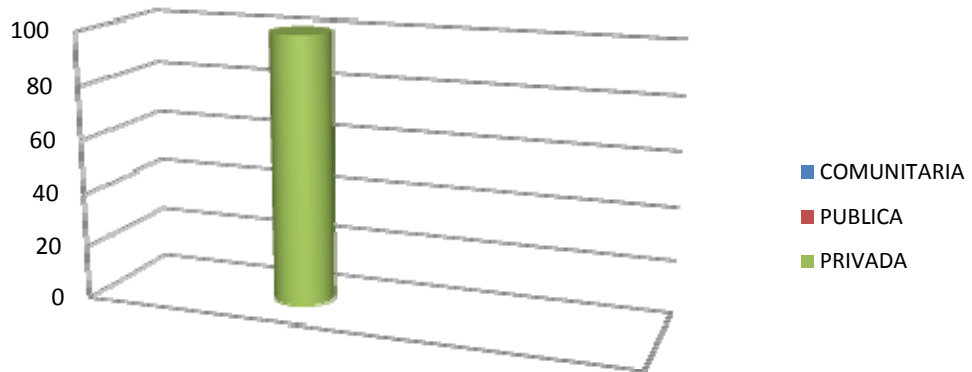
TV COLOR ORGANIZACION SOCIAL



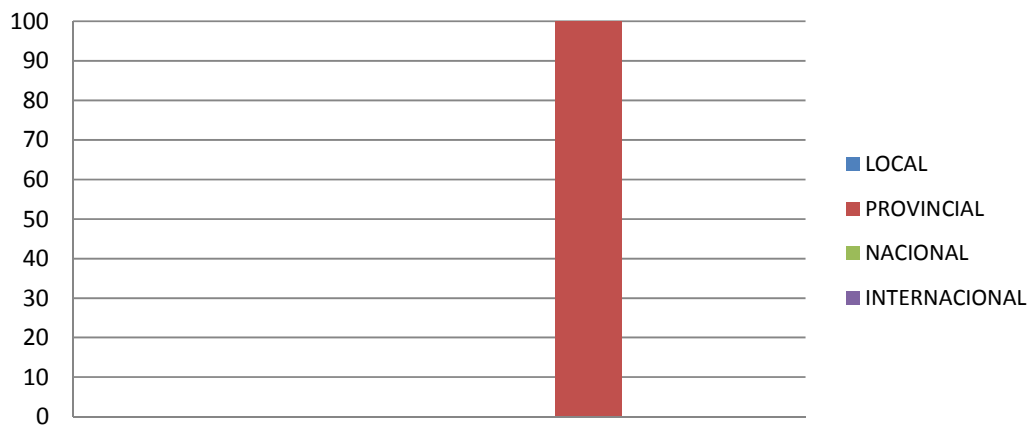
TV COLOR TIPO DE ORGANIZACION



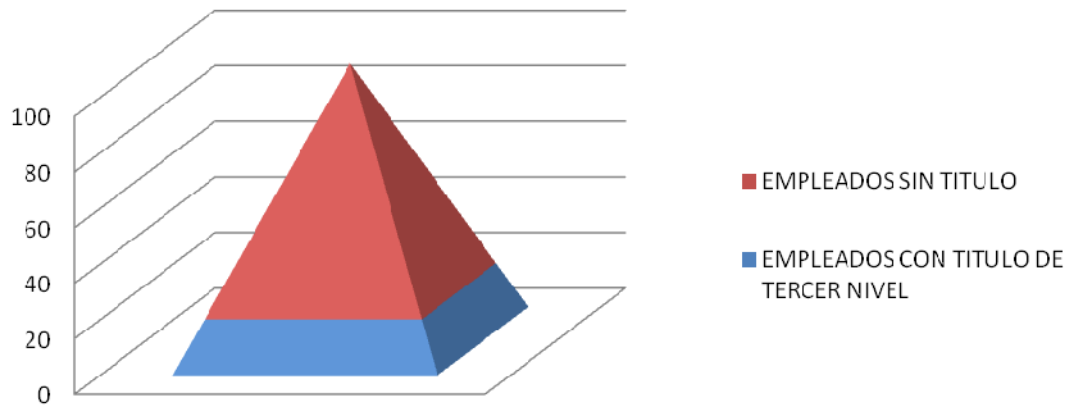
TV COLOR TIPO DE ESTACIÓN



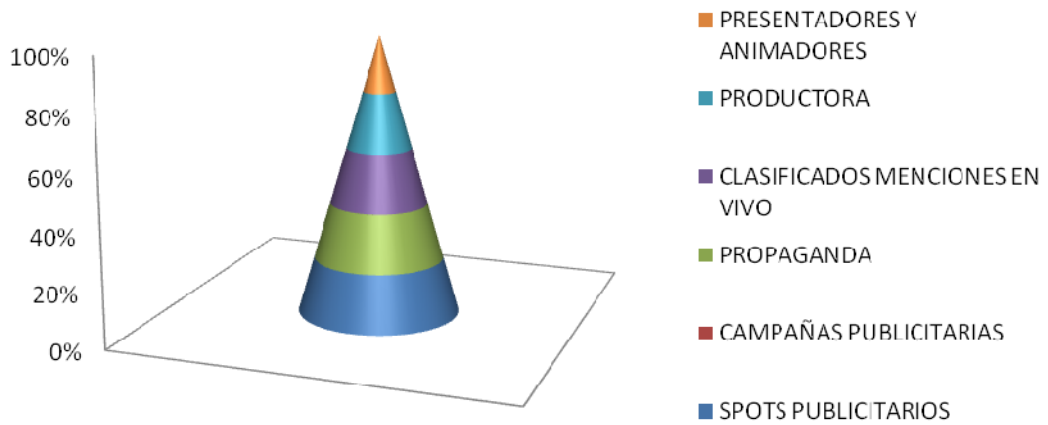
TV COLOR COBERTURA

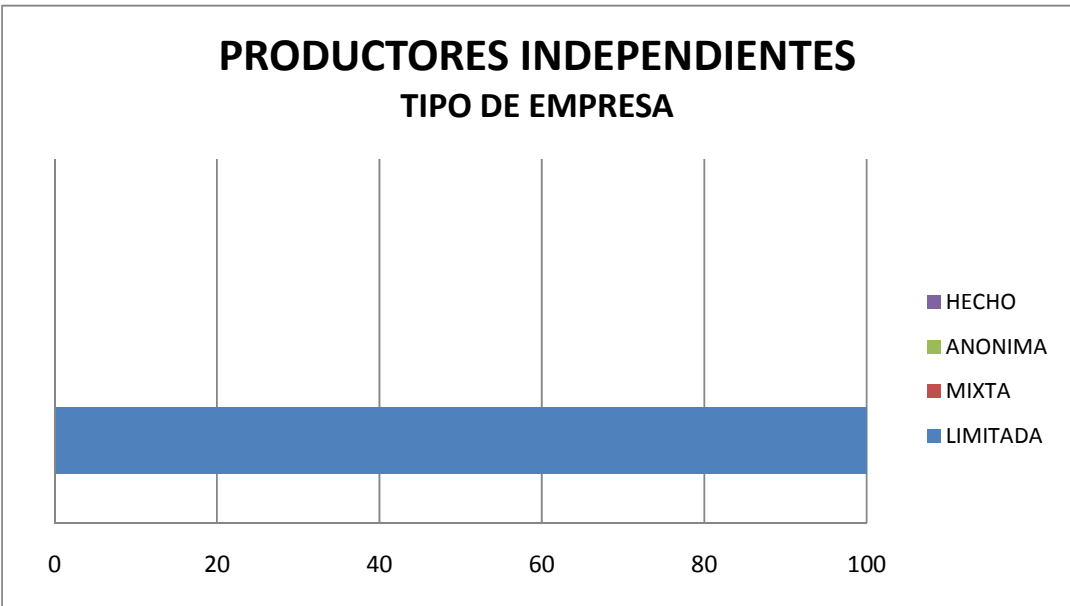


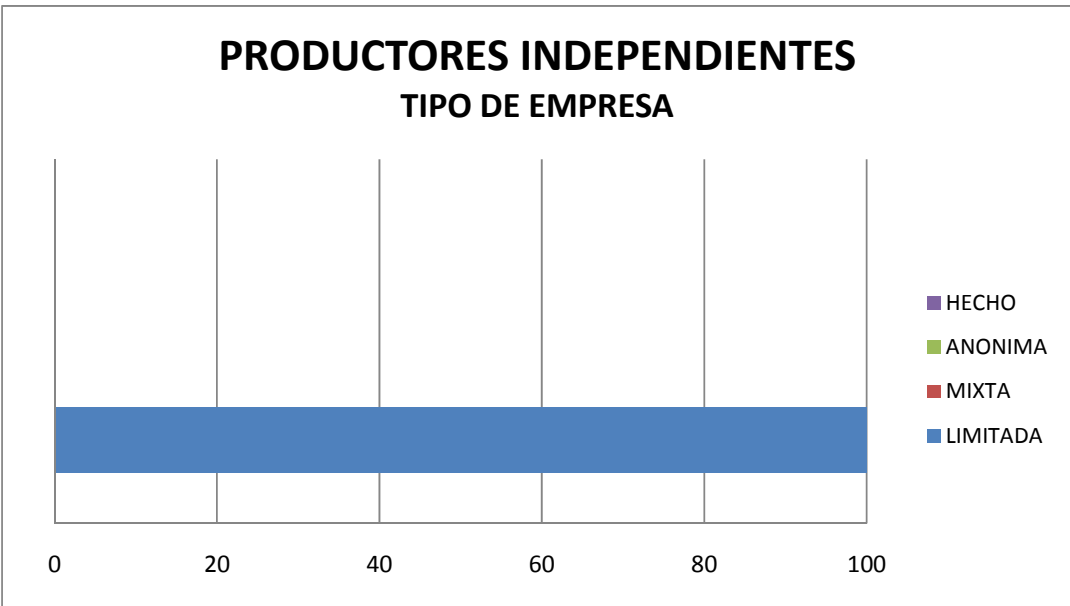
TV COLOR FORMACIÓN ACADÉMICA EMPLEADOS



TV COLOR PRODUCTOS Y SERVICIOS

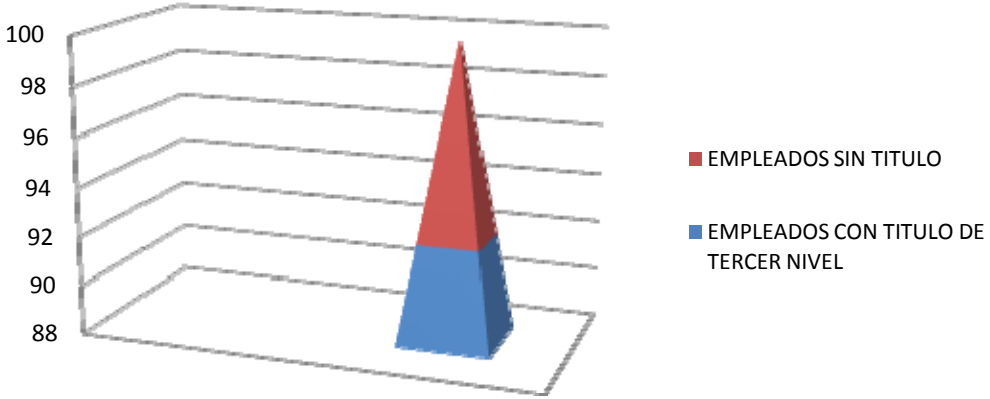




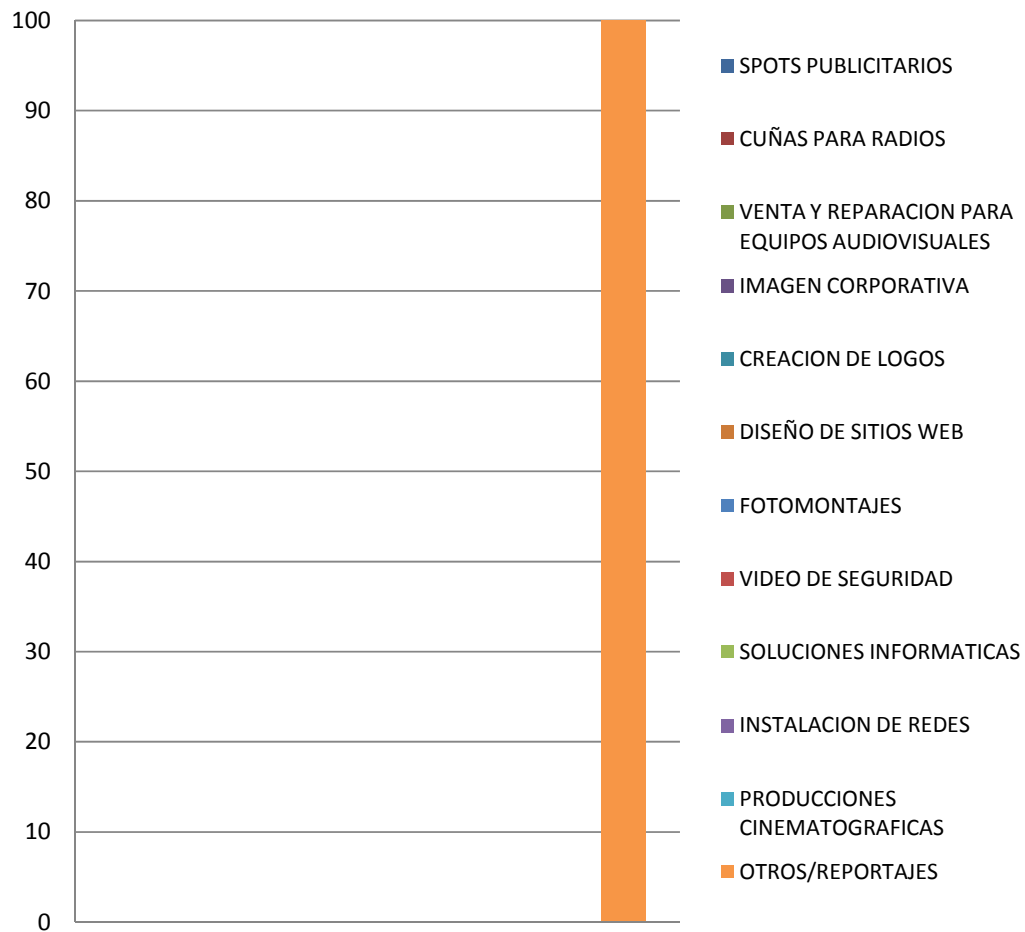


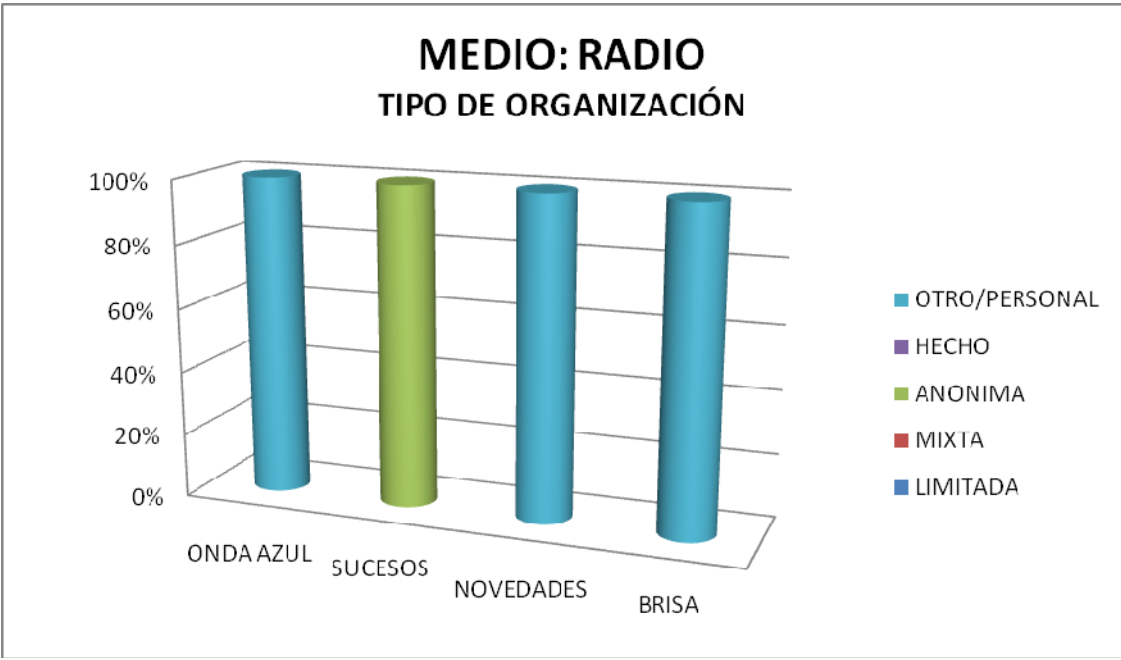
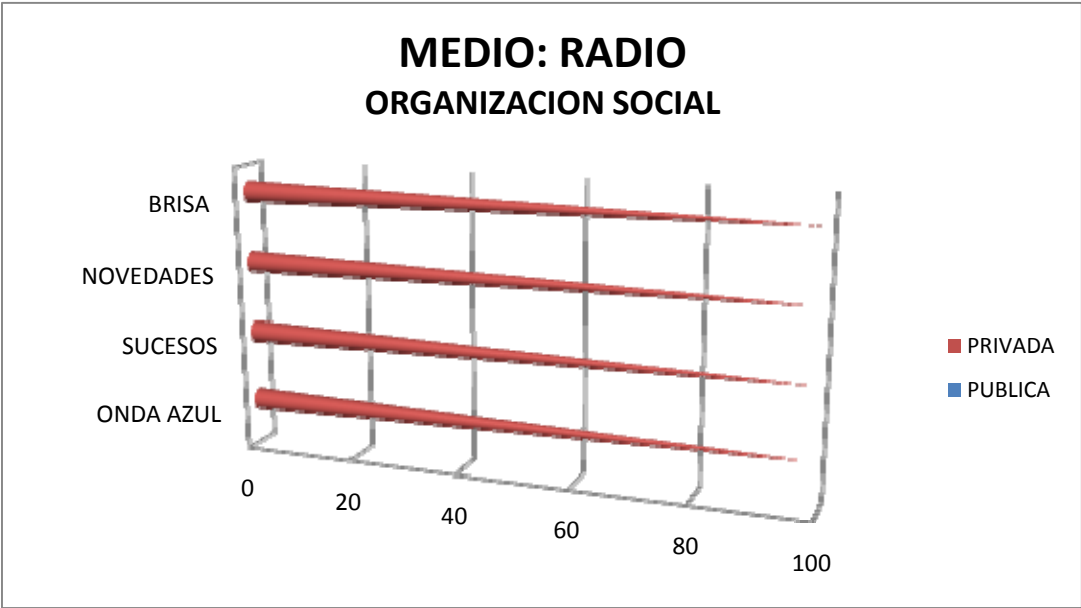
PRODUCTORES INDEPENDIENTES

FORMACIÓN ACADÉMICA EMPLEADOS

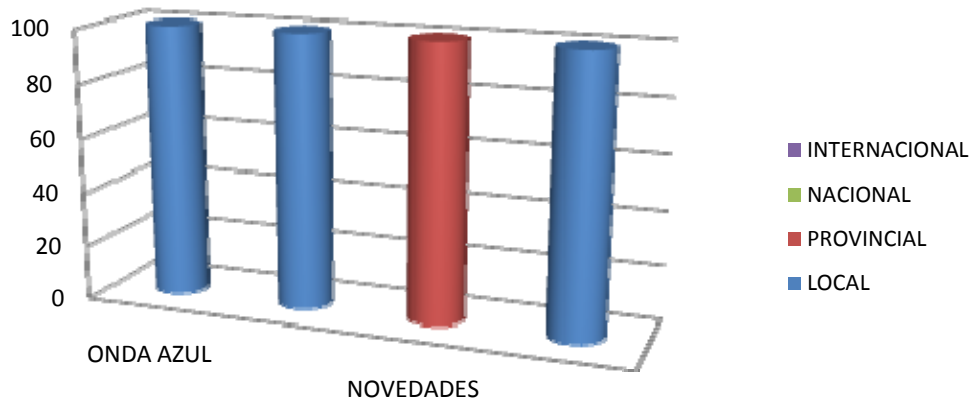


PRODUCTORES INDEPENDIENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS

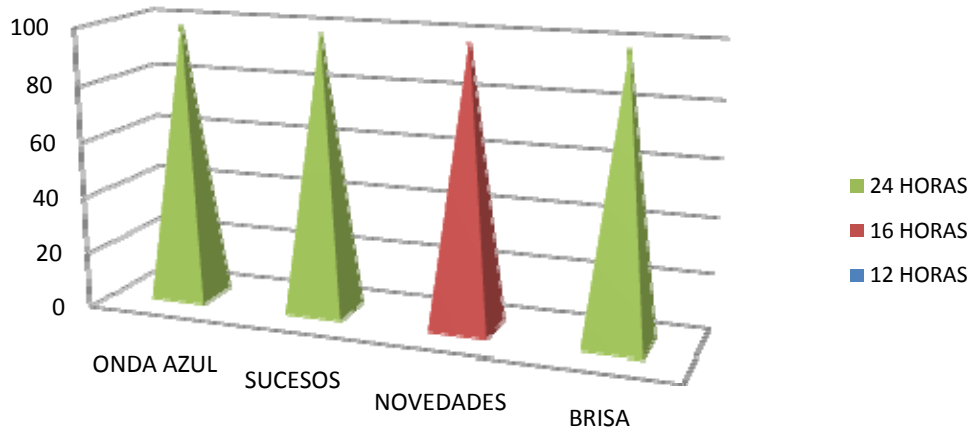




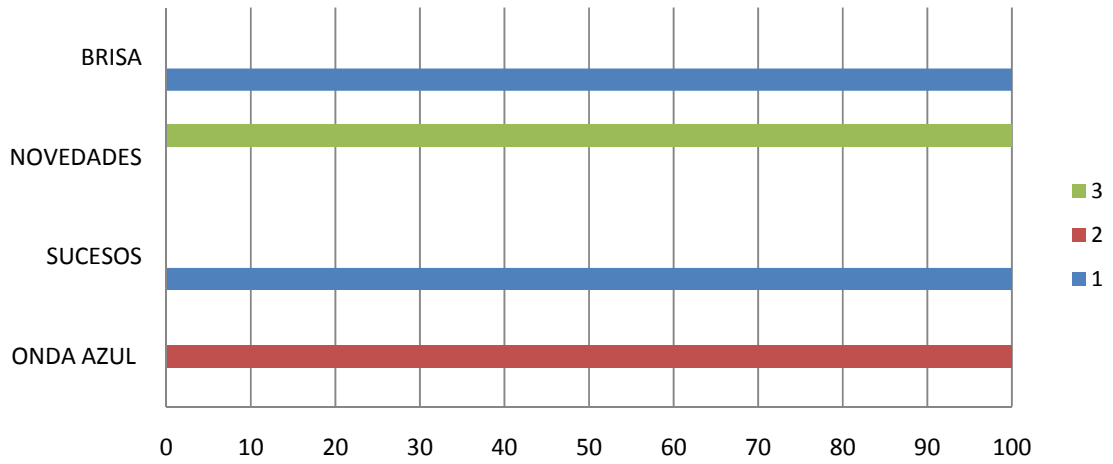
MEDIO: RADIO COBERTURA



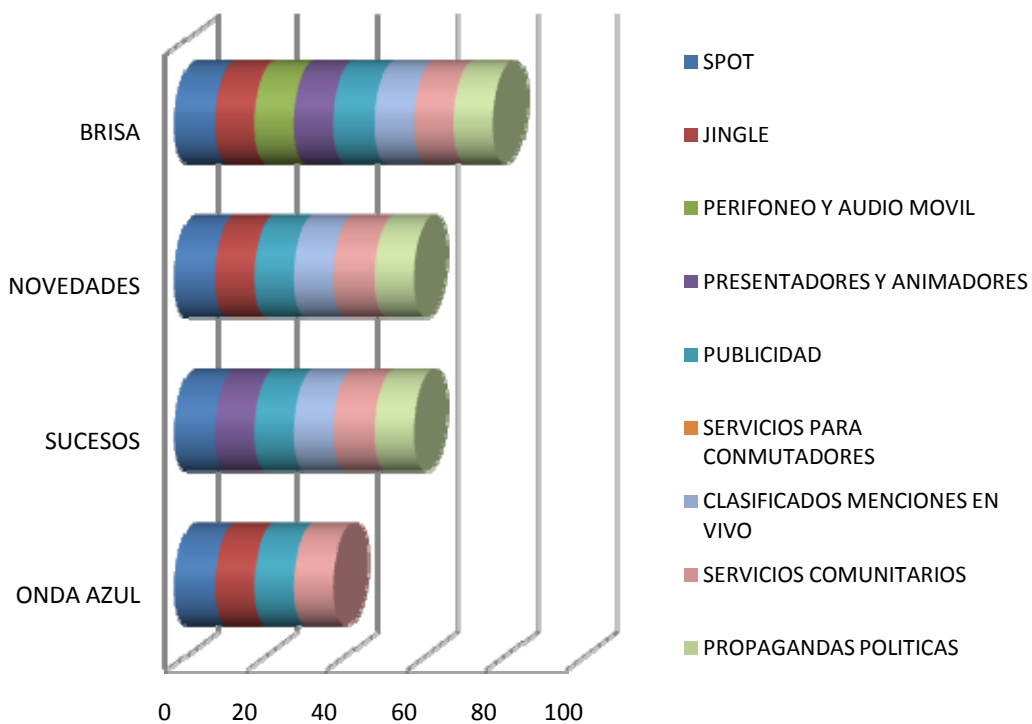
MEDIO: RADIO TIEMPO DE PROGRAMACIÓN AL DIA



MEDIO: RADIO
PERSONAL: DIRECTORES

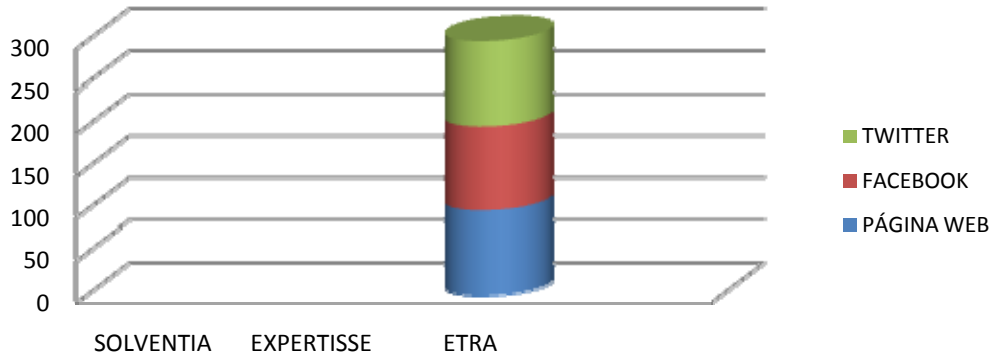


MEDIO: RADIO PRODUCTOS Y SERVICIOS



MEDIO: AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

PARTICIPACIÓN TECNOLÓGICA

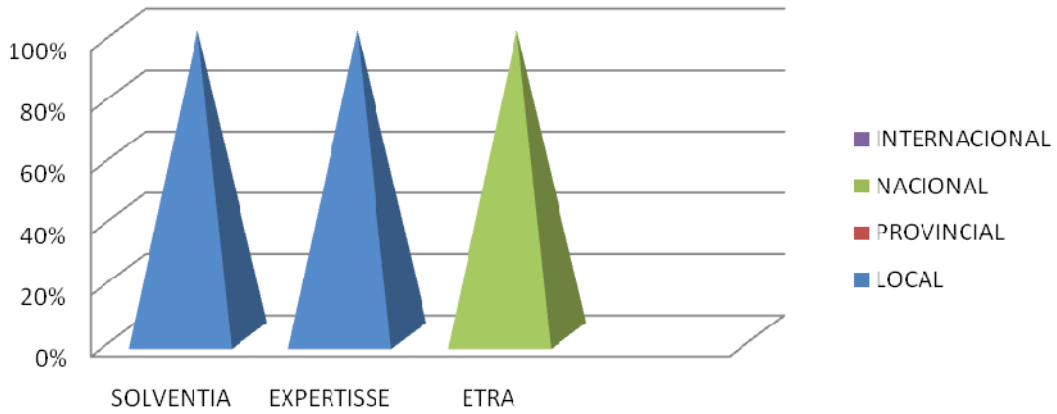


MEDIO: AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

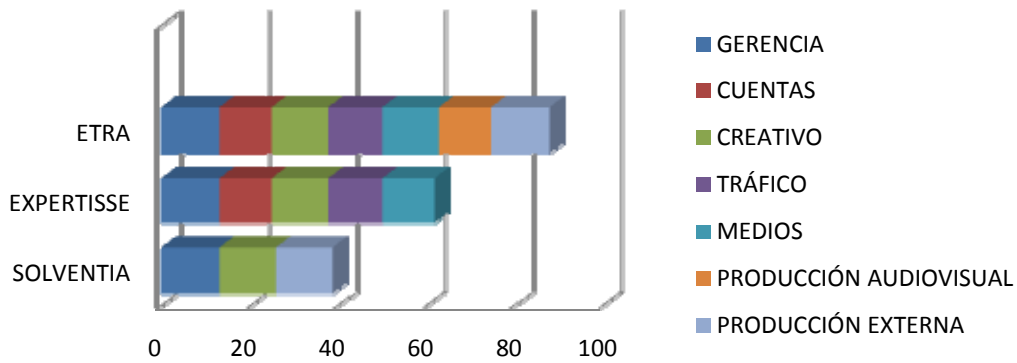
¿PERTENECEN A UN GRUPO DE EMPRESAS?



MEDIO: AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD TIPO DE AGENCIA

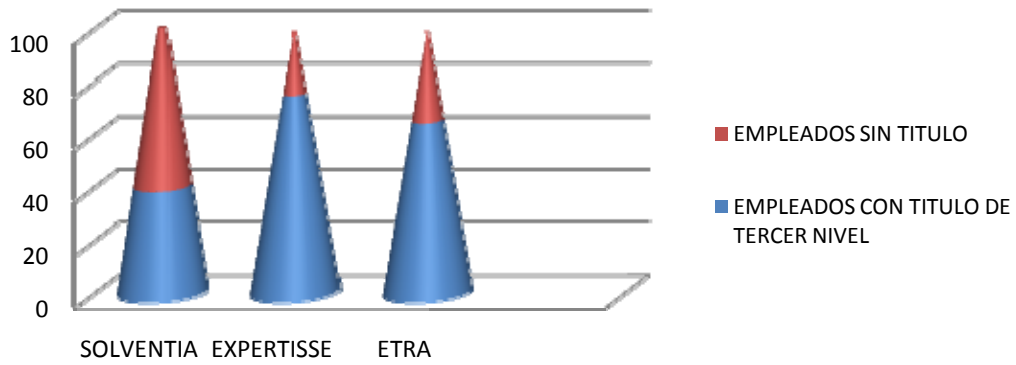


MEDIO: AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD AREAS O DEPARTAMENTOS



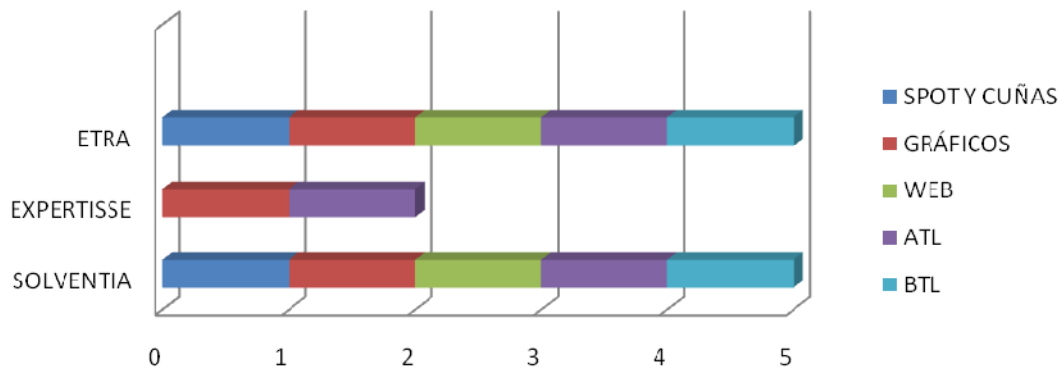
MEDIO: AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

FORMACIÓN ACÁDEMICA EMPLEADOS

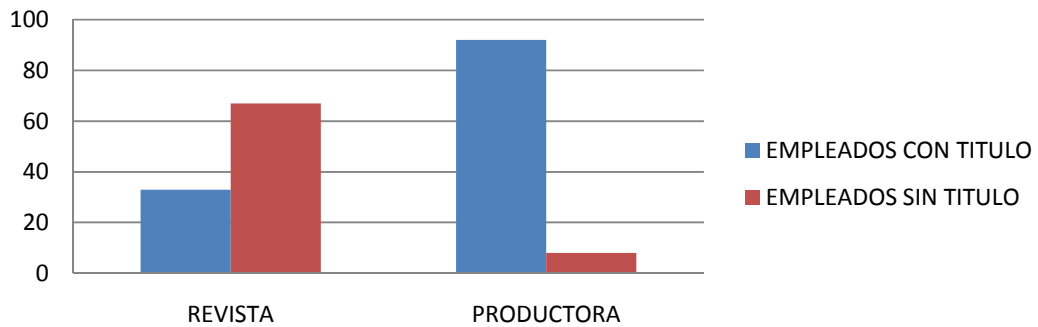


MEDIO: AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

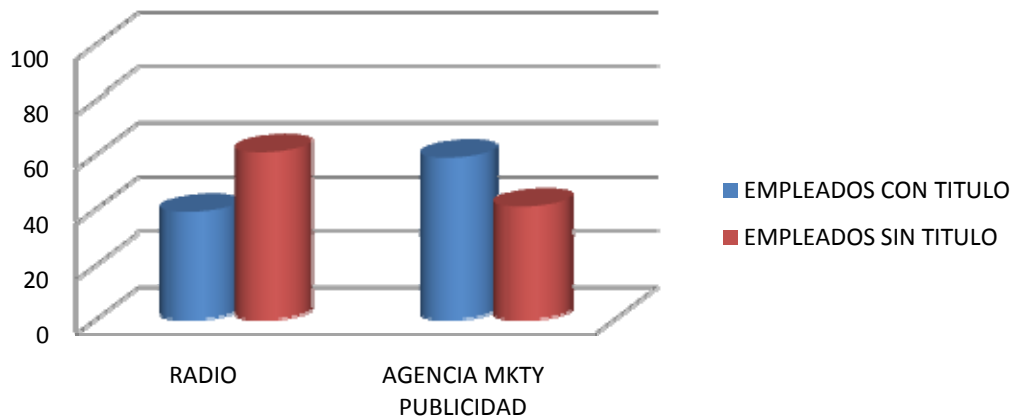
SERVICIOS DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS



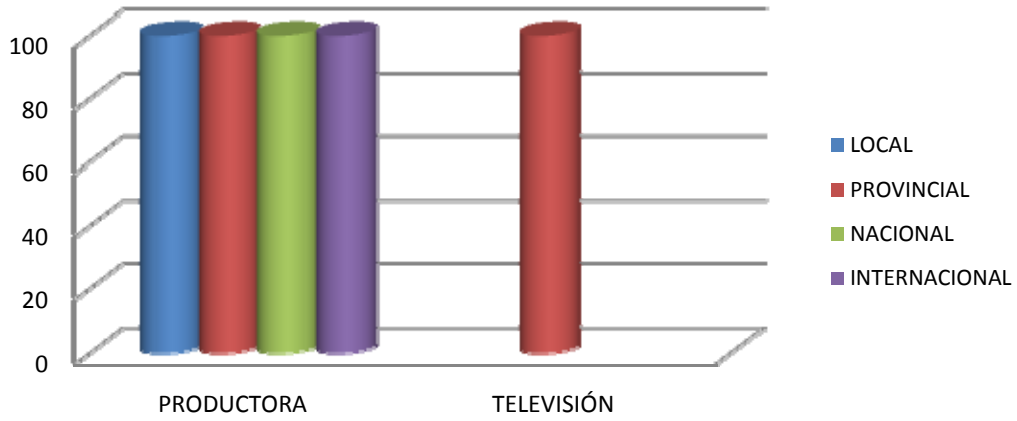
**PRESENTACIÓN DE CRUCES DE
INFORMACIÓN
REVISTA/PRODUCTORA
EMPELEADOS CON TITULO Y EMPLEADOS SIN TITULO**



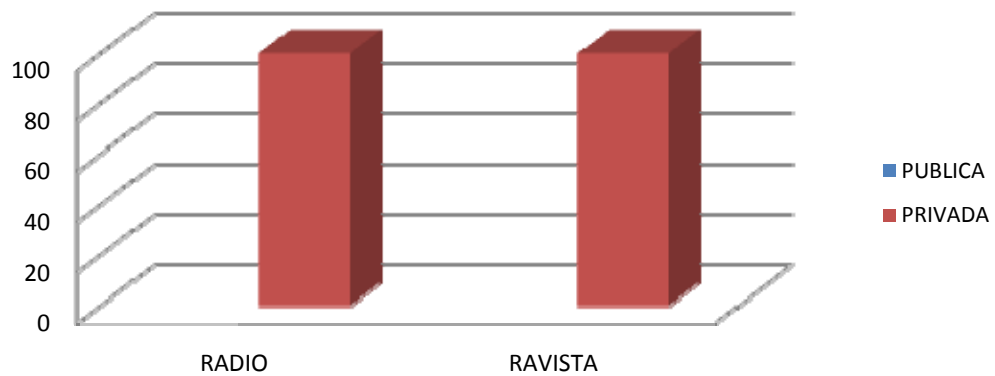
**RADIO/AGENCIA MKT Y PUBLICIDAD
EMPLEADOS CON TITULO Y EMPLEADOS SIN TITULO**



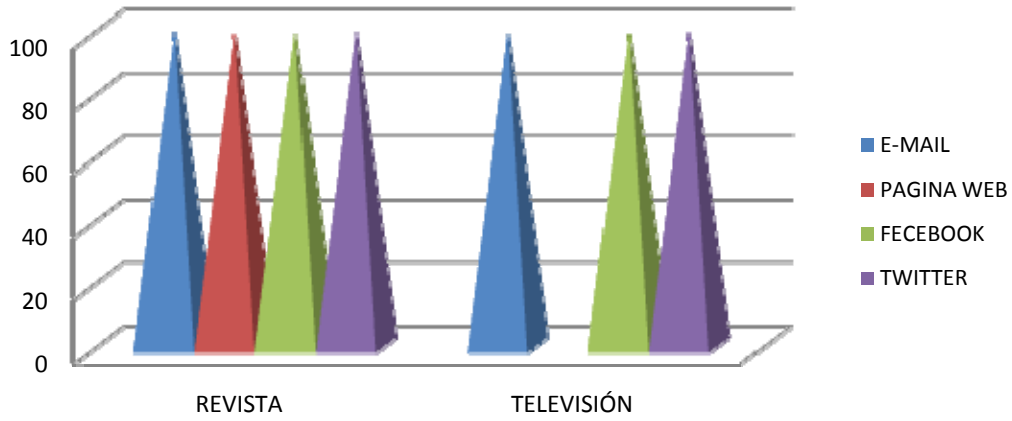
PRODUCTORA/TELEVISIÓN COBERTURA



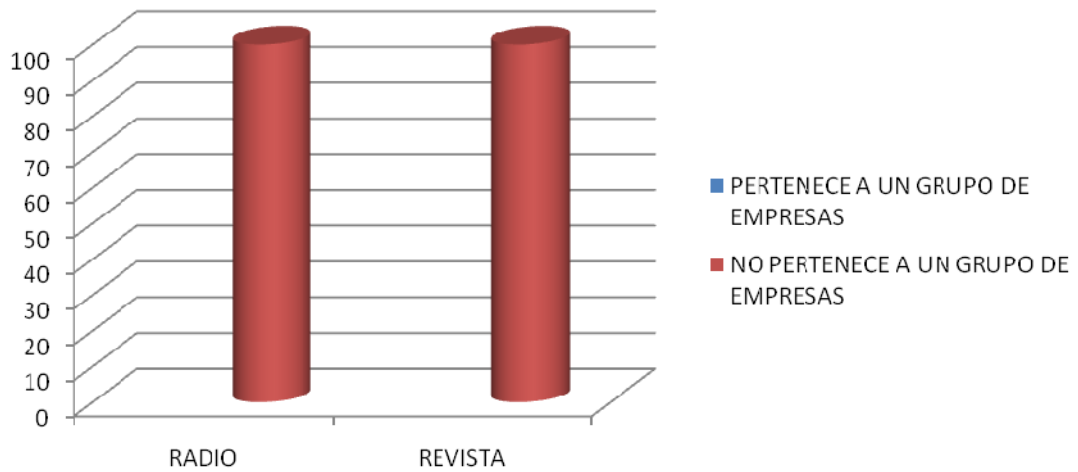
RADIO/REVISTA ORGANIZACIÓN SOCIAL



REVISTA/TELEVISIÓN PARTICIPACIÓN TECNOLÓGICA



RADIO/REVISTA ¿PERTENECE A UN GRUPO DE EMPRESAS?



CAPÍTULO IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE LOS RESULTADOS

• 4.1 De los medios y empresas investigadas:

Desde el comienzo se tenía conocimiento que esta tesis iba a ser un trabajo extenuante en la parte investigativa y desde aquí comenzaba nuestra labor de periodistas en donde se tiene que ser veraz con la información presentada, incisivos en la investigación que se realiza y perseverantes ante las dificultades que se presenten. No se puede decaer ante la primera mala experiencia que se podría tener en la situación a la que se enfrentaba de ser un completo desconocido que va a un medio o empresa de comunicación y como fin principal tiene el recabar datos, algunos generales y otros específicos. Lamentablemente se atraviesa una época en la que es muy difícil obtener información sin algo a cambio. El Gobierno de turno en nuestro país es uno de los principales culpables de este hecho debido a toda la inseguridad y cambios bruscos que se viven constantemente. La gente en general no siente ya confianza o no se siente segura por lo que pueda pasar motivo de las nuevas tendencias que maneja el Estado y sus funcionarios. Si la libertad la tenemos coartada no se diga nuestros bienes, propiedades, empresas, etc. Tal es así que en cada medio que se visitó la primera pregunta que las personas formulaban era si es que formábamos parte del Gobierno o eran encuestas políticas. El temor y la inseguridad que siente la persona a cargo de un establecimiento se demostraba en su aspereza para atender y ser parte de una entrevista. No obstante tras varios rechazos, citas frustradas o contestaciones que aplazaban cada vez más una posible visita al medio, se iban concretando varias citas para realizar las entrevistas. El primer medio que se entrevistó fue

fuera de la ciudad de Quito, como se dijo anteriormente nos desplazamos a Latacunga y se realizó la visita a TV COLOR, un canal de televisión que se transmite mediante UHF de manera local, es decir solo para esta ciudad. Un informalismo reluciente fue lo que primero vino a la mente, atendidos en un lugar muy incómodo y desarreglado. A pesar de todas estas circunstancias, este medio es el que más empleados tiene a su cargo, un total de 28 empleados, lo sorprendente es que 23 de ellos no tienen título de tercer nivel y solo 5 de ellos han estudiado en una Universidad y han adquirido su título. De la variable más difícil a consultar fue la de Información General y Legal como ya se ha dicho anteriormente, el Gerente tuvo dificultad en recordar la fecha de fundación del medio y hasta tenía que comunicarse con otras personas para entregarnos el dato. La razón social respondió que era la misma que la del nombre comercial, y al contrastar la información no es la misma y TV COLOR no existe como empresa sino que está a cargo de una persona natural obligada sí a llevar contabilidad en el Servicio de Rentas Internas SRI.

El segundo medio que se entrevistó fue RADIO NOVEDADES en la misma ciudad de Latacunga, una Radio que tiene ya varios años en funcionamiento. Recibidos por la secretaria del Gerente quien supo manifestar que ella podía dar toda la información necesaria ya que su Jefe tuvo que salir de urgencia. Al igual que en el otro medio, la razón social proporcionada no era la que consta en la página del SRI, lleva el nombre del propietario e igual no tiene empresa formada. Esta radio no tiene ninguna participación tecnológica al igual que la mayoría que se consultó, no tiene blog, página web, facebook, twitter. Al consultar los propietarios del medio no quiso contestar la secretaria y tuvo que llamar al gerente en ese momento para saber si podía responder. Hubo problema en clasificar al personal ya que como en éste y muchos medios más, algunos empleados hacían las veces de gerente, director, personal administrativo, o de diferentes maneras se sorteaban las calidades hasta que una persona podía tener 4 cargos. Su cobertura es provincial y trabajan solo 16 horas al día.

El tercer medio que se entrevistó fue RADIO BRISA un poco más alejado de Latacunga sin embargo por el mismo sector de la sierra ecuatoriana, en el cantón Salcedo en la provincia de Cotopaxi se ubico a esta radio en el penthouse de un edificio de 3 pisos, después de varios intentos para comunicarse se permitió el ingreso, estaba solo el programador. El propietario se encontraba de viaje en la costa sin embargo este señor proporcionó el numero celular para que se realice la entrevista a quien sabía todo acerca de este medio. Respondió todas las preguntas sin ningún rechazo ni objeción. A pesar de ser una radio pequeña en su espacio, los productos y servicios que ofrecen son varios. Es una radio que tiene ya diez años de funcionamiento, privada como todos los medios asignados, con cobertura local y al igual que en las otras su razón social es la de persona natural.

El cuarto medio que se entrevistó fue otra radio, RADIO ONDA AZUL, ubicada en la ciudad de Quito en el sector del centro. Un barrio muy peligroso por lo lejano que era el lugar y desconocido totalmente. Al golpear la puerta salió un señor con una actitud totalmente hermética, que ni siquiera nos dejó entrar y se realizó la entrevista a la intemperie. Adujo que los dueños se encontraban de viaje en Europa por dos meses y que estaba solo él en ese momento. Se realizó rápidamente las preguntas, algunas como la del ruc, tipo de organización y razón social pero se rehusó a contestar. Pocos empleados trabajan en esta emisora y algunos de ellos desempeñan varios cargos. Es de cobertura local y su tiempo de programación es de 24 horas al día.

El quinto medio entrevistado fue la productora audiovisual PRODUCTORES INDEPENDIENTES, una empresa muy bien constituida, fundada hace más de 30 años. Al comienzo fue difícil el contacto, la Gerente dijo que se le envíe por mail las fichas para saber de que se trataban las preguntas. Se envió adjunto el documento vía mail pero no tuvimos respuesta alguna. Se realizó la visita a la productora días después y no estuvo ella. Se realizó una segunda visita a semana seguida y se pudo entrevistar a la Gerente de la compañía. Es una empresa privada, de tipo limitada en la que trabajan varios empleados, un total

de 25. Sin embargo hay una gran diferencia con el canal que se entrevistó en Latacunga, la mayoría de los empleados, 23 tienen título universitario y solo dos no lo tienen. Han ganado varios premios, a nivel nacional el premio ITV y a nivel internacional el premio Rey de España y Global 500 otorgado por las Naciones Unidas.

El sexto medio entrevistado fue la agencia ETRA COMUNICACIÓN, ubicada en la ciudad de Quito dentro del Distrito Metropolitano; es una agencia de marketing y publicidad y definitivamente fue la mejor empresa entrevistada debido a la transparencia y amabilidad recibida desde el primer momento en que se logró el contacto. Es una empresa fundada en el año 2000, con bastante experiencia en su labor, tienen a cargo 8 cuentas nacionales y 8 cuentas internaciones. Esto dista mucho de sus semejantes que se logró entrevistar que tienen menos cuentas nacionales y cero internacionales. Es una empresa privada muy bien formada, de tipo limitada que cuenta con mucha participación tecnológica en las redes sociales además de mail y página web. Trabaja en un ámbito nacional, es decir en todo el país. A diferencia de las otras agencias que se visitó que son solo locales. Y tiene una misión bien establecida.

El séptimo medio entrevistado fue SOLVENTIA, ubicado en la ciudad de Quito en el cantón de Sangolqui, un poco alejado de la ciudad. Es una empresa familiar de marketing y publicidad, fundada recientemente, no tiene participación tecnológica de ningún punto. Su organización social es privada de tipo anónima, no tiene sucursales y trabaja en el ámbito local. Tiene varios empleados, algunos de ellos realizan varias funciones como se ha señalado de otras empresas igual. Trabajan 11 empleados de los cuales 7 tienen título de tercer nivel y cuatro no lo tienen.

El octavo medio al cual se entrevistó y hubo muy buena atención fue EXPERTISSE, ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, una agencia privada de marketing y publicidad la cual es novata en esta rama, no tiene

tampoco redes sociales ni pagina web. Se desenvuelve en el ámbito local y no posee ninguna sucursal. Maneja 5 cuentas nacionales y ninguna cuenta internacional.

El noveno medio de comunicación entrevistado fue RADIO SUCESOS, una empresa bien formada, es el único medio de las radios que está conformado como empresa privada de tipo anónima. Su Gerente General respondió muy amablemente a las preguntas de las fichas. La radio tiene algunos socios, su cobertura es de 24 horas al día. Tiene cero repetidoras al igual que las demás radios. El tipo de estación es comercial y la emisora es en FM.

El decimo y último medio entrevistado fue la REVISTA ACELERANDO, después de varios encuentros frustrados por las ocupaciones del Gerente Propietario y del medio de comunicación. Hubo que esperar más de tres semanas para lograr la entrevista, debido al cierre de edición de la misma. Es una empresa privada de tipo limitada que ya funciona varios años en el país. Tiene cobertura en todo el país. Su formato es en A4 y la frecuencia de circulación es bimensual. Tiene participación tecnológica con página web muy bien creada que tiene hasta canal propio además de las principales redes sociales facebook y twitter.

La empresa EMAVUP S.A. agencia de marketing y publicidad ya no funciona en el país debido a que se constató la dirección proporcionada por la Universidad y es la misma que consta en la página del SRI y de la Superintendencia de Compañías. Se realizó la visita y en el lugar dice: "se arrienda". Un vecino de la casa de al lado dijo que ya hace un año que no funciona esta empresa y que dejaron de funcionar debido a varios problemas.

La productora PRODUCTORES DEL SÓTANO tampoco funciona ya en el país. Los números telefónicos nunca contestaron por tal motivo se realizó la visita a la dirección indicada y no se encontró el edificio donde funcionaba. Sin embargo dos personas de este edificio dijeron que hace bastante tiempo que

no funciona esta productora, se consultó con el SRI y el estado del establecimiento se encuentra cerrado.

El otro medio desaparecido es RADIO CARACOL frecuencia AM funcionaba en la ciudad de Quito en el sector del centro. El número telefónico proporcionado por la Universidad no contesta, se consultó en la Agencia de publicidad y marketing, Mi agencia.net, el SRI y la Superintendencia de Compañías y proporcionan la misma información con el mismo número de teléfono.

Y la compañía EVANO CIA. LTDA. agencia de marketing y publicidad, ocurrió una situación muy diferente debido a que se llamo a la empresa y se solicitó hablar con el Gerente de la compañía, previa identificación. Se obtuvo como respuesta que están muy ocupados y que no pueden atender. Se volvió a llamar a los pocos días, volvieron a cerrar el teléfono después de ser identificado. Se obtuvo la dirección en la página web de la Superintendencia de Compañías ya que la proporcionada por la Universidad se encontraba incorrecta. Se realizó la visita al medio, tras varios timbres, contestó una señorita a la que se le dijo que había un oficio firmado por las autoridades de la Universidad pero desde el citófono dijeron que no podían ayudar y que no se insista más.

Al realizar un análisis de la información cruzada entres todos los medios y las variables que se pueden destacar de las fichas, se encuentran algunos resultados que demuestran en cada sección ciertas diferencias. Por ejemplo en la parte de recursos humanos, se puede constatar que el personal sin título académico en la productora entrevistada es mucho menor que la Revista visitada. Existe una diferencia pronunciada ya que la Revista cuenta con 15 empleados de los cuales 10 no tienen titulo académico. Mientras que en la Productora trabajan más de 25 empleados y el 90% de ellos tienen un titulo de tercer nivel.

Lo mismo ocurre en la Radio donde hay un mayor número de empleados sin título académico que en las Agencias de Marketing donde está demostrado que este número varía entre una agencia y otra sin embargo el resultado siempre va a ser superior en número de empleados con título de tercer nivel, de lo que se constata en cualquier Radio.

En la sección General Y Legal de las empresas o medios de comunicación también se puede encontrar algunas diferencias como la participación tecnológica. La Revista que se entrevistó tiene pagina web, facebook, twitter, mail y blog; mientras que el canal de televisión solo tiene las redes sociales de facebook, twitter y pagina web.

Al cruzar toda la información recabada se puede obtener como un resultado asombroso que todos los medios y empresas de comunicación pertenecen al sector privado y ninguno pertenece al sector público. Sin embargo es de conocimiento que algunos medios, pocos en realidad, pertenecen al Estado y también de otros que tienen una figura mixta es decir, público y al mismo tiempo privado.

Y para concluir cabe destacar también que ningún medio de los entrevistados pertenece a un grupo de empresas, ni el medio de televisión, ninguna de las radios, tampoco las agencias y la Revista no pertenecen a un grupo social político o económico.

• 4.2 De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación:

Las aéreas investigadas en los diferentes medios y empresas de comunicación son varias y se tiene que ir diferenciando de unos medios con los otros.

En el caso del medio de comunicación de la radio, en todas se encuentra que hay un recurso humano, pero en unas se observa más empleados que en otras radios al igual que la formación académica de ciertos empleados no llega a la formación de tercer nivel.

El área de recursos humanos en todos los medios radiales que se entrevistaron es muy limitada y no pasa de 10 empleados como máximo en todas las estaciones. Las cuatro radios ofrecen el producto de spots, a más de prestar servicios a la comunidad. Y por supuesto todas ellas ofrecen publicidad. Se diferencian un poco en que Radio Sucesos y Radio Brisa tienen a presentadores y animadores mientras que Radio Onda Azul y Radio Novedades no lo tienen. Todas las radios menos Onda Azul ofrecen propagandas políticas. Sucesos es la única de las cuatro radios que no ofrece el producto del jingle.

En el caso de las Agencias de Marketing y Publicidad están, ETRA COMUNICACIÓN que tiene personal humano en todas las aéreas que son: Gerencia, Cuentas, Creativo, Tráfico, Medios, Producción Audiovisual, Producción Externa. En cambio SOLVENTIA PUBLICIDAD solo tiene áreas de Gerencia, Creativo y Producción Externa. Y Expertisse tiene la media entre las otras dos ya que tiene áreas de Gerencia, Cuentas, Creativo, Tráfico y Medios.

En la Productora audiovisual entrevistada, PRODUCTORES INDEPENDIENTES, su único objetivo y especialización son los reportajes. No ofrecen otro servicio o producto que si lo hacen otras productoras, sin embargo en esta rama han tenido grandes triunfos y reconocimientos a nivel nacional e internacional.

En la Revista ACELERANDO, no se encontró muchas áreas sin embargo su gerente informó que es un medio de comunicación especializado

totalmente en el área automotriz y el deporte motor en Ecuador y en el mundo.

En el canal TV COLOR, se especializan en varias áreas como los spots publicitarios, propagandas, clasificados menciones en vivo, productora, presentadores y animadores también es un área explotada por este medio.

CONCLUSIONES:

- Al comenzar a realizar el trabajo se hizo muy difícil encontrar bibliografía nacional para consultar, la historia, propiedad y demás de los medios de comunicación de Ecuador.
- La historia demuestra que los primeros medios de comunicación del país fueron los periódicos y las radios. Sin embargo a pesar de la aparición de los canales de televisión, el Internet y otros medios que brotaron con el boom de la tecnología, estos no han dejado de ser utilizados y mediatizados en el país.
- En los medios de comunicación ubicados en provincia se denota que existe un 80% de empleados que no tienen título de tercer nivel. Y en medios de comunicación de la ciudad capital el porcentaje de empleados con título de tercer nivel es del 70%. Esto es debido a la necesidad de trabajo que tiene la gente, sin poder alcanzar una educación completa en virtud de la situación económica del país, entonces tienen como fin ganar dinero para subsistir antes que seguir superándose.
- La totalidad, es decir el 100% de los medios que se entrevistó son de propiedad privada. Existen medios públicos también pero de los diez que se visitó, todos son privados; está marcada una tendencia. Se conoce de

medios públicos y de algunos que manejan una figura legal en su constitución, que es la forma mixta, juntando capital del Estado con capital privado.

- Es lamentable sacar conclusiones negativas pero esta es una de ellas. Se observó mucho temor en los medios y empresas que se entrevistó debido a la represión del Gobierno de turno. Es muy perceptible la sensación de incertidumbre y miedo que tienen los ciudadanos al responder preguntas acerca de su trabajo y sus respuestas no son del todo completas o veraces.
- El 80% de las radios – cuatro de cinco entrevistadas – no son constituidas como empresas. Y su razón social es el nombre del propietario.
- Debido a que el 85% de la población de nuestro país no tiene acceso a Internet, se observó que pocos medios y empresas de comunicación tienen una participación tecnológica completa y satisfactoria, más del 50% de los medios no tienen página web, facebook o twitter.
- Se constató que las empresas de comunicación legalmente establecidas, tienen una mayor y mejor organización que los medios de comunicación. Es decir, en medios como las radios entrevistadas que no eran empresas constituidas, se encontró mucha informalidad en su manera de actuar y de funcionar.
- La productora de televisión, Productores Independientes, se dedican al 100% al producto de reportajes nacionales e internacionales, que es el único que ofrecen y por ende el más demandado.
- El servicio más demandado que tienen los medios radiales es la publicidad, alcanzando un 80%, solo uno de ellos tiene como servicio más demandado los spots.

- En las Agencias de Marketing y Publicidad se encuentran varias diferencias en los productos que tienen más demanda, entre ellos la publicidad, los medios y la comunicación interna.

BIBLIOGRAFÍA:

- Unesco, (2011), *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador*. Quito-Ecuador: Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación.
- Wimmer, R.;Dominick, J.:(2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Buenos Aires-Argentina: Thomson.
- Domingo Ajenjo A. (2005), *Dirección y Gestión de Proyectos*. D.F.-México: Alfaomega.
- Nieto Alfonso; Iglesias Francisco, (2000), *La Empresa Informativa*. Barcelona-España: Ariel Comunicación.
- Amado Adriana, (2010), *Prensa y Comunicación. Relaciones informativas y responsables*. Buenos Aires-Argentina: Icrj'inclusiones.
- Sánchez Tabernero, A., (2000). *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Madrid-España: Cátedra Signo e imagen.
- Navas Marco, (2002). *Derechos fundamentales de la comunicación. Una visión ciudadana*. Quito-Ecuador: Abya Yala; Corporación Editora Nacional.
- Corporación de Estudios y Publicaciones, (2010), *Constitución Política de la República del Ecuador*, Quito- Ecuador: Legislación Codificada.
- Serrano, P.(2010). *Medios Violentos*. Quito-Ecuador: Quipus, CIESPAL.

- As Producciones. (2008). *Finger Print Ecuador Comunicación 2008*. Ecuador: Edimpres.
- Vásquez, L.; Saltos N. (2010-2011), *Ecuador: su realidad*, Quito-Ecuador: Fundación “José Peralta”, p. 331.
- OCLACC. (2009). *Comunicación, Cultura y Misión*. Quito-Ecuador: Abya Yala.
- Cardoso, M. (2009). *Historias de Radio*, Quito-Ecuador: Quipus, CIESPAL.

Páginas y sitios Web, Enlaces.-

- <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/component/content/article/44-libros/569-directorio-de-la-comunicacion-ecuador-2011.html>
- <http://www.mediosmedios.com.ar/agenda.htm>
- <http://www.comminit.com/es/node/267836>
- <http://guialocal.com.ec/asociacion-ecuatoriana-agencias-de-publicidad.html>
- <http://www.aedep.org.ec>
- <http://www.agendadelacomunicacion.es>
- http://www.ga-bi.com/directorio_de_publicidadymedios.htm
- <http://www.supercias.gov.ec>
- http://www.miagencia.net/paginas_web/que_hay_en/condor_2007.htm
- <http://www.sri.gov.ec>
- http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Radio-En-El-Ecuador/509026.html>

- <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>
- <http://www.atdl.org/socios/diarios/81?tmpl=component>
- <http://www.slideshare.net/catimier/m-e-d-i-o-s-d-e-c-o-m-u-n-i-c-a-c-i-o-n-1214506>
- http://imaginar.org/docs/Radios_Comunitarias.pdf