



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/a en

Comunicación Social

AUTORA: Ana Lucía Figueroa Corella

DIRECTORA DE TESIS: Licda. Gabriela Muñoz

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO- 2011

ÍNDICE

| | PÁGINA |
|--|-----------|
| Certificación..... | ii |
| Acta de Cesión de derechos..... | iii |
| Autoría..... | iv |
| Dedicatoria..... | v |
| Agradecimiento..... | vi |
| CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA | |
| 1.1 Introducción | 1 |
| 1.2 Objeto formal..... | 1 |
| 1.3 Objetivos..... | 2 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO | |
| 2.1 Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador en la últimas dos décadas..... | 2 |
| 2.2 Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador..... | 17 |
| 2.3 Mapa de medios / trabajos similares en el mundo..... | 24 |
| 2.4 Mapa de medios / trabajos similares en el Ecuador..... | |
| CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO | |
| 3.1 Metodología: levantamiento de datos por medio de la ficha de información..... | 33 |
| 3.2 Presentación de cuadros estadísticos..... | 56 |
| 3.3 Presentación de cruces de información..... | 69 |
| CAPÍTULO IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS | |
| 4.1 De los medios y empresas investigadas..... | 72 |
| 4.2 De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación..... | 75 |
| CONCLUSIONES..... | 76 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 78 |
| ANEXOS..... | 79 |

CERTIFICACIÓN

Lcda. Gabriela Muñoz
DIRECTORA DE TESIS
CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Srta. Ana Lucía Figueroa, sobre el tema: "Mapa de Comunicación del Ecuador", ha sido dirigido prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, Agosto del 2011

C.I.

AUTORÍA

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

Quito, 9 de Agosto del 2011

Ana Lucía Figueroa Corella

C.I. 171448989-3

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Ana Lucia Figueroa Corella 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 o institucional (operativo) de la Universidad”.

Ana Lucía Figueroa Corella

C.I. 171448989-3

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a toda mi familia.

A mis padres por su permanente apoyo en todo momento de mi vida, les dedico mi esfuerzo para terminar este proyecto.

A mi hijo por ser mi empuje cada día, porque sin saberlo es mi fuerza y seguir consiguiendo mis metas.

A mi hermana, amiga incondicional que está siempre presta para brindarme una mano.

A mis amigos y a Pablo por el animo y por compartir la culminación de este sueño.

Ana Lucía Figueroa Corella

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por comprensión y ayuda, siempre serán la parte fundamental para culminar mi carrera. Y a cada una de las personas que estuvo a mi lado impulsándome y dándome ánimos desde el inicio hasta la culminación exitosa de esta investigación.

Mi gratitud a la Universidad Técnica Particular de Loja, en especial a mi directora de tesis Gabriela Muñoz por su colaboración y a las empresa por haberme proporcionado valiosa información para realizar mi trabajo de tesis.

Ana Lucía Figueroa

CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA

1.1 INTRODUCCIÓN

La Escuela de Comunicación Social de la UTPL y el Centro de Investigación VIA-Comunicaciones, con el apoyo de los egresados de la carrera de comunicación social de la Modalidad a Distancia, decidieron realizar del Primer Mapa de todos los medios de comunicación del Ecuador, con la intención de dar a conocer al público en general, incluyendo investigadores y estudiantes de la carrera los datos de empresas periodísticas.

Este proyecto masivo se lo ejecutara en un tipo de investigación grupal tipo puzzle, consiste en que los estudiantes recolecten información, los estudiantes recolectaran en el trabajo de campo una gran cantidad de información de cada uno de las empresas de comunicación que incluyen la radio, la televisión, la prensa, revistas, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y marketing mercadeo, agencias de relaciones públicas, medios digitales y productoras cinematográficas; todas estas irán uniéndose con el levantamiento de datos de los medios asignados a cada estudiante.

El mapa de comunicación servirá para tener una visión global y particular de cada empresa de tal manera que tendremos conocimiento del numero de medios de comunicación existentes en el país. Además se podrá encontrar un detalle de cada empresa, la información general y legal, la morfología de la empresa, los recursos humanos, productos y servicios. La información proporcionada por los medios se contrastará con otras entidades e instituciones con las que se verificará y se respaldará la veracidad . De tal manera que el público hallará una información seria y actualizada. Toda la información recabada subirá a la plataforma virtual donde se registrara, ordenar y sistematizará la información de los medios.

1.2 OBJETO FORMAL

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

1.3 OBJETIVOS

a.- OBJETIVO GENERAL

- Establecer la situación de las empresas de comunicación en el Ecuador y apoyar al desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

b.- OBJETIVO ESPECÍFICO

- Realizar el levantamiento de datos en las empresas y medios de comunicación: televisión, radio, prensa, revistas, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y marketing mercadeo, agencias de relaciones públicas, medios digitales y productoras cinematográficas, trabajo que se llevará a cabo en todo el territorio nacional.
- Ejecutar un análisis del levantamiento de los datos encontrados, para de obtener un punto de vista global de la situación actual de los medios de comunicación y las perspectivas la diferentes ramas de la profesión de un comunicador social, su proyección actual y a futuro.
- Avivar en el comunicador social el espíritu de investigación y fortalecer sus habilidades en el trabajo practico a realizarse.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR EN LAS ÚTIMAS DOS DÉCADAS.

“La comunicación surgió antes que el hombre mismo”,¹ apareció en el momento en que nuestros ancestros en su lucha por la supervivencia y en respuesta a sus instintos se vieron en la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas y emociones.

Se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información

¹ VILLAMARÍN, J. (1997). *De la historia Universal de la comunicación social y el Periodismo*. Quito -Ecuador: Radmandí, pág. 19

creada, expresada y transmitida por otros. La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. Para ello se valieron de la mímica, de los gritos y las interjecciones, lo que constituyó un lenguaje biológico. La comunicación fue el origen y la base para el desarrollo actual, el hombre consiguió “el dominio de los sistemas de comunicación utilizados para almacenar, intercambiar y difundir información”.²

Posteriormente surgió el lenguaje hablado y las manifestaciones pictóricas. Aparecen las pinturas rupestres, los jeroglíficos; pudo así el hombre, por primera vez expresar su pensamiento de un modo gráfico.

A partir del momento que apareció la escritura surgieron cambios económicos y sociales los que impulsaron el nacimiento y avance de distintos medios, desde los vinculados a la escritura y su mecanización, siendo uno de los mayores logros humanos a favor de la comunicación se produjo en el siglo XV con la aparición de la imprenta que reemplazó a los manuscritos. El hombre que realizó este magnífico invento fue Johann Gutemberg, quien después de muchas pruebas descubrió un sistema único para hacer los caracteres de imprenta. El nacimiento del libro amplió las posibilidades de la comunicación y la difusión de la lectura y de la escritura.

En el siglo XIX se habían aportado los primeros medios de comunicación instantánea, dejando de lado las distancias geográficas, la base de toda la revolución posterior de las telecomunicaciones, fueron el telégrafo por cable (Samuel Morse en 1844) y el telégrafo sin hilos (Guillermo Marconi en 1895), invento que dio paso a las transmisiones de radio.

La primera década del siglo XX aportó muchos perfeccionamientos técnicos, los equipos de radio se hicieron más livianos y poco a poco, la radiotelefonía se generalizó, sobre todo después de la Primera Guerra Mundial.

En 1929, J. Boird basándose en experimentos anteriores consiguió la primera transmisión televisiva, con una imagen muy poco definida. Diversas modificaciones técnicas las fueron perfeccionando y poco después se realizaban las primeras emisiones públicas.

² DE FLEUR Y BALL ROKEACK, S. (1993) Teorías de la comunicación de masas. Barcelona – España: Ediciones Paídos, pág. 25

Las comunicaciones electrónicas han creado un nuevo ambiente de comunicación y han transformando el contexto global de la vida económica y cultural. Estas nuevas tecnologías electrónicas también se consideran tecnologías del conocimiento y de la organización, pues ejercen un profundo impacto en la sociedad.

De esta manera el avance de los medios sigue en una constante evolución, los avances que fueron impulsados con los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad, como la radio y el telégrafo, a revolución de la informática y las telecomunicaciones cada uno de ellos fueron esenciales para las distintas fases del proceso de globalización.

“La imprenta impulsó el desarrollo de las lenguas”,³ las personas pudieron tener más acceso a la información, a la alfabetización y, por consiguiente, se publicaron más libros. Y por supuesto en Latinoamérica no se quedó fuera de los avances de los medios de comunicación y de los primeros pasos se dieron con la llegada de la imprenta.

Su aparición en América no tardó ni medio siglo desde que la llegada de los españoles. “México fue el primer país de América donde se instauró la imprenta. Fue introducida en 1539 por el español Juan Pablos, quien cumplía un encargo de un impresor sevillano para establecer en el país azteca una sucursal de su negocio.

Juan Pablos es considerado el primer impresor de América y, para muchos, el Gutenberg de América.”⁴ El primer periódico latinoamericano apareció en 1722 : La Gaceta de México y noticias de Nueva España, editado por el mexicano Juan Ignacio Castoreña Ursúa y Goyeneche, por ello considerado por ello como el primer periodista de América Latina.

Con algo más de un siglo de retraso en relación con Europa aparecieron los primeros periódicos en América Latina. Las razones son varias: la condición de colonias españolas, que llevó a estos países a ser objeto de fuerte censura, control y represión, tanto civil como eclesiástica, lo que redujo al mínimo la libertad de expresión.

También el alto costo del papel y de los instrumentos tipográficos, que dificultaron las

³ DOMINICK, J. A (1996) *La dinámica de la comunicación masiva*. México: Mc Graw Hill, Sexta edición, pág. 63

⁴ VILLAMARÍN, J. *La Imprenta en América*. (En línea) Disponible en: <http://ojoalahoja.com/?tag=imprenta> (Consulta 15-04-2011)

labores periodísticas, incluso oficiales. El periodismo regular en América Latina puede dividirse en dos etapas: la primera, la de la prensa oficial y pro colonialista (S. XVIII), y la segunda, la de la prensa revolucionaria e insurgente (inicios del S. XIX).

Los periódicos de la primera etapa fueron básicamente informativos y, los de la segunda, político-panfletarios. El acento liberal y espíritu renovador de la Ilustración, producto de la Revolución Francesa, fue acogido en la España gobernada por Carlos III y pronto llegó a las colonias americanas.

Al territorio del Ecuador, antigua Presidencia de Quito, la primera imprenta fue traída por el sacerdote jesuita José María Maugeri aproximadamente en 1755, y fue instalada a Ambato con el nombre de “Imprenta de la Compañía de Jesús”. Inaugurada la imprenta, comenzó a actuar como tipógrafo e impresor alemán Juan Adán Schwartz, quién a la vez actuaba de portero y de despensero. El primer libro impreso en Ambato y, como consecuencia en el Ecuador, es el intitulado San Buenaventura.

“Raimundo Salazar vivió el período más emocionante de su carrera como impresor durante el corto lapso que trabajó conjuntamente con Eugenio de Santa Cruz y Espejo sobre su obra de mayor trascendencia histórica *Primicias de la Cultura de Quito* ⁵ Este insigne quiteño fue considerado uno de los exponentes máximos de la ilustración americana, “movimiento ilustrado difundió el principio de que las actividades políticas, culturales y sociales se sustentarán en la razón, la solidaridad, la igualdad y la libertad; sostuvo que el desarrollo de una sociedad se debe basar en la igualdad de derechos y oportunidades, en el respeto a las personas, a la libertad de pensamiento y de expresión, en la separación de la iglesia del Estado, en la educación laica, en la redistribución de la riqueza y la justicia social”.⁶

Sus obras llegaron a ser valoradas en España. En 1792 fue decisivo en su carrera: editó en Quito el primer periódico que se publicó en esta ciudad, convirtiéndose en un símbolo de los comienzos del periodismo y de la formación de una primaria opinión pública en el nuestro país.

⁵ HALLO, W. (1992) *Síntesis histórica de la Comunicación y el Periodismo en el Ecuador*. Quito : pág. 40

⁶ OÑA, F. (2008) *Toda la obra de Eugenio Espejo, al fin está publicada*. Ecuador. Disponible en: <http://www.voltairenet.org/Toda-la-obra-de-Eugenio-Espejo-al> (consulta 19-07-2011)

Pero no pasó mucho tiempo antes de que este periódico y, más tarde, el círculo de discusión de economía y política semejantes a surgieron en Europa en la época de la Ilustración, se le conoció con el nombre de Sociedad Patriótica de los Amigos de Quito, fuese blanco de la ignorancia y acaso del temor de la Corona española. Se publicaron apenas siete números; luego, las autoridades, amparadas en rumores e indiscreciones, acusaron a Espejo de subversión, sus trabajos eran considerados de tintes políticos y con influencia para a un cambio social. Terminó en una la cárcel por estos motivos, y cayó enfermo y murió en 1795, al poco tiempo de recobrar su libertad.

Uno de los hechos que contribuyó a crear este clima fue el aparecimiento y difusión de la traducción al español de los Derechos del Hombre de la Revolución Francesa que, circulaba libremente en España.

Pasó entonces del periodismo informativo oficialista y del científico cultural a uno revolucionario e insurgente, practicado por los patriotas americanos y utilizado como arma para la liberación del coloniaje. En este nuevo escenario, los primeros periódicos de algunos países latinoamericanos que aún no tenían prensa propia con objetivos claramente revolucionarios.

Comienzan a nacer la ideas libertarias en América, con la influencia de los precursores como Eugenio Espejo, José María Lequerica, Juan Pino Montúfar, Manuel Quiroga, Juan de Dios Morales y otros mártires del 2 de agosto del 1810, se van promoviendo las ideas libertarias para nuestra independencia.

El primer cuarto de esta centuria fue el apogeo de la prensa insurgente, motivada no sólo por los movimientos independentistas, sino también por la publicación, en España, de la Constitución de Cádiz de 1812, en la que se promulgó la libertad de imprenta.

Esto no significó, ciertamente, la implantación inmediata de la libertad de prensa en las colonias americanas. En Ecuador, el mariscal Antonio José de Sucre, líder de la independencia nacional, creó El Monitor (1823). En Colombia, el prócer Antonio Nariño fundó La Bagatela (1811). En Venezuela, el patriota Francisco Miranda introdujo la primera imprenta para utilizarla como arma de combate contra el colonialismo. En Argentina, Manuel Belgrano publicó el Correo del Comercio (1810) y Domingo Faustino Sarmiento

dirigió El Nacional. El general José de San Martín, uno de los forjadores de la independencia de América del Sur, publicó La Gaceta, en Chile.

Poco después de la fundación del “Estado del Ecuador” en la “nación con el nombre de República de Colombia”, durante la presidencia de Juan José Flores, el periodismo disminuye, porque no hubo respeto en para el ejercicio de su misión, el período murieron varios pioneros del periodismo nacional. La oposición contra Flores se organizó en Guayaquil alrededor del periódico El Hombre Libre y en Quito con El Republicano. Los periódicos de esta época fueron Linterna Mágica, Linterna Roja y el Quiteño Libre, este último fue el más destacado, fue fundado por el coronel británico Francisco Hall y editado por Pedro Moncayo, en 1833. Tenían una línea nacionalista, anti- militarista y liberal.

Durante en el Gobierno de García Moreno hubo un período de gran represión para la prensa. El periodo garciano se llevó adelante dentro de las condiciones de represión más duras que se hayan conocido en nuestra historia. Fue un gobierno autocrático y despótico. En 1869 se redacta la Carta Negra; denominada así por restricción de libertades, reimplantó la pena de muerte, resucitó las mitas, puso como condición ser católico para gozar de los derechos de ciudadanía, el Presidente tenía atribuciones para apresar ciudadanos, ordenar allanamientos, confinamientos, es decir, todo aquello que a juicio del gobernante atentare contra el orden público. Se limitó al máximo de las libertades de prensa, la mayoría fue obligada a ejercer el periodismo en la clandestinidad.

La figura más destacada fue Juan Montalvo, escritor, autodidacta, ecuatoriano, nacido en Ambato y fallecido en París. La crítica coloca a Montalvo entre los autores clásicos ecuatorianos, en sus escritos demuestra Montalvo el amor a la libertad, la defensa a la democracia y la divulgación de los conocimientos científicos, en procura de un mejoramiento de la ética social. La obra ensayística de Montalvo destaca por su espíritu combativo ante la opresión, tanto social como política y religiosa. En su obra destaca el ensayo polémico.

Su vocación de escritor le permite publicar El Cosmopolita (1866-1869), desde la cual difunde sus escritos, pero que le llevaría al destierro de Ambato por sus críticas a García Moreno. El diario presentaba una tendencia liberal en contra de los preceptos garcianos de la época. A través de este periódico se inicia una vigorosa campaña contra las acciones de García Moreno. “Cuando García Moreno cae bajo el machete de Rayo, Montalvo exclama:

"Mi pluma lo mató", donde metafóricamente está contenida toda la lucha que libró contra el tirano."⁷ También difundió *La Dictadura Perpetua* (1874), *El Regenerador* (1876) y *El Espectador* (1886).

La muerte de García Moreno, dio paso a la entrada de otro tirano, Ignacio Veintimilla, y Montalvo se vio de nuevo combatiendo en pro de la libertad. Primero lo hace a través de las páginas de *El Regenerador* (1876-1877), más tarde con *Las Catilinarías* que se empiezan a publicar en el periódico *La Estrella de Panamá*, donde había salido exiliado, y que se recogerán luego en un libro en 1880; en estos ensayos surge con fuerza su espíritu polémico, su ironía y su lucha contra la tiranía.

El cambio de siglo, con los gobiernos del propio Alfaro y de Leonidas Plaza, revelan una política liberal avanzada, que impone su programa pese a la inevitable resistencia conservadora. La implantación del estado laico sella la ruptura con el Ecuador de García Moreno. En este período se anula la censura sobre la prensa, se seculariza la educación, se instituye el matrimonio civil y el divorcio, así como el registro civil de nacimientos y defunciones. La Iglesia pierde su poder hegemónico y se instaura el Estado laico, legitimado por la Constitución de 1906.

"Con la llegada de la Revolución liberal liderada por Eloy Alfaro, la prensa tiene mayor apertura en este período, se denota el progreso de la nación y el desarrollo de cultura se nota por medio del periodismo. En esta época los diarios más importantes son: *El Telégrafo*, *El Comercio de Quito*, *El Día*, *El Federalista*, *La Democracia*, *La Época*, *El Tiempo*, *El Constitucional*, *El diario de Quito*."⁸

Diario *El Telégrafo* fue fundado en Guayaquil el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, su nombre se lo pusieron en homenaje al servicio telegráfico que llegó al Ecuador en 1884 y que logró avances significativos en la comunicación con el resto del mundo. El diario fue el primer periódico ecuatoriano en utilizar este importante invento. El Gobierno de Plácido Caamaño fue criticado por el diario, eso le ganó la encarcelación y posterior exilio a Juan Murillo. En 1898, todas las acciones de *El Telégrafo* son adquiridas por el ambateño

⁷ OÑA, H. (2007) *Mi pluma lo mató. Ecuador*. (En línea) Disponible en: <http://cronicasretinianas.blogspot.com/2007/05/mi-pluma-lo-mat.html> (Consulta 13-04-2011)

⁸ La Prensa escrita y su ideología. (2008) *Historia de la Prensa en el Ecuador*. (En línea) Disponible: <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html> (Consulta 16-4-11)

José Abel Castillo. Así, el Diario se convierte en el principal matutino del Ecuador por varias décadas.

“ En el siglo XX, aparecieron en Quito diario “**El Comercio**”, fundado el 1 de enero de 1906 por el Sr. Carlos Mantilla Jácome; y “La Prensa”, fundado en 1909 y dirigido por don Manuel María Sánchez; mientras en Guayaquil, el 28 de agosto de 1910 apareció “**El Guante**”, en el que escribieron y publicaron sus artículos plumas de la talla de César Borja Cordero, Pío Jaramillo Alvarado, José Falconí Villagómez, Wenceslao Pareja y Pareja, Miguel Neira, Eleodoro Avilés Minuche y Francisco Falquez Ampuero, entre otros.⁹

El diario el Universo fue fundado en Guayaquil en 1920, en el gobierno del Dr. Isidro Ayora, por Ismael Pérez Pazmiño, se convierte en uno de los periódicos de mayor circulación, en especial en la costa ecuatoriana. El diario es propiedad de la Compañía El Universo y es editado por el Grupo el Universo. “Diario ha ido de la mano con los cambios tecnológicos y periodísticos en estos 89 años de vida pública en Ecuador.”¹⁰

“En el gobierno de Bonifaz se publican de manera simultánea veinte periódicos, llamados La Prensa Chica de diversas tendencias. Entre ellos se destaca El Comunista. El Debate, El Socialista, El Diario de la Tarde, Cartel, La Verdad y Ultimas Noticias. En Cuenca, aparece el 22 de octubre de 1924 El Mercurio, bajo la dirección de José Sarmiento Abad, convirtiéndose en el mejor rotativo del Austro”.¹¹

Desde 1940 a 1960 el periodismo ecuatoriano llega a un grado de madurez y organización, estructurándose la Unión Nacional de Periodistas (UNP). Como personajes importantes se destacan Benjamín Carrión quien funda la Casa de la Cultura Ecuatoriana, y el periódico El Sol (1951), junto con el novelista Alfredo Pareja Diezcanseco.

En el año 1975 se expidió la ley del Ejercicio Profesional del Periodista, con la cual se

⁹ Avilés E. (2004) *Periodismo*. (En línea) Disponible en:
<http://www.encyclopediadeecuador.com/temasOpt.php?Ind=1730&Let=> (Consulta 19-05-11)

¹⁰ El universo.(2011) *Historia de la empresa*. (En línea) Disponible en:
<http://www.eluniverso.com/quienessomos/historia.htm#3>. (Consulta 11-04-2011)

¹¹ La prensa Escrita y su ideología. (2008) *Historia de la Prensa en el Ecuador*. (En línea) Disponible:
<http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>
(Consulta 16-4-11)

regulaba la acción del periodismo, que reconocía a como profesionales a los graduados en el país o el exterior avalados por el Ministerio de Educación. En la década de los noventa y con la llegada de la etapa neoliberal la ley fue perdiendo su preponderancia. Ese mismo año promulgo la Ley de Radiodifusión y Televisión y en 1980 el Código de Ética del Periodista Profesional.

El Diario Hoy nace el 7 de junio del 1982. Su matriz principal se encuentra en Quito, Actualmente entre sus productos cuenta con el “Metro Hoy”, el primer diario gratuito del país que circula en las paradas, andenes y estaciones del Trolebús de Quito.

La tecnología del siglo XX ha multiplicado y perfeccionado los canales de transmisión de noticias e ideas. La explosión final de la multiplicación de los canales de información se produce tras la segunda guerra mundial y la irrupción de los medios de comunicación de masas: radio y televisión.

La historia de la radio describe los pasos importantes en la evolución de la radiocomunicación y el medio de comunicación llamado radio desde el descubrimiento de las ondas de radio hasta la actualidad. A mediados del siglo XX se empieza a considerar la radio como un moderno medio de comunicación de masas. Concretamente en el período de entreguerras la radio irrumpe adquiriendo una enorme popularidad.

La aparición de la radio no se produce de forma directa. Su invento, desde un punto de vista tecnológico, no se puede atribuir a una sola persona, sino que es consecuencia de varias aportaciones a lo largo del tiempo. Desde un punto de vista social, el uso que se le da más tarde a la radio no es el mismo que en sus orígenes.

Desde el principio, la radio fue concebida con una doble utilidad comunicativa: como comunicación interpersonal y como comunicación de masas. La radiofonía se desarrollo rápidamente al servicio de la marina mercante, de la aviación y de los ejércitos.

La primera emisión de radio tuvo lugar en 1906 en los Estados Unidos. En 1925 ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo. En Ecuador como en muchos países de principio de siglo, no disponían de la tecnología de avanzada de esa época. En

Riobamba se funda la primera estación de radio, llamada el "El Prado", inicia oficialmente sus transmisiones radiales 13 de junio de 1929, inicia oficialmente sus transmisiones radiales, convirtiéndose en la primera radiodifusora que se puso al servicio de la cultura nacional.

El pionero de la radiodifusión en el Ecuador, fue el Ingeniero Carlos Cordovez Borja. Graduado en la ciudad de Yale, y es el primer ecuatoriano graduado en dicha rama, como Ingeniero Electrónico, regresa a su Patria y se establece en Riobamba, donde se pone al frente de una fábrica textil conocida como "El Prado", que adquirió para trabajar.

De regreso a la patria se convierte en el pionero de la radiodifusión, y además realiza la producción de discos con música ecuatoriana. La estación también se convirtió en pionera en grabación de discos de aluminio, por convenio con una empresa norteamericana. La radio "El Prado" jamás tuvo auspicios comerciales, todo se hacía con sentido romántico y gran dosis de entrega personal. La radio riobambeña cierra definitivamente sus audiciones en 1939, cuando Carlos Cordovez se radica en Estados Unidos, la RCA le contrata y le compra sus inventos más importantes: una válvula especial para el equipo receptor, una antena con tubos en estrella, el micrófono de cinta y de lo más destacado, el principio en el estudio de la frecuencia modulada FM. Cuando los dueños de la radio se radicaron en Estados Unidos, se llegó a un acuerdo con el Director General de Comunicaciones Marcelo Vizcaíno con Carlos Cordovez para que la primera emisora ecuatoriana siguiera en el dial, la segunda etapa volvió a funcionar oficialmente en 1959.

El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la Voz de los Andes. Fue la primera radio misionera cristiana en el Ecuador. Los pastores evangélicos propietarios de la emisora logran un permiso de operación por 25 años otorgado por el Presidente de la República Dr. Isidro Ayora. A lo largo de su historia ha sido reconocida como una radio cultural y religiosa. Sus aportes al país en el área cultural han sido muy significativos, una de las principales emisoras en difundir la música nacional y apoyar a sus compositores e intérpretes. También es reconocida por su seriedad y veracidad en el manejo de la información noticiosa. Actualmente mantiene la producción radial enfocada en el fortalecimiento espiritual de sus oyentes, sin dejar de lado la salud, la cultura, la música y la información nacional e internacional.

Pocos años después, en Guayaquil, fue fundada por iniciativa del gerente José Santiago

Castillo y el profesional alemán Juan Behr promueve que Diario El Telégrafo ponga al aire una emisora que llevaría el mismo nombre de la versión impresa Radio El Telégrafo. “ El 16 de febrero de 1935 se realizó el primer programa de la radio, sus equipos fueron instalados por el técnico José Magen y operaba en onda media con 300 vatios de potencia ubicados en el diario.”¹²

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 1940 aparece en la capital de los ecuatorianos “Radio Quito”, radioemisora perteneciente a los propietarios de Diario El Comercio. Lo que colocaba a Radio Quito, "La Voz de la Capital", en una clase aparte eran sus programas noticiosos, sus presentaciones musicales en vivo y, sobre todo, su popular elenco de radioteatro. “Paradójicamente, sería una radionovela la que trágicamente terminó con las transmisiones de la popular emisora por espacio de dos años. El 12 de febrero de 1949 se pone al aire la 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. Una turba enfurecida por el "engaño" provocó un incendio de las instalaciones de radio Quito y Diario El Comercio, ambos medios ubicados en las calles Chile y Benalcázar.”¹³. Por esta razón la radio estuvo fuera del aire por dos años, y reanuda las transmisiones el 30 de abril de 1951. Actualmente Radio Quito transmite en los 760 kHz en onda media, con 25 kW de potencia; y en los 4920 kHz en onda corta, con 5 kW de potencia, y es una de las principales emisoras ecuatorianas.

La primera emisora que funcionó en Ambato fue radio “La Voz del Progreso”, que surge luego del terremoto del 5 de agosto de 1949. Después esta emisora de onda corta se denominaría Radio Nacional Espejo, que perteneció a Gerardo Berborich. La radio gozó de gran popularidad por su transmisiones de radionovelas llegadas de México: "Kaliman",

¹² Pérez Pimentel R. (1991) *El Telégrafo*. Disponible en:
<http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo16/c6.htm> (Consulta 19-07-2011)

¹³ Klemetz H. (1995) *La tragedia de Radio Quito*. (En línea)Disponible en:
<http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm> Consulta (19-07-11)

"Rayo de plata", "Porfirio Cadena, el ojo de vidrio". Además la programación de Radio Nacional Espejo de Ambato, se caracterizó también por difundir historias creadas y dramatizadas en la propia estación con talentos nacionales.

A pesar del acelerado desarrollo de la televisión, la radio se mantente como uno de los medio de mayor penetración, por su fácil acceso, que ofrece a los oyentes la opción de conseguir información instantánea y actualizada, de gran credibilidad.

“A partir del 10 de agosto de 1992, se reestructura el sector de telecomunicaciones ecuatoriano con la aprobación de la Ley Especial de Telecomunicaciones, en la que se mantuvieron los servicios básicos de telecomunicaciones como un monopolio exclusivo del Estado, mediante la transformación del IETEL en Empresa Estatal de Telecomunicaciones (EMETEL). Un aspecto importante de esta Ley radica en la creación de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL) como ente de regulación y control, sujeto a la vigilancia del Congreso Nacional.”¹⁴ El Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL) fue creado en 1995 como ente encargado 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 Ecuador. Es responsable de regular, otorgar y autorizar los medios, sistemas y servicios de radiodifusión y televisión, en todo el territorio nacional, mediante la correcta aplicación de la legislación que en materia se encuentre vigente, a fin de satisfacer, en el máximo sentido técnico, la calidad de servicio al usuario.

Se encuentran registradas en el resumen estadístico del 30 de junio del 2011 , en el país Superintendencia de Telecomunicaciones 1174 emisoras registradas en el país ante la, más sus repetidoras, cubren la geografía nacional con mensajes de todo tipo: religiosos, políticos, publicitarios, musicales, noticiosos. La Supertel es el Organismo Técnico de Control referente del Ecuador, que actúe con transparencia, solvencia, excelencia y compromiso social, impulse la innovación tecnológica del sector, fomente el acceso universal, la calidad y continuidad de los servicios de telecomunicaciones para beneficio de los ciudadanos y desarrollo de país. ¹⁵

¹⁴ CONATEL (2011) *Historia de las Telecomunicaciones en el Ecuador* (En línea) Disponible en: <http://www.conatel.gob.ec/> (Consulta 19-07-2011)

¹⁵ SUPERTEL (2009) *Misión y visión* (En línea) Disponible en: http://server.supertel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=94&Itemid=3 (Consulta 20-07-2011)

La historia de la televisión es la historia de la producción masiva de aparatos receptores, que explota durante la década del cincuenta, y la sofisticación de los mismos. Una vez logrado el hito, increíble aún, de transmitir imágenes, el objetivo fue mejorar los sistemas de transmisión y la calidad de la imagen ofrecida por los televisores.

La televisión marca un cambio en la humanidad en su conjunto; ver los sucesos acaecidos en los más recónditos lugares del globo, en tiempo real, los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. Más allá de las cuestiones éticas la televisión es un fenómeno sociológico que trastocó la forma de ver el mundo.

El nacimiento de la televisión en el Ecuador en la década de los 50 está ligada a algunos personajes, pero los principales son los esposos Michael Roswembbaum de nacionalidad alemana y Linda Zambrano, de la provincia de Manabí, quienes con esfuerzo y humildad hicieron un gran aporte a nuestro país, ambos amantes de la tecnología y los artículos innovadores en uno de sus viajes a Alemania en asistieron a la Feria Internacional de la Tecnología que se lleva a cabo cada año, donde las empresas tecnológicas presentan los artículos y productos más avanzados en cuanto a tecnología nos referimos. Caminando por uno de los stands, la pareja se encuentra con algo novedoso para ellos, era la televisión. adquiere equipos de televisión de la fábrica alemana Grundin, además los accesorios como cámaras, micrófonos, pedestales, antenas y cables y los traen al Ecuador. Llegan al país en abril de 1959.

La pareja junto a un ingeniero alemán Presley Norton pusieron a funcionar la televisión. Al principio hacían transmisiones en circuito cerrado en el local de ellos. Sus amigos y familiares fueron quienes colaboraron en las transmisiones, tanto así que Vicente Bowen Centeno, sobrino de Linda fue el primer camarógrafo del país, realizan exhibiciones de televisión , en Quito, primero, y en Guayaquil, después. En Quito no logran apoyo para la instalación de un canal de Televisión, lo que sí encuentran de alguna manera en Guayaquil. El Primer circuito cerrado realizado en Guayaquil se efectuó el 29 de septiembre de 1959, a las 8 y 30 de la noche.¹⁶ Las transmisiones se fueron incrementando, no solo se hacían de personas sino de lugares tradicionales del Guayaquil

¹⁶ SUPERTEL (2010) *Breve historia de la televisión* (En línea) Disponible en: http://www.supertel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=529:breve-historia-de-la-television&catid=114&Itemid=223. (Consulta 20-07-2011)

de esa época. Muchos fueron los intentos para hacer llegar más aparatos al país ya que los costos no estaban al alcance de la gran mayoría de ecuatorianos. La excursión de la televisión se dio por todo el país, no era sólo en Guayaquil, sino que se sumó Quito, Cuenca, Daule y otras ciudades.

La denominación de esta estación televisiva era “La Primera Televisión del Ecuador” ya que no existía competencia alguna. Esta tuvo su sede en Guayaquil su sede que fue Canal 4 que corresponde a RTS, Red Telesistema.

El Estado otorgó la primera frecuencia de televisión a nombre de Linda Zambrano, para el funcionamiento de Canal 4, mediante decreto ejecutivo emitido con fecha 1 de junio de 1960. El Canal fue inaugurado oficialmente el 12 de diciembre de 1960. Por esta razón ese día se celebra el día de la televisión ecuatoriana. La primera transmisión oficial, con una programación determinada y con artistas invitados de la talla de Julio Jaramillo, Blanquita Amaro, Toño Cajamarca entre otros. Desde ese instante “La Primera Televisión del Ecuador” canal 4 transmitió sus programas, ofreciendo algo nuevo a los ecuatorianos.

La llegada de la televisión al Ecuador esta ligada a la misión evangélica radicada en Ecuador, H.C.J.B., cuyas siglas significan “Hoy Cristo Jesús Bendice”, quienes, ya contaban con una emisora de radio, “La Voz de los Andes”, esta organización en el año 1954 pide la colaboración voluntaria con la labor misionera al ingeniero estadounidense, Gliford Hartwell, tenían como nuevo objetivo ampliar la radio de acción instalado en Quito. 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.

En cuanto a la misión evangélica, ésta hubo de esperar hasta 1961 en que se otorga el permiso de funcionamiento para HCJB TV, ya que, surgieron rechazo a la idea de establecer un canal misionero de televisión por tratarse de un medio de comunicación que favorecía la difusión evangélica en una nación donde una mayoría católica, es por ello la demora para emitir su permiso, se convirtió en el segundo canal de TV en la historia del Ecuador, con funcionamiento en Quito. El canal 6 TV de HCJB es actualmente Telemazonas. Para el año 1972 se caducó la licencia oficial de la Dirección General de

Comunicaciones, y se llevo a cabo la transacción con el canal paso a propiedad a Antonio Granda Centeno. “

“El 22 de febrero de 1974 Teleamazonas comienza sus transmisiones, perteneciente a Grupo Isaias operada por el Centro de Radio y Televisión CRATEL S.A. Es una de cadenas más grandes y más vistas, canal de televisión en producir y transmitir los programas hechos en casa, eventos y certámenes de belleza, deportes, películas, telenovelas y entretenimiento y tercer canal de televisión ecuatoriana. “¹⁷

El 1 de marzo de 1967 Ecuavisa lanza por primera vez su señal al aire. El canal pertenece a la empresa ENSA del empresario Xavier Alvarado Roca. Tres años después de que la señal para Guayaquil (Canal 2) fuera emitida por primera vez, Ecuavisa, con el afán de expandir su cobertura para todo el territorio nacional, montó en 1970 Canal 8, la estación televisiva que se convertiría en la señal y el canal emblemático de la capital ecuatoriana, Ecuavisa-Quito. ECUAVISA es la empresa que posee señal internacional empezó a transmitir desde el cerro de El Carmen en Guayaquil un 1 de marzo de 1967, con esto la llegada de los nuevos avances en la tecnología de los medios de comunicación, y es en la década de los setenta en donde capta la atención de un proporcional cantidad de público, y ahora en señal Directv para toda América y Europa.

Gama TV anteriormente Gamavisión empieza a emitir su señal el 8 de mayo de 1977, empezó a transmitir oficialmente en la ciudad de Quito como Telenacional, cuando fue fundado por las iniciativas de Marcel Rivas Sáenz. El grupo financiero Isaias adquirió el canal, dueños del Banco Filabanco y la televisora TC. En el año 2008 fue incautada con TC entre otras empresas por la AGD, la Agencia de Garantía de Depósitos, por las deudas que tenía con el Estado.

El 3 de noviembre de 1993 el canal de origen cuencano Etv TELERAMA empieza sus emisiones, perteneciente a al Grupo Eljuri operada por la Televisión Ecuatoriana S.A. las principales ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca.

Fue en la década de los ochenta en donde se da paso a la televisión por cable, esta fue TV Cable, fundada en 1986, incrementando cada día el número de afiliados a esta red, teniendo un crecimiento masivo en todo el país. Desde aquella fecha hemos incrementado

¹⁷ Teleamazonas (2011) *Historia* (En línea) Disponible en: <http://www.divistech.com/propuestas/teleamazonas/index.php/historia/> (Consulta 20-07-2011)

la cartera de clientes con suscriptores a nivel nacional. Nuestro crecimiento masivo nos ha permitido llegar a todos los sectores de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Ambato, Portoviejo, Manta, Ibarra, Tulcán, Salinas, Riobamba y Machala

En 1995 se creó la Asociación de Canales Comunitarios y Regionales del Ecuador Asociados (CCREA) que agrupa cerca de sesenta canales de televisión, en frecuencias UHF y VHF. Los propósitos de CCREA han sido generar propuestas para que sus integrantes accedan en mejores condiciones a programación, participen en la discusión de política públicas y negocien espacios publicitarios. Se constituyen en una alternativa a los grandes medios comerciales. La Asociación es un actor reconocido que toma cuerpo en los debates de comunicación ahora que en Ecuador se debe crear la Ley y Reglamento de Comunicación dispuesto en la Constitución de 2008.

2.2 PROPIEDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

“Los llamados medios de comunicación masiva son los mediadores por excelencia en la relación existencial entre el Hombre y su Mundo.” “Los mediadores, entonces, se convierten en elementos indispensables para la multiplicación de la capacidad de interrelación del Hombre con su Mundo, pero también en elementos que la pueden determinar, parcial o totalmente, con todas las consecuencias”.¹⁸

Según la teoría de la sociedad de masas de la Escuela de Frankfurt, los autores manifiestan que los medios masivos de comunicación están al servicio de las clases dominantes y manipulan ideológicamente a los individuos, generándoles una falsa conciencia de que viven en una sociedad justa y democrática.

El influjo que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la sociedad actual es innegable, en unos casos esta capacidad de intervención sobre el individuo, y por ende, sobre la colectividad social puede resultar beneficiosa, sin embargo en otras ocasiones, puede tener un efecto realmente perjudicial. Así lo afirma Juan Pablo II al expresar en el

¹⁸ GÓMEZ, C. (1998) Los medios de comunicación masiva: identidad y territorio frente a la información. Lima – Perú. Disponible en : <http://www.rieoei.org/oeivirt/rie18a08.htm> (Consulta 02-04-2011)

año 1996 que “Estos medios tienen una utilidad indiscutible, pero no deben engañarnos ni adueñarse de nuestra vida”.

La Constitución del Ecuador en el artículo 312 entró en vigencia con el nuevo régimen. La vigencia de esta disposición termina por convertir en realidad los tres principios bajo los cuales Alianza País redactó la Sección Tercera del Título de Derechos en la Carta Política de Montecristi, que habla sobre la Comunicación e Información. “ El primer principio era lograr una nueva pluralidad y diversidad en la comunicación, en base a una intervención directa y masiva del Estado. Segundo, desestimular el crecimiento de grupos mediáticos independientes con visos de monopolio u oligopolio y, finalmente, excluir del sector al único poder privado que se ha interesado en invertir empresas periodísticas, durante las últimas décadas”.¹⁹

El Gobierno tiene el control de 19 medios de comunicación social del Ecuador con alcance nacional e internacional , en su gestión de tres años en el poder. Esto se debe también gracias a los medios incautados por el SRI (Servicio de Rentas Internas) al Grupo Isaías, es por esta razón que el ejecutivo tiene a su cargo, El Telégrafo, Radio Casa de la Cultura, Ecuador TV, Radio Pública del Ecuador, el periódico El Ciudadano y los recién creados, diario PP y la agencia internacional de noticias ANDES. Cabe recalcar que en el numeral 3 del artículo 17 de la Constitución establece que el Estado no permitirá el oligopolio o monopolio, directo, ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de frecuencias. Esto ha causado una gran controversia con en los medios de comunicación.

La Comisión Interamericana de Derechos Humanos en la Declaración de principios sobre libertad de expresión señala los principios sobre “Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen

¹⁹ JORDAN, R.(2011) *La propiedad de los medios se diversifica y el Estado se consolida como la mayor estructura mediática del país*. Ecuador. Disponible en: http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-politica-ecuador0/noticias-politica-ecuador/ir_a/politica/article//la-propiedad-de-los-medios-se-diversifica-y-el-estado-se-consolida-como-la-mayor-estructura-mediatic.html. (Consulta 04-04-11)

una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos.”²⁰

Los medios que se encuentran en el poder del gobierno son: Diario El Telégrafo, Radio Casa de la Cultura, Ecuador TV, Radio Pública del Ecuador, Periódico El Ciudadano, Diario PP, Agencia internacional de noticias ANDES, TC Televisión, Gama TV, HTV, Radio Carrusel, Radio Super K 800, Revista Agro Revista Juvenil, La Onda, Revista Valles, Revista Samborondón y comparte la propiedad con accionistas privados de: TV Cable, CN Plus y Cable Deportes 7.

Para la consulta del 7 de mayo del 2011 el presidente planteo la pregunta tres en la cual el Gobierno busca limitar la actividad busca limitar la actividad de los bancos y los medios de comunicación. La pregunta planteaba:

3. ¿Está usted de acuerdo con prohibir que las instituciones del sistema financiero directores y principales accionistas, sea dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, respectivamente, enmendando la Constitución como lo establece el anexo 3? ANEXO 3 El primer inciso del artículo 312 de la Constitución dirá: "Las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas privadas de comunicación de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, no podrán ser titulares, directa o indirectamente, de acciones o participaciones, en empresas ajenas a la actividad financiera o comunicacional, según el caso. Los respectivos organismos de control serán los encargados de regular esta disposición de conformidad con el marco constitucional y normativo vigente". En el primer inciso de la disposición transitoria vigésimo novena dirá: "Las acciones y participaciones que posean las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas privadas de comunicación de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, en empresas distintas al sector en que participan, se enajenarán en el plazo de un año contado a partir de la aprobación de esta reforma en referéndum".²¹

Para Pablo Lucio Paredes, conocido analista económico, el gobierno ecuatoriano, “en su afán de controlarlo todo”, quiere limitar el atractivo de participar en banca o en medios al restringir a los directores y accionistas de estos últimos de cualquier otro negocio. Afirma que en su época de legislador el espíritu de la ley que ya se aplicó a los banqueros para que no tengan participación en los medios, “era que eso también se aplicara al Gobierno, que es dueño de banco y de medios, pero no se hizo nada”. El Gobierno maneja 19 medios de

²⁰ Comisión Interamericana de Derechos Humanos.(2011) *Declaración de principios de libertad de expresión*. Ecuador. Disponible en: <http://www.cidh.oas.org/basicos/basicos13.htm>. (Consulta 19-06-11)

²¹ Ciudadano Informado (2011) Preguntas para consulta popular 2011. Disponible en <http://www.ciudadaniainformada.com/preguntas-para-consulta-popular-2011.html>. (Consulta 19-06-11)

comunicación, entre públicos e incautados, y además tiene bajo su administración algunas industrias que tenían conexión con la banca cerrada.²² La Corte Constitucional al razonar sobre la viabilidad de la pregunta, previo a calificar la convocatoria a consulta, dedujo que se está interrogando sobre garantías constitucionales a la libre empresa privada que se dedican a estas actividades, aunque “el objetivo de la enmienda sería democratizar el acceso a la propiedad de los medios de comunicación y la defensa social contra un conflicto de intereses en su manejo y administración”. Para la Corte, este fin “es plausible”, y sin embargo también “plantea una limitación al derecho fundamental a tener una libre iniciativa económica”, pero le encontró compatible con el espíritu de la reforma constitucional de Montecristi, expresado en el artículo 312 de la Carta Magna, (sobre la propiedad).

El embajador ecuatoriano en Venezuela, Ramón Torres en la entrevista a la Agencia Venezolana de Noticias el 5 de mayo del 2011, al referirse a la preguntas de la consulta popular que apunta a evitar los conflictos de intereses, prohibiendo que las instituciones del sistema financiero privado así como empresas de comunicación privada, de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños tengan participación accionaria fuera de ámbito financiero o comunicacional, subrayo que lo fundamental es reforzar “ las capacidades de control ciudadano “ para que “ejerzan, no sólo con respecto a los medios o sistema financiero sino también del propio gobierno y sus instituciones”. Finalizando la entrevista indicando que “Un comunicador de un medio privado o público debe preservar valores y principios ciudadanos para una convivencia democrática”

“El Servicio de Rentas Internas (SRI) incorporó doce nuevos grupos económicos a su catastro institucional. Con ello ahora son 75 grupos los que son considerados como conjuntos de personas naturales y sociedades, tanto nacionales como extranjeras, donde una o varias de ellas poseen directa o indirectamente 40% o más de la participación accionaria en otras sociedades. Así lo establece el reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. Los nuevos son Quicentro Shopping, Tecopesca, Compañía Verdu, Corporación Azende, Almacenes La Ganga, Uribe y Schwarzkopf, Productos Metalúrgicos S.A. Promesa, Constructora Hidrobo Estrada, Farmaenlace, Leterago del Ecuador, Songa y Bonanza Fruit Co. Cinco pertenecen a la regional Norte,

²² El Universo. (2011) “ *Con la consulta se pretende limitar a la banca y a los medios*” Quito. Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2011/01/20/1/1355/con-consulta-pretende-limitar-banca-medios.html?p=1354&m=1775> (Consulta 01-04-2011)

cinco al Litoral, uno a Manabí y otro al Austro.”²³

En la página del SRI podemos encontrar la información de estos 12 grupos económicos que se define según el artículo 5 del Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, para fines tributarios, el grupo económico es “conjunto de partes, conformado por personas naturales y sociedades, tanto nacionales como extranjeras, donde una o varias de ellas posean directa o indirectamente 40% o más de la participación accionaría en otras sociedades”.²⁴

Los listado de los 12 más grandes e influyentes en el país:

1. BANCO PICHINCHA (DINERS CLUB, SEGUROS DEL PICHINCHA, BANCO RUMIÑAHUI, BANCO DE LOJA, AIG, INTERDIN, CREDI FE). Regionalmente del norte (Quito).
2. ALMACENES JUAN ELJURI (BANCO DEL AUSTRO, NEOHYUNDAI, AYMESA, AEKIA, METROCAR, TVCABLE). Del Austro (Cuenca).
3. BANCO DE GUAYAQUIL (CORPORACION MULTIBG, RIO GUAYAS COMPAÑÍA DE SEGUROS, MULTIVALORES B.G.). Del Litoral Sur. (Guayaquil)
4. CORPORACION FAVORITA (SUPERMAXI, MEGAMAXI, JUGUETON, AKI, SUPERSALDOS, KYWI, SUKASA, TVENTAS). Del norte.
5. PRODUBANCO (SUPER PA-CO, PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO, SERVIPAGOS, PRODUFONDOS). Del norte.
6. EXPORTADORA BANANERA NOBOA (BANACONT, ELCAFE, INDUSTRIA CARTONERA ECUATORIANA, INDUSTRIAL MOLINERA). Del Litoral Sur.
7. GENERAL MOTORS (OMNIBUS BB, GMAC DEL ECUADOR, ELASTO). Del Norte.

²³ El Universo. (2011) *Doce nuevos grupos económicos en el SRI*. Quito. Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2011/03/28/1/1356/doce-nuevos-grupos-economicos-sri.html?p=1356A&m=256>. (Consulta 01-04-2011)

²⁴ SRI. (2011) *Grupos Económicos*. Quito. . Disponible en: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/grupos-economicos>. (Consulta 01-04-2011)

8. BANCO INTERNACIONAL (CONSORCIO PETROSUD PETRORIVA, PETROLAMEREC, CERVANTES COMPAÑIA DE SEGUROS). Del norte.

9. BANCO BOLIVARIANO (TABOS ECUATORIANA, AFFB, VALORES BOLIVARIANO). Del Litoral Sur.

10. CORPORACION EL ROSADO (MI COMISARIATO, MI JUGUETERIA, FERRISARIATO, CHILIS, SUPERCINES, RADIO DISNEY). Del Litoral Sur

11. DINADEC (CERVECERIA NACIONAL). Del Litoral Sur.

12. CONSORCIO NOBIS (ECUADOR BOTTLING COMPANY, COMPANIA AZUCARERA VALDEZ, UNIVERSAL SWEET INDUSTRIES). Del Litoral Sur.

El poder económico de los antes mencionados grupos de poder, tienen a su haber una gran concentración de riqueza que es acompañada por su monopolización también en los medios de comunicación, así tenemos :

GRUPO MANTILLA.- El Diario el Comercio fue fundado en 1906, por Carlos y César Mantilla Jácome. A la vez se subdivide en dos grupos: Mantilla Mosquera y Mantilla Anderson.

- Subgrupo Mantilla - Ortega: tienen a su haber el Diario el Comercio, del cual Guadalupe Mantilla es su presidenta, Ediecuatorial; Serviendes S.A., empresa comercializadora de libros; Prismasa, empresa de encuadernación; Ofssetec, que se dedica a la edición de periódicos y revistas. Sistema Ecuaradio, Telenacional, que anteriormente era el canal 8 y luego trasfiere las acciones al grupo Alvarado y Megadatos, que se dedica a comunicaciones Telefónicas y transmisión de datos.
- Subgrupo Mantilla – Anderson: controla las empresas: Edimpres S.A. que tiene como producto a Diario el Hoy; Tesatel Cía Ltda. que transmite señales de TV hoy, canal 21 UHF; radio Hoy Cía. Ltda. con frecuencias en AM Y FM. Predata, empresa dedicada a la elaboración y transmisión de datos; Servicios Digitales de Información Audiohoy Cía. Ltda. Y Servidatos que suministra material de noticias.

GRUPO ALVARADO.- Son propietarios de Editores Nacionales que publican. Vistazo, Hogar Estadio, Generación 21, Eres, Eres mamá y América Economía Ecuador. ECUAVISA pertenece al grupo Álvaro Roca, así también es dueño del Canal 42 UHF, canal 22 Telemundo y mantiene relación con Univisa, Corporación Ecuatoriana, y la radio Galaxyecuador.

GRUPO PÉREZ.- Dueños del Diario El Universo, el 99,20% de acciones son controladas por tres empresas extranjeras que tienen relaciones con la familia Pérez. Unidiario empresa de servicios de intermediación.

GRUPO MARTÍNEZ MARCHAN- VIVANCO.- controla Diario Expreso, Diaro Extra; Extrarradio, Negocios Gráficos, Revista Vanguardia.

GRUPO EGAS.- En el marco de las reformas que ponen en vigencia las leyes para los medios y sus propietarios, el grupo de la Familia Egas vendió las acciones de Teleamazonas ya que también es dueña del Banco del Pichincha. La Asamblea Nacional ha solicitado información sobre la venta de las acciones del banquero Fidel Egas en el canal Teleamazonas, que ha sido duro crítico de la gestión del presidente del país, Rafael Correa. Egas ha anunciado el traspaso de sus acciones del canal, así como de Dinediciones, una editora de revistas, a un fideicomiso cuyos socios son empleados, amigos suyos, una empresa española y otra peruana, que no ha identificado. Las revistas Soho y Revista Fucsia.

GRUPO ELJURI: Propietarios de Red Nacional de TV, Telerama.

GRUPO ZAMBRANO.- Controlan El Canal Manavisión, Diario La Tarde , Revista El Mundo, y revista Variedades.

GRUPO MERCHÁN.- tienen a su haber el Diario Mercurio y radio Mercurio en Cuenca.

GRUPO QUEZADA.- propietarios del Diario La Opinión, Corporación Radial W.Q.C., Teledpress, televisión y editoria de prensa.

GRUPO MUÑOZ.- controla Red Telesistema RTS, que cuenta con 23 repetidoras y Radio Fabu Stereo.

GRUPO RIVAS.- propiedad Canal Uno, con cobertura en 14 provincias, y radio Sonoraza

MAPAS DE MEDIOS / TRABAJOS SIMILARES EN EL MUNDO

En la investigación realizada no se pudo encontrar trabajos que se asemejen al que ejecutaremos, lo que existe es una guía de medios de comunicación.

Existe un mapa que se encuentra en desarrollo recopila los medios de información en Europa, este mapa está a cargo de European Journalism Center (**EJC**), con sede en la ciudad holandesa de Maastricht. El mapa recoge una documentada descripción del panorama de los medios impresos, audiovisuales y digitales en 34 países. La información que se encuentra es sobre el manejo de los medios en cada país, la historia de los medios, y datos de información general, en radio, televisión, telecomunicaciones y medios digitales.

Imagen No 1

European Journalism Centre – Journalists working for journalists



Fuente: <http://www.ejc.net/>.

Imagen No 2

Medios medios- El medio de la comunidad virtual

Jueves, 4 de agosto de 2010

seguinos en [twitter](#) [facebook](#)

Agregue Mediosmedios a sus Favoritos [Volver a la Página Principal](#) [Haga de Mediosmedios su Página de Inicio](#)

Capacitación y Formación

- Curso de Redacción Periodística On Line
- Curso de Periodismo radial
- Curso de Oratoria
- Curso de Locución
- Curso de Programación Radial y Técnicas de Realización en Radio
- Curso de Creación de Empresas
- Curso de Marketing Deportivo
- Curso de Periodismo Digital
- Taller de Producción y Realización de Informativos Radiales
- Curso de Comunicación Institucional
- Curso de Motivación
- Curso de Patrocinio Deportivo
- Curso de Periodismo de Investigación
- Curso de Tesis - Cómo hacer una tesis
- Curso de Weblog
- Curso de Periodismo Escolar
- Curso de Ortografía
- Curso El Lenguaje de la Radio
- Curso de Marketing

Directorio de Medios de Comunicación

MDS2 CONSULTORES EN COMUNICACIÓN

MDS2 AGENCIA DE TRADUCCIONES

TODOS LOS MEDIOS DEL MUNDO EN UN SOLO SITIO

Desde esta página accedés gratuitamente a más de 23.000 medios de comunicación del mundo con solo hacer click sobre el nombre de cada uno de ellos.

Navega por los medios teniendo en la misma página a todos ellos.

La clasificación se realiza por continente y país. Dentro de cada país encontrarás las siguientes categorías:

agencias de noticias / periódicos diarios / revistas / revistas temáticas / canales de televisión abierta-por cable / radios / publicaciones profesionales / revistas para adultos / revistas de arte / comics / fanzines

Además, podés acceder a gran cantidad de publicaciones temáticas y a medios de comunicación internacionales.

Servicios

- Traducciones
- Decoraciones
- Servicios de Prensa y Comunicación
- Correcciones

Mediosmedios está alojado en [Sitios Hispanos.com](#)

Calidad Seriedad en Servicios

Comunidad

- Directorio de Medios de Comunicación y Fuentes de Información del mundo
- Dónde Estudiar (en todo el mundo, país por país)
- Universidades del Mundo
- Becas, maestrías y ayudas económicas
- Foro Mediosmedios
- Publicá tu nota en la Comunidad Mediosmedios
- Las notas de la Comunidad Mediosmedios

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

En la página web Medios medios se visualiza un compendio de los principales medios de comunicación en el mundo y sus enlaces web. Agrupa más de 23.000 medios, clasificados por continente y país. Donde se puede encontrar agencias de noticias, diarios, revistas, revistas temáticas, canales de televisión, radios, publicaciones profesionales, revistas de arte, comics, pero no en todos los países se encuentran las anteriores categorías.

Existe a nivel de Latinoamérica la página de Medios Latinos que ofrece información sobre periodismo y medios de comunicación en Latinoamérica. Los países que se encuentran en la página son: Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Uruguay, Perú y Venezuela.

Su objetivo es reunir en un solo sitio la información de los principales medios del continente, datos sobre el derecho a la información y la comunicación, noticias de actualidad sobre medios de comunicación, publicaciones de libros y reseñas editoriales sobre periodismo y comunicación, una agenda de eventos sobre congresos, conferencia y charlas en América del Sur. Además se puede visualizar el acceso a la información, libertad de expresión, regulaciones de Radio y Televisión y Leyes de imprenta, pero lamentablemente los datos no son actuales.

La página es producida y financiada por el Programa de Medios de Comunicación y Democracia de la Fundación Konrad Adenauer desde del 2004. Los contenidos son desarrollados por profesionales de la región. Por medio de este portal la fundación tiene como objetivo fortalecer la democracia en la región haciendo pública la información de los medios que existen en cada país.

Imagen No 2 Medios Latinos



Fuente: <http://www.kas.de/wf/en/71.9034/>

Imagen No 3

Medios Latinos – Mapa de Medios



Fuente: <http://www.kas.de/wf/en/71.9034/>

En este portal se selecciona el país y encontramos información de los principales medios de comunicación en prensa, radio y televisión. La información que arroja es en prensa el número de ejemplares vendidos, el nombre el editor, dirección o la ciudad donde se ubica, el teléfono, fax, mail y la pagina Web, algunos datos no están completos.

Ejemplo:

Diarios

El Universo

| | |
|---|-----------------------|
| Ejemplares vendidos por día (Promedio) * | 133.000 |
| Editor en jefe | Mónica Almeida Chávez |
| Jefe de Sección Política | - |
| Dirección | Guayaquil |
| Teléfono | (593) 090 1531 |

| | |
|-----------------|--|
| Fax | 249 0000 est. 488 |
| E-mail | redaccion@eluniverso.com |
| Homepage | www.eluniverso.com |

El Comercio

| | |
|---|--|
| Ejemplares vendidos por día (Promedio) * | 130.000 |
| Editor en jefe | Darwin Massuh |
| Jefe de Sección Política | Martín Pallares |
| Dirección | Av. Pedro Vicente Maldonado 11515, Apartado 17-01-57 |
| Teléfono | (593) 267 0999 |
| Fax | (593) 267 0866 |
| E-mail | redaccion@elcomercio.com |
| Homepage | |

Extra

| | |
|---|--|
| Ejemplares vendidos por día (Promedio) * | - |
| Editor en jefe | Nicolás Ullea Figueroa |
| Jefe de Sección Política | no tiene sección política |
| Dirección | Av. Carlos Julio Arosemena, Km 2½ |
| Teléfono | (593) 2201 100 |
| Fax | (593) 220 60472 |
| E-mail | matriz@granasa.com.ec |
| Homepage | www.extra.ec |

* (Promedio) Cálculos propios en base a datos de internet, de los periódicos y las publicaciones "Internationales Medienhandbuch (2002/2003), Nomos", "Becerra, M y Mastrini (2006): Periodistas y Magnates, Prometeo" y "Becerra, M y Mastrini (2009): Periodistas y Magnates, Prometeo"

*** Tirada diaria

En radio la mayoría de información está incompleta, en especial con respecto al rating, porcentaje de audiencia, facturación, y grupo al que pertenece. Ejemplo:

Radios

Radio Visión

| | |
|---|---|
| Rating | - |
| Porcentaje de audiencia | - |
| Facturación (en US\$) | - |
| Grupo empresarial al que pertenece | - |
| Dirección | Francisco Arízaga Luque N34-229 y Federico Páez (Batán Alto), Quito |
| Teléfono | (593-2) 2260 315 |

| | |
|------------------------------------|--|
| Fax | - |
| E-mail | - |
| Homepage | radiovision.com.ec |
| FM Mundo | |
| Rating | - |
| Porcentaje de audiencia | - |
| Facturación (en US) | - |
| Grupo empresarial al que pertenece | - |
| Dirección | - |
| Teléfono | (593-32) 988 466 (593-32) 988 444 |
| Fax | - |
| E-mail | Gerencia General, Dirección General: gerencia@fmmundo.com Presidencia, Mercadeo, Finanzas, Administración: presidenciafm@fmmundo.com Asistencia e Información: fmmundo@fmmundo.com |
| Homepage | www.fmmundo.com |

| | |
|------------------------------------|--|
| Radio Universal Guayaquil | |
| Rating | - |
| Porcentaje de audiencia | - |
| Facturación (en US) | - |
| Grupo empresarial al que pertenece | - |
| Dirección | - |
| Teléfono | (593-4) 2440 080 (593-4) 2448 410 |
| Fax | - |
| E-mail | r-arroba@gye.satnet.net |

Y en televisión de igual manera no se encuentran los datos completos. Ejemplo:

Televisión

| | |
|------------------------------------|--|
| Ecuavisa | |
| Rating | - |
| Porcentaje de Rating (o Share) | 19,70% |
| Facturación (n US) | - |
| Porcentaje de la Facturación | - |
| Grupo empresarial al que pertenece | - |
| Ejecutivos periodísticos | Carlos Galecio (Jefe de Informaciones) |
| Dirección | Cerro del Carmen, Guayaquil |

| | |
|-----------------|--|
| Teléfono | (593-2) 2448 100 |
| Fax | (593-2) 2562 444 |
| E-mail | cgalecio@ecuavisa.com |
| Homepage | www.ecuavisa.com |

TC Televisión

| | |
|---|---|
| Rating | - |
| Porcentaje de Rating (o Share) | 16,00% |
| Facturación (n US) | - |
| Porcentaje de la Facturación | - |
| Grupo empresarial al que pertenece | Grupo Isaías |
| Ejecutivos periodísticos | Jorge Kronfle Barakat (Presidente Ejecutivo) |
| Dirección | Guayaquil: Av. de las Américas y Abel Romeo Castillo, frente al aeropuerto. Quito: Conde Ruiz de Castilla 997 y Murgeón |
| Teléfono | - |
| Fax | - |
| E-mail | - |
| Homepage | www.tctelevision.com |

Teleamazonas

| | |
|---|--|
| Rating | - |
| Porcentaje de Rating (o Share) | 14,20% |
| Facturación (n US) | - |
| Porcentaje de la Facturación | - |
| Grupo empresarial al que pertenece | - |
| Ejecutivos periodísticos | Humberto Panchana (Jefe de Informaciones) |
| Dirección | Calle Antonio Granda Centeno OE-429 y Brasil |
| Teléfono | (593-2) 397 4444 / 4445 |
| Fax | (593-2) 2441 620 |
| E-mail | hpanchana@teleamazonas.com |
| Homepage | www.teleamazonas.com |

MAPA DE MEDIOS/ TRABAJOS SIMILARES EN EL ECUADOR

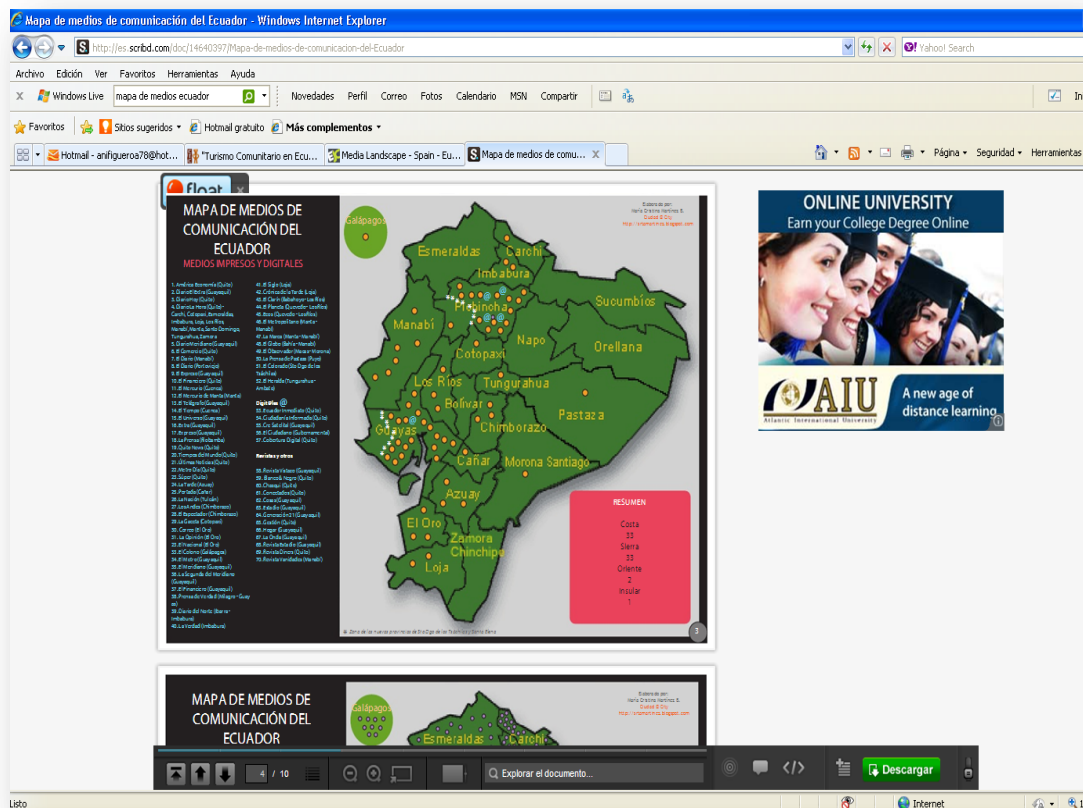
Existe un Directorio de medios en Ecuador realizado por CIESPAL, con el auspicio de la fundación de Asistencia en Comunicación del Gobierno del Reino de los Países Bajos, quienes también realizaron el mismo estudio en 19 países de América Latina. En la cual

indica que en Ecuador existen 36 diarios en 11 provincias, en televisión, el estudio arrojó 14 canales en 7 provincias del país. Y en emisoras se registraron 342 en funcionamiento regular. Estos datos están actualizados en el año 1990. Es decir no se encuentra actualizada.

En la web encontramos un Mapa de Medios realizado por María Cristina Martínez, cercano al trabajo a realizar, la investigación fue realizada en el año 2008. Encontramos datos de medios de comunicación impreso, digitales, radios, televisoras, agencias de publicidad y grupos económicos registrados en el país. Es evidente que la concentración de medios tanto impresos como digitales se encuentran ubicados en las provincias de Pichincha y Guayas. En parte esto se debe en gran parte en que las grandes urbes cuentan con mayor tecnología, Así observamos, por ejemplo, que en las metrópoli se encuentran reunidos el mayor porcentaje de teléfonos, faxes, telecomunicaciones, fibras ópticas, terminales satelitales, bases de datos, redes de computadoras, conexiones coaxiales, accesos a Internet, medios interactivos, etc.

Visualizamos un mapa de los grupos económicos y donde se encuentran localizados en el país con los medios que son propietarios.

Imagen No 4
Mapa de Medios de Comunicación del Ecuador



Fuente: <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>

En resumen se puede concluir que no hay antecedentes de un mapa de comunicación de las características similares en la web, que brinde datos actualizados y detallados de cada medio en todo el territorio nacional, incluyendo radio, televisión, prensa, revistas, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y marketing, agencias de recursos humanos, medios digitales y productoras cinematográficas, es decir topamos todos los medios de comunicación relevantes.

Para ello se nos asignó la investigación de 14 medios en la rama de prensa digital, radio, publicidad y productoras de televisión.

Los medios que se realizará le investigación en radio:

- Iris
- Reloj

- Oyambaro
- Amiga Fm
- Ecos del pueblo
- Calidad

Los medios en Producción:

- La cuerda TV
- Lagenda

Los medios de Marketing y publicidad:

- Bea Publicidad
- Bengala Publicidad
- Black and White
- Boom publicidad
- Serpin publicidad

Y en medios digitales:

- Cobertura Digital

CAPÍTULO III

3.1 METODOLOGÍA

3.1.1 TÉCNICA EMPLEADA:

La técnica utilizada en la investigación de campo para el levantamiento de datos de los medios de comunicación fue la ficha, que es documento en la cual contiene la información de las empresas de comunicación en sus ramas de radio, televisión, prensa, revistas, agencias de relaciones públicas, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y marketing.

3.1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS Y UNIDADES ASIGNADAS A CADA ESTUDIANTE

Los medios de comunicación que fueron estudiados son:

| MEDIO DE COMUNICACIÓN | NOMBRE | CIUDAD |
|------------------------------|-------------------|---------------------|
| Prensa Digital | Cobertura Digital | Pichincha -Quito |
| Radio | Iris | Pichincha – Quito |
| Radio | Reloj | Pichincha – Quito |
| Radio | Oyambaro | Pichincha – Quito |
| Radio | Amiga FM | Bolívar – Chillanes |

| | | |
|------------------------|--------------------|------------------------|
| Radio | Ecos del Pueblo | Cotopaxi – Latacunga |
| Radio | Calidad | Tungurahua – Saquisilí |
| Productora | La Cuerda TV | Pichincha – Quito |
| Productora | Lagenda | Pichincha – Quito |
| Marketing y Publicidad | Bea Publicidad | Pichincha – Quito |
| Marketing y Publicidad | Bengala Publicidad | Pichincha – Quito |
| Marketing y Publicidad | Black and White | Pichincha – Quito |
| Marketing y Publicidad | Boom Publicidad | Pichincha – Quito |
| Marketing y Publicidad | Serpin Publicidad | Pichincha – Quito |

3.1.3 VARIABLES:

Las variables que se consultaron son: información genera y legal, morfología de la empresa, recursos humanos, productos y servicios que ofrecen las empresas.

3.1.3.1 INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL

Las preguntas en Información General y Legal que se realizaron en cada medio de comunicación son las siguientes:

1. Nombre de la empresa
2. Razón Social
3. Ruc
4. Ciudad
5. Dirección Física
6. Datos de ubicación, en el que constan:
 - Teléfono
 - Fax
 - E- mail
 - Web
 - Código Postal
 - Blog
 - Facebook
 - Twitter
7. Nombre de promotores/fundadores
8. Nombre de propietarios (accionistas)
9. Nombre de directivos
10. Pertenece a un grupo de empresas? Con dos opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta: Si () o No (). Si la respuesta es afirmativa: díganos su nombre:
11. Fecha de fundación:
12. Objeto Social: con dos opciones para marcar con un X en la respuesta
 - Pública ()
 - Privada ()

Si es privada, de que tipo? Con dos tres opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta:

- Limitada ()
- Mixta ()
- Anónima ()
- Hecho ()

13. Tipo de Capital. Con tres opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta:

- Sucrito ()
- Autorizado ()
- Valor por acción ()

14. Sector al cual pertenece. Con 9 opciones, para marcar con un X en la respuesta:

- Prensa ()
- Medios Digitales ()
- Revistas ()
- Radio ()
- Televisión ()
- Productoras Audiovisuales ()
- Productoras Cinematográficas ()
- Agencias de Marketing y Publicidad ()
- Agencias de Relaciones Públicas ()

3.1.3.2 MORFOLOGÍA DE LA EMPRESA

Las preguntas para Morfología fueron específicas de acuerdo a cada Medio de Comunicación al que pertenecen, en nuestro caso los medios a entrevistar fueron en Radio, Prensa Digital, Productora Audiovisuales y Agencias de Marketing y Publicidad, a continuación detallamos las preguntas:

RADIO:

Morfología de la Empresa

1. Tipo de Estación .- Con tres opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta:
 - Comercial ()
 - Comunitaria ()
 - Pública ()
2. Frecuencia.- Con cinco opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta:
 - AM ()
 - FM ()
 - SW ()
 - Otra : especificar
3. Número de frecuencia radial
4. Cobertura.- Con cuatro opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la radio con una X en la respuesta:
 - Local ()
 - Provincial ()
 - Nacional ()
 - Internacional ()
5. Número de repetidoras
6. Tiempo de programación al día.....
7. Anexar parrilla de contenidos por periodos/ temporadas del año

MEDIOS DIGITALES:

Morfología de la Empresa

1. Número de secciones
2. Número de publicidad.....
3. Número de fotografías.....
4. Elementos de interacción.- Con ocho opciones para escoger, o marcar las opciones validas para el medio digital con una X en la respuesta:

- Chats ()
- Comentarios ()
- Cartas al editor ()
- Foros ()
- Encuestas ()
- Facebook ()
- Twitter ()
- Otros

5. Hipertextualidad.- Con dos opciones para escoger, o marcar las opciones validas para el medio digital con una X en la respuesta:

- Enlaces internos ()
- Enlaces externos ()

6. Multimedia.- Con dos opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta:

- Si ()
- No ()

7. Número de blogs.....

8. Mapa Web/mapa de sitio.- Con dos opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta:

- Si ()
- No ()

9. Noticias con firmas:

- Nombre completo del periodista:.....
- Anónimo:.....
- Siglas:.....
- Correo electrónica:.....

PRODUCTORAS AUDIOVISUALES:

1. Categoría- Con dos opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Productora Audiovisuales con una X en la respuesta:

- Tv ()
- Cine ()
- Video ()
- BBC ()
- Radio ()

2. Formato de producción: Análoga o Digital

Con dos opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Productora

Audiovisuales con una X en la respuesta:

- Betamax ()
- VHS ()
- Betacam SP ()
- Betacam SX ()
- XCD CAM ()
- Mini DV ()
- DV ()
- HD ()
- HDVD ()

3. Ámbito Geográfico.- Con dos opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Productora Audiovisuales con una X en la respuesta:

- Local ()
- Provincial ()
- Nacional ()
- Internacional ()

4. Circulación de producto/exhibición.- Con dos opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Productora Audiovisuales con una X en la respuesta:

- Local ()
- Provincial ()
- Nacional ()
- Internacional ()

5. Premios o reconocimientos.- Con dos opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Productora Audiovisuales con una X en la respuesta

- Nacional () especificar.....
- Internacional () especifica.....

AGENCIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

Morfología de la Empresa

1. Tipo de agencia.- Con cuatro opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Agencia de Marketing y Publicidad con una X en la respuesta

- Local ()
- Provincial ()
- Nacional ()
- Internacional ()

2. Sucursales.-

- Si ()
- No ()
- Especificar ciudades.....

3. Áreas o departamentos de agencia.- Con ocho opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Agencia de Marketing y Publicidad con una X en la respuesta

- Gerencia ()
- Cuentas ()
- Creativo ()
- Tráfico ()
- Medios ()
- Producción audiovisual ()
- Producción extrema ()
- Otros especificar:.....

4. Número de cuentas que maneja la empresa.- Con dos opciones para escoger, o marcar las opciones validas para la Agencia de Marqueting y Publicidad con una X en la respuesta:

- Nacional.....
- Internacional.....

5. La agencia se especializa en una área de la publicidad.- Con tres opciones para escoger:

- MKT ()
- Publicidad ()
- Publicidad Digital ()

6. Premios o reconocimientos .- Con dos opciones para escoger, para marcar con un X en la respuesta:

- Nacional.....
- Internacional.....

3.1.3.3 RECURSOS HUMANOS

Para el área de Recursos Humanos la ficha es completada con la información asignada para cada medio de comunicación. Así, los medios que nos fueron asignados para esta investigación son: Radio, Prensa Digital, Productora Audiovisuales y Agencias de Marketing y Publicidad. Las preguntas que se utilizó son para completar con el número de personas que se encuentran que son parte las diferentes áreas de los medios.

RADIO:

1. Staff de dirección: Con dos preguntas para completar
 - Número directores
 - Número Subdirectores.....
2. Número de editores de audio
3. Número de locutores de radio

4. Número de personal administrativo.....
5. **Número total de empleados**
6. Número de empleados con título de tercer nivel.....
7. Número de empleados sin título

MEDIOS DIGITALES:

1. Staff de dirección: Con dos preguntas para completar
 - Número directores
 - Número Subdirectores.....
2. Número redactores / reporteros.....
3. Número fotógrafos...0.....
4. Número personal de dibujantes e infografía.....
5. Número de diseñadores gráficos
6. Número de corresponsales.....
7. Número de freelancer.....
8. Número de personal administrativo.....
9. **Número total de empleados**.....
10. Número de empleados con título de tercer nivel.....
11. Número de empleados sin título

PRODUCTORAS AUDIOVISUALES:

1. Staff de dirección:
 - Número directores
 - Número productores.....
 - Número de asistentes de dirección.....
 - Número de asistentes de producción.....
 - Número de actores y actrices.....
2. Staff de producción:
 - Número de guionistas/ storyboards.....
 - Número de camarógrafos.....
 - Número de fotógrafos.....
 - Número de encargados de escenario y tramoyistas.....
 - Número de encargados de vestuario y maquillaje.....

- Número de sonidistas.....
 - Número de utileros.....
 - Otros.....
3. Staff de postproducción y comercialización:
 - Número de editores.....
 - Número de encargados de la comercialización y exhibición del filme.....
 4. Número de personal administrativo.....
 5. **Número total de empleados**.....
 6. Número de empleados con título de tercer nivel.....
 7. Número de empleados sin título

AGENCIAS DE MARQUETING Y PUBLICIDAD:

1. Personal de gerencia
 - Presidentes.....
 - Gerentes
2. Área de cuentas
 - Número directores/jefes.....
 - Número freelancer.....
3. Creativos
 - Número directores/jefes.....
 - Número creativos.....
4. Departamento de Tráfico
 - Número directores/jefes.....
 - Número ejecutivos.....
5. Departamento de Medios
 - Número directores/jefes.....
 - Número de planificadores.....
6. Diseñadores gráficos
 - Número directores/jefes.....
 - Número de ejecutivos.....

- Número diseñadores especialistas (internet, animación, multimedia).....
- Número diseñadores gráficos.....
- Número de dibujantes y artistas.....

7. Copywiter (escritores)

- Número directores/jefes.....
- Número de copywrites.....

8. Número de personal financiero

9. Número de personal administrativo.....

10. **Número total de empleados**.....

11. Número de empleados con título de tercer nivel.....

12. Número de empleados sin título

3.1.3.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN

En el área de productos y servios que brinda las empresas de comunicación se da varias opciones para escoger en cada medio de comunicación, se incluye al final una opción para otro producto además de los que se encuentran en el listado. Se concluye la entrevista con el producto más demandado y el tarifario de cada medio.

RADIO

1. Spot ()
 2. Jingle ()
 3. Perifoneo y audio móvil ()
 4. Presentadores y animadores ()
 5. Publicidad ()
 6. Servicios para conmutadores ()
 7. Clasificados menciones en vivo ()
 8. Servicios comunitarios ()
 9. Propendas Políticas ()
 10. Otros productos o servicios:.....
 11. Producto o servicio más demandado.....
- Anexar tarifario de producto y servicio.....

MEDIOS DIGITALES

1. Publireportajes ()
2. Publicidad
 - Animada ()
 - Estática ()
3. Versión móvil ()
4. Aplicación móvil ()
5. Alertas ()
6. Presencia en redes ()
7. Otros Productos o servicios.....
8. Productor o servicio más demandado.....
- Anexar tarifario de producto y servicio.....

PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

1. Spots publicitarios ()
2. Cuñas para radios ()
3. Venta y reparación de equipos audiovisuales ()
4. Imagen corporativa ()
5. Creación de logos ()
6. Diseño de sitios Web ()
7. Fotomontajes ()
8. Video de seguridad ()
9. Soluciones informáticas ()
10. Instalación de redes ()
11. Producciones cinematográficas ()
12. Otros productos o servicio:.....
13. Producto o servicio más demandado:.....
- Anexar tarifario de producto y servicio.....

AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

1. Servicios de Investigación de Mercados

- Psico-demográficas ()
 - Uso y preferencias del consumidor ()
 - Uso de medios ()
 - Otras investigaciones ()
2. Servicios y Asesoría en Marketing
- Marketing general ()
 - Comunicación comercial ()
3. Servicio de diseño y ejecución de anuncios publicitarios
- Spot y cuñas ()
 - Gráficos ()
 - Web ()
 - ATL ()
 - BTL ()
 - Otros ()
4. Servicios de planeación y compra de publicidad en Internet
- Medios Digitales Web 2.0. ()
 - Palabras Claves ()
 - Posicionamiento en buscadores ()
 - Otros.....
5. Otros productos o servicios.....
6. Producto o servicio más demandado.....
- Anexar tarifario de producto y servicio

3.1 PROCEDIMIENTO:

a) Sacar citas

Para iniciar el levantamiento de datos de los medios de comunicación asignados el primer paso fue sacar las citas con cada uno de los representantes de los mismos. Se nos asigno 14 medios, en diferentes áreas de la comunicación. A continuación los medios y su representantes:

| MEDIO DE COMUNICACIÓN | NOMBRE | REPRESENTANTE |
|------------------------|--------------------|------------------------------------|
| Prensa Digital | Cobertura Digital | Christian Espinosa |
| Radio | Iris | Pablo Herrera Jácome |
| Radio | Reloj | Fernando Roberto Brborich Montory |
| Radio | Oyambaro | Luis Eduardo Barros Proaño |
| Radio | Amiga FM | Henry Fernando Vallejo Ballesteros |
| Radio | Ecos del Pueblo | Luis Efraín Gallardo García |
| Radio | Calidad | Luis Ramiro Vela Gomez |
| Productora | La Cuerda TV | Roberto Sempertegui Regalado |
| Productora | Lagenda | Marco Vinicio Salvador |
| Marketing y Publicidad | Bea Publicidad | Ceso actividades |
| Marketing y Publicidad | Black and White | Ceso actividades |
| Marketing y Publicidad | Bengala Publicidad | Fausto Ramiro Flores Alban |
| Marketing y Publicidad | Boom Publicidad | Fadull Ezequiel Maya Duque |
| Marketing y Publicidad | Serpin Publicidad | Marco Franco |

Se estableció contacto con los medios entre 25 de Abril al 31 de mayo del 2011, entre estas fechas realizaron los primeros acercamientos con los representantes. Se debe ser indicar que la apertura de los medios se tuvo inconvenientes para conseguir la

información en la empresa de marketing Bengala Publicidad y Prensa Digital . Los datos proporcionados para la investigación como direcciones y teléfonos no se encontraban actualizados, por lo que para comenzar el trabajo se primero iniciar se confirmó los números telefónicos.

COBERTURA DIGITAL.- El medio en el área de prensa fue Cobertura Digital, medio de prensa digital. La información proporcionada para el estudio fue el número de celular del director del medio. Pero por problemas de tiempo del representante, Christian Espinosa, director del medio, solo fue posible el contacto en dos ocasiones al número de celular que se encuentra en la página Web, <http://www.cobeturadigital.com/>. El primer contacto el 18 de Abril del 2011 se indicó que no tenía oficina y que era quien dirigía el medio digital, y dio una fecha para la siguiente semana, la entrevista en un sitio por donde estaría provisionalmente. Pero el mismo día para confirmar a cita y me canceló, indicó que tuvo complicaciones de tiempo. Se envió vía mail la ficha por varios ocasiones para que me colabore pero no obtuve respuesta. El celular registrado no lo contesta. Se ha dejado varios recados en el buzón pero no devolvió la llamada. Los datos señalados en esta ficha son obtenidos de la página Web de cobertura digital y de la conversación telefónica con el Christian Espinosa. No se pudo obtener más datos, ya que no se encuentra registrado en el SRI, la Superintendencia de Compañías, ni en la Guía de teléfonos.

RADIO IRIS.- Vía telefónica el 25 de abril del 2011 se contacta a la radio Iris, la persona indicada para darme la información es Guillermo Herrera, presidente ejecutivo de la radio con quien se concretó la cita para el 27 de abril del 2011 para la entrevista.

RADIO RELOJ.- Los números proporcionados no contestaba en ninguna hora del día, es por esta razón que no se llegó a concretar una cita, después de realizar una averiguación en la guía telefónica y vía Internet, sin resultado, el siguiente paso fue realizar una indagación de campo directamente el 25 de mayo del 2011 .

RADIO OYAMBARO.- El 23 de mayo se realizó la llamada al Eduardo Barros, gerente de la radio. Hubo apertura para proporcionar la información, la fecha para la cita fue el día 1 de junio del 2011.

RADIO AMIGA FM.- Una de las investigaciones más complejas fue la de Radio Amiga FM, se encuentra ubicada en Chillanes, en la provincia de Bolívar, la razón fue que el número proporcionado estaba equivocado, pertenecía a una casa particular que no tenía vínculo alguno con la Radio. La persona que contestaba se encontraba molesta por tantas llamadas en busca del medio. En la guía telefónica no está registrado, tampoco existe información en el Internet. Con el nombre del propietario tenía un número particular registrado, pero se encontraba ocupado. Por lo tanto se realizó una indagación de campo directamente, se planificó un viaje hasta la Provincia para el día 18 de mayo del 2011.

RADIO ECOS DEL PUEBLO.- Desde el 18 de abril se realizó las llamadas para conseguir una cita con la radio, pero no hubo respuesta. Para el 29 de mayo se efectuó una investigación de campo.

RADIO CALIDAD.- En el número telefónico registrado no contestaban ni en la mañana, ni en la tarde, se realizó varias llamadas desde el 30 de abril del 2011 hasta el 5 de mayo del 2011, luego se tomó la decisión de realizar un levantamiento de la información en la averiguación de campo el 17 de mayo del 2011.

PRODUCTORA LA CUERDA.- El contacto telefónico con la Productora fue el 26 de Mayo del 2011, cuentan con un contestadora automática para trasladar la llamada con la gerencia de la empresa. Es decir, no cuentan con recepcionista, por lo que se obtuvo un contacto directo con Roberto Sempértegui, gerente general el medio. La cita para el levantamiento de información fue dada para el 31 de mayo del 2011.

PRODUCTORA LAGENDA.- El 23 de mayo del 2011 se logró el contacto con la empresa productora, con la recepcionista informó que la persona que podría atendernos era Fernando Gavela, presidente de la productora .La cita y la entrega de información se dio para el 25 de mayo del 2011.

BEA PUBLICIDAD.- En la investigación preliminar al contrastar la información se confirmó que le empresa cesó sus funciones.

BLACK AND WHITE PUBLICIDAD.- En búsqueda inicial al contrastar la información se corroboró que la empresa de publicidad ya no estaba en funcionamiento.

BENGALA PUBLICIDAD.- El 10 de mayo del 2011 se hizo la llamada a la empresa Bengala, la recepcionista dijo que una entrevista con Fausto Flores no era posible sin tener una conversación primero con la Lourdes Quisaguano, contadora de la empresa, pero que estaba ocupada y se llamará al siguiente día, pero no se pudo conversar por motivos de tiempo, la contadora tiene reuniones todo el tiempo. Dos semanas después, se obtuvo contacto telefónico con de la Quisaguano, me indico que podría llevarle la ficha de levantamiento de datos para el 10 de junio del 2011, para revisarla y hacerla llegar presidente ejecutivo de la empresa.

BOOM PUBLICIDAD.- Se realizó varios intentos de llamada al número de contacto, al no tener respuesta, el segundo paso fue realizar la exploración de campo directamente.

SERPIN PUBLICIDAD.- El 31 de mayo del 2011 pudimos conversar con Martha Mora, presidente ejecutiva de la empresa, quien me dio cita para el 2 de junio del 2011. Por motivos de tiempo no era posible tener la cita antes de esa fecha.

b) Entrevistas con las empresas

RADIO IRIS.- El presidente Ejecutivo brindó la entrevista previo a la presentación de la carta que avala la elaboración del Mapa de Comunicación. En la pregunta sobre los nombres de los accionistas informo que es comprometedor, ya que es una sociedad anónima, solo indico el número de accionistas pero no los nombres. Tampoco dio todos los nombres de los directivos. Tienen una programación variada, cuenta con revistas familiares en la mañana y segmentos de opinión popular. Y programas de música especializada como: música del guayas, entre charangos y zampoñas, música cristiana, rap a tiempo, 100% ecuatoriano y live music con música de todas partes del mundo. Fue una de las radios que proporciono la programación y el tarifario.

RADIO RELOJ.- La persona que proporcionó la información fue el programador de la radio, Cristian Domínguez, informo que la radio por el momento no esta al aire, por problemas con la Antena Repetidora. No tiene conocimiento sobre cuando volverá a transmitir nuevamente. No fue posible tener la entrevista con los directivos, ya que, el

Domínguez indicó que el propietario no van continuamente a la radio. Por tal razón la ficha fue entregada para que los directivos puedan llenarla cuando tengan un tiempo en su agenda, el documento fue devuelto en una semana. Pero no todos los datos no fueron llenados de la información general . Y no contaba el sello de la radio, solo la firma de Fernando Brborich, gerente de la emisora.

RADIO OYAMBARO.- La entrevista la concedió Eduardo Barros propietario y gerente de radios. En la misma dirección funcionan dos radio, Oyambaro en 1360 AM y Cobertura 104.1 en FM. Tuvo una apertura para brindar la información, así como datos anecdóticos de sus comienzos de la transmisión. Comentó que no es de gran rentabilidad en AM, indica que los radioescuchas en su mayoría oyen en FM. Sus empleados la mayoría son no tienen el título de periodistas, piensa que no es necesario personal con estudios porque las sistemas de computación para programar pueden hacerlo sin problemas una persona sin mucha experiencia. La cobertura de la radio abarca toda la provincia de Pichincha, Cotopaxi y llega hasta Riobamba y algunos lugares del Oriente. Se mantienen económicamente por medio de los clasificados en vivo , pero no proporcionó el tarifario. La programación de música es en su mayoría nacional, como sanjuanitos, pasacalles, bombas, etc.

RADIO AMIGA FM.- La radio se ubica en el Cantón Chillanes al sur de la provincia de Bolívar. La dirección de la radio fue uno de los mayores inconvenientes, Chillanes se extiende desde el poblado cercano a la carretera principal donde comienza la calle Régulo de Mora y culmina en el poblado alejado, donde esta ubicada la radio, a dos horas de camino por una carretera secundaria que está en mal estado . A la llegada se realizó la investigación de campo, la radio funciona en un espacio físico de menos de cuatro metros cuadrados, su propietario fundador Ángel Vallejo realizaba un programa especial por las fiestas del poblado. Tuvo una atención amable al proporcionar los datos de la radio, resaltó trabajos como estos para que la ciudadanía conozca la existencia de medios radiales tan alejados y fundados solo con el fin de servir a la comunidad, comenta que la radio se sostiene económicamente con propaganda de spot de tres cooperativas del sector y propaganda política cuando hay elecciones, que cubre apenas los servicios básicos de la radio como son: agua, luz y teléfono.

RADIO ECOS DEL PUEBLO.- La radio funciona en Saquisilí, población ubicada a una media de distancia de Latacunga. El hijo del propietario de la emisora, Luís Gallardo Gualaquiza, hijo del propietario de la radio, quien labora en la radio, entregó la información a presentarle los documentos que indican la realización del Mapa de Comunicación. Como dato anecdótico el Sr. Gallardo comentó que en 7 ocasiones los ha visitado el Presidente de la República, Rafael Correa la radio reiteró su apoyo a este medio. La cobertura de ecos del pueblo alcanza toda la población de Cotopaxi.

RADIO CALIDAD.- La radio funciona en la provincia de Tungurahua, en Ambato, como es un poblado pequeño, no tuvo complicación al encontrar la dirección. Se encuentra en el centro de Ambato. Luís Vela, gerente de la radio, proporcionó la entrevista previo a la presentación del credencial de la Universidad. Al inicio un poco desconfiado para dar la entrevista, indicó estar en contra de los grandes monopolios económicos y teme represarías. Tiene como lema: radio calidad la voz del gente. La entrevista fue muy amena con gran apertura para entregar la información del medio. Entrega la publicidad donde se encuentra el tarifario de la radio. Pero la programación no fue dada por cambios que estaban por emprender en esa semana.

PRODUCTORA LA CUERDA.- La productora es dirigida por Roberto Sempértigui quien concedió la entrevista, concedió diez minutos para le entrevista, debido a la apretada agenda que tiene el gerente. El tarifario no fue proporcionado, por motivos de privacidad de la empresa. Y porque depende mucho de la producción que exija el comercial o la campaña. La productora también consigue contratos por medio de Agencias de publicidad.

PRODUCTORA LAGENDA.- La entrevista fue dada por Fernando Gabela presidente de la productora. A pesar de su tiempo limitado, concede un espacio de 1 hora para entregar la información, en la cual explicó el manejo el medio dentro del ámbito comercial. Sus principales productos son los comerciales de televisión, documentales y video Clips. Se manejan con Agencias que funcionan como intermediario, son las que consiguen las cuentas y recogen las propuestas de las productoras para su realización de las campañas en radio, televisión y prensa. La productora anteriormente se manejaba con el nombre de UVcinema hace 4 años atrás. Explica que hay diferencias entre la Publicidad de Guayaquil y Quito. En la capital la publicad es más detallista en el montaje, creado ambientes únicos para cada comercial, mientras que

en Guayaquil son los comerciales son más simplistas, cuidan menos los ambientes en el momento de la producción. Menciona que el personal que labora son gente muy creativa, y da apertura a practicantes , pasantes y tienen la opción de llegar a quedarse de planta en la empresa. La mayoría son nacionales y un treinta por ciento son extranjeros, de Colombia, México y Uruguay, para tener diferentes criterios, porque hay una visión diferente de la publicidad en otros países. El personal contratado depende de la complejidad y el presupuesto del cliente. El tarifario no fue proporcionado porque depende del producto. Un comercial puede llegar a tener hasta cien personas o solo una persona en escena. Pero lo mínimo que llega a costar un comercial sería tres mil dólares, pero esto depende del contrato puede ser cancelado hasta una año después.

BOOM PUBLICIDAD.- La información fue suministrada por Fadull Maya gerente propietario, Boom publicidad no es una agencia de publicidad, sino básicamente es una empresa especializada en artículos de promoción, como regalos corporativos. Entre sus clientes más destacados están Coca Cola y Fybeca, trabaja con empresas grandes o pequeñas. No cuenta con un tarifario de servicios porque depende mucho de los números de artículos y de la complejidad del mismo. Que pueden ser llaveros, vasos, esferos, gorras etc.

SERPIN PUBLICIDAD.- El día de la entrevista con la presidenta ejecutiva, Martha Mora, tuvo que salir de urgencia y no pudo concedernos la entrevista. Es por esa razón que Christian Vaca, contador de la empresa colaboró con le entrega de los datos para llenar la ficha.

c) Contraste de la información

Los medios para contrastar la información y determinar la veracidad de las entrevistas se consultó en:

- SRI
- Superintendencia de Compañías
- Conartel
- Guía telefónica

- Directorio de Comunicación 2011
- Superintendencia de Comunicaciones
- Anuario de medios de comunicación del Ecuador

COBERTURA DIGITAL.- Al tener no respuesta del director del medio digital, se optó por buscar en el Servicio de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías pero no se encontró ninguna información. Por lo cual la información que se utilizó para completar la ficha fue la encontrada en la página web <http://www.coberturadigital.com/> y la conversación telefónica con Christian Espiosa, director del medio.

RADIO IRIS.- El nombre de la empresa en la razón social está registrada en SRI como Radio Opipopular, que funciona en las mismas instalaciones que la Radio Iris. Y como nombre comercial se encuentra registrada como Radio Iris. El objeto social no coincide con la información con la Superintendencia de Compañías.

RADIO RELOJ.- La entrevista no pudo realizarse, y la ficha fue llenada para ser recogida días después. Pero al revisarla no se encontraban todos los datos de información general como la dirección, fecha de fundación; en morfología de la empresa falta el dato de tiempo de programación al día. No se encontró señaladas ninguna de las opciones de productos y servicios que ofrece. En el contraste de la información con el SRI la radio está registrada con RUC de Persona natural que le pertenece a Fernando Brborich Montory.

RADIO OYAMBARO.- Existen dos datos que no coincidieron, el objetivo social y el tipo de organización, el RUC es de Persona Natural a nombre de Luís Proaño, este dato se encuentra en el SRI.

RADIO AMIGA FM.- La radio está dirigido por Henry Vallejo, quien se encarga de todo el funcionamiento de la radio, y ejerce todas las funciones, como director, locutor y director. En la página de Servicios de Rentas Internas el RUC está registrado a nombre de su hijo Henry Vallejo, para venta al por mayor y menor de materiales y equipo de oficina con el nombre comercial de Tecnisoft, la radio se encuentra como segundo establecimiento con el nombre comercial de Amiga FM 105.9

RADIO ECOS DEL PUEBLO.- El detalle que no fue entregado por Luis Gallardo, hijo del propietario de la emisora y colaborador de la misma, fue el Registro Único de Contribuyentes. Al contrastar la información se confirmó que no está conformada como compañía, el Ruc es de persona natural .

RADIO CALIDAD.- El gerente general de la radio proporcionó la información que fue contrastada con el Sri, dando como resultado que el dato que no coincide es el objeto social.

PRODUCTORA LA CUERDA.- Todos los datos que fueron facilitados por Roberto Sempertegui , Gerente General fueron corroborados en el SRI y en la Superintendencia de Compañías.

PRODUCTORA LAGENDA.- El único dato que no fue exacto fue la fecha de fundación de la empresa que no coincidía con los datos registrados en el SRI y tampoco con los de página WEB de la Superintendencia de Compañías.

BEA PUBLICIDAD.- En la página del SRI, se investigó por el nombre de la empresa, el estado del contribuyente en el RUC está en pasivo, y la fecha de inicio de actividades fue el 18 de noviembre del 1988 y la fecha de cese de actividades fue el 13 de septiembre del 2006.

BLACK AND WHITE PUBLICIDAD.- La agencia de publicidad cesó sus actividades el 17 de marzo de 1994 según se encuentra registrado en el SRI, el dato extraño es que la fecha de creación es un mes antes el 25 de enero del 1994.

BENGALA PUBLICIDAD.- No fue posible la entrevista con Fausto Flores gerente general de la empresa, por motivos de políticas internas de la empresa me informó que los datos pedidos eran confidenciales para Bengala. Los datos de la ficha fueron contrastados con los del SRI, la Superintendencia de Compañías y la página web de la empresa. www.bengala-gpt3.com, aquí se puede encontrar los datos generales, morfología de la empresa y productos y servicios que ofrecen, no registra información de recursos humanos.

BOOM PUBLICIDAD.- Los datos fueron contrastados con el SRI, donde el Ruc está como persona natural. El año de fundación no coincidía con el dato proporcionado en la entrevista.

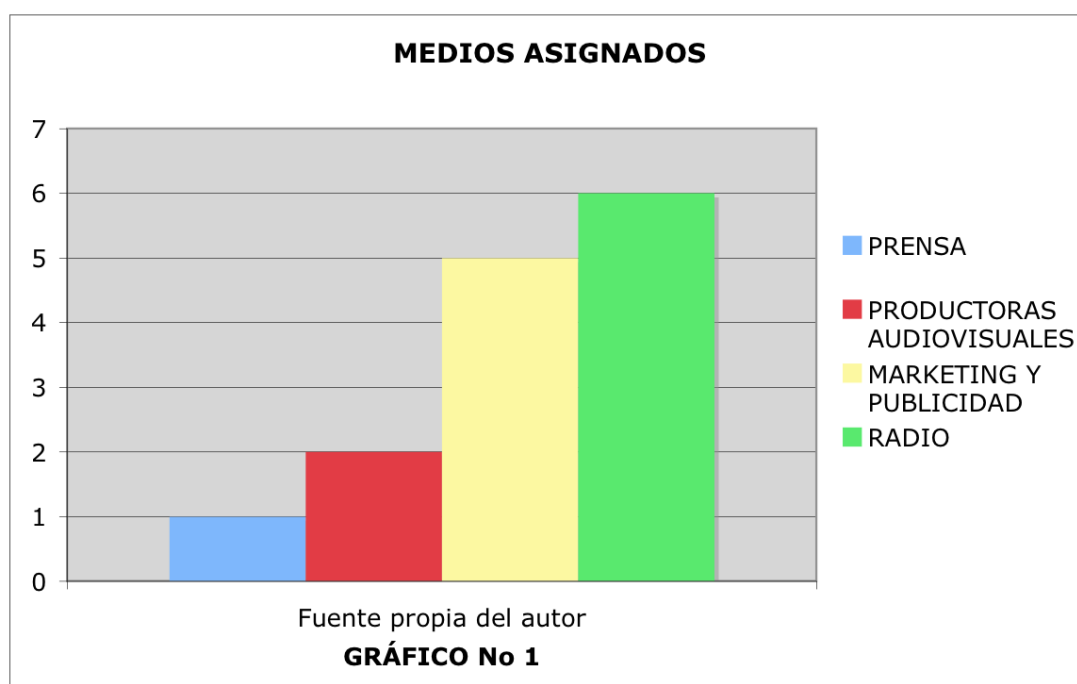
SERPIN PUBLICIDAD.- La información la dio el contador de la empresa, Christian Vaca, en la entrevista no estuvo seguro del año de fundación de la empresa y el objeto social, los datos restantes coincidan con los encontrados en las páginas del SRI y la Superintendencia de Compañías.

3.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS EN CUADROS ESTADÍSTICOS

Los resultados de la investigación de los medios de comunicación con reflejados de forma cuantitativa y son presentados en cuadros estadísticos para su mayor facilidad de comprensión.

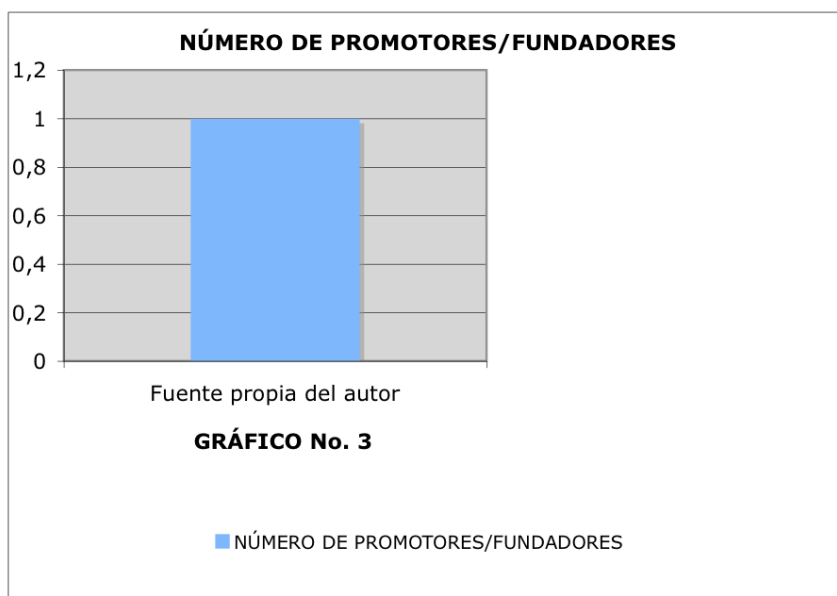
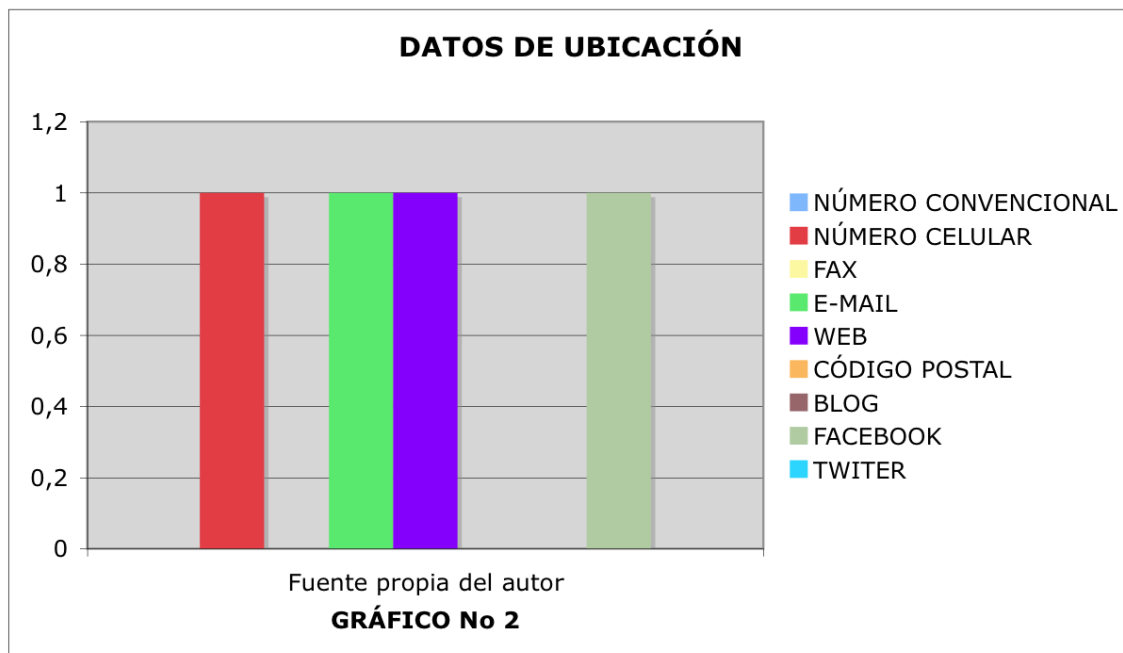
MEDIOS ASIGNADOS

| | |
|---------------------------|---|
| PRENSA | 1 |
| PRODUCTORAS AUDIOVISUALES | 2 |
| MARKETING Y PUBLICIDAD | 5 |
| RADIO | 6 |

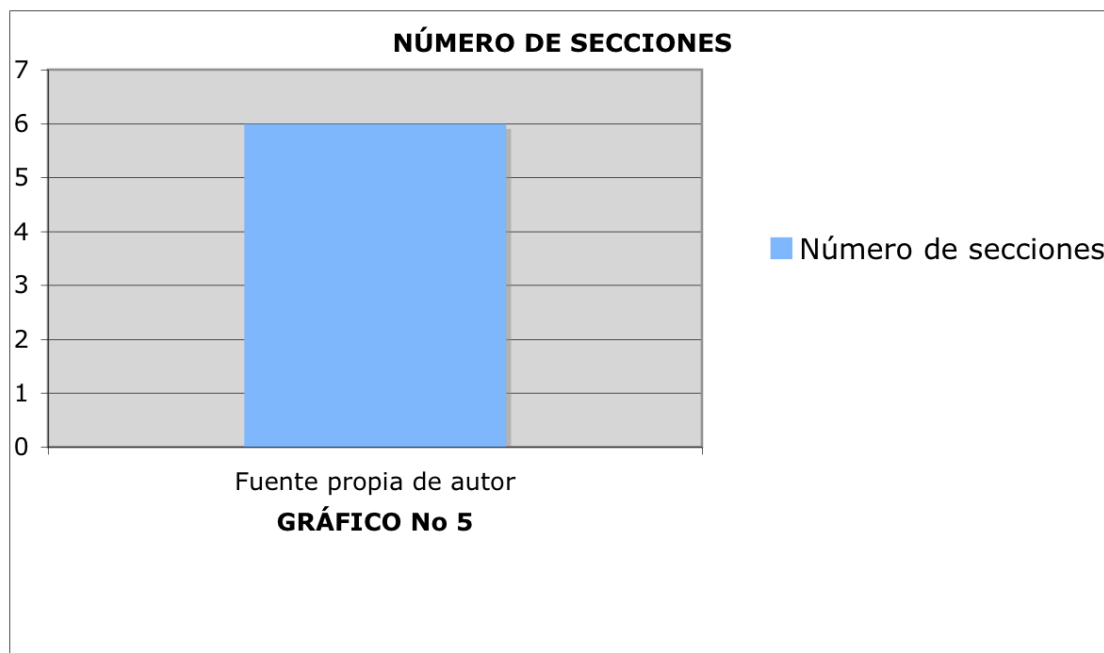
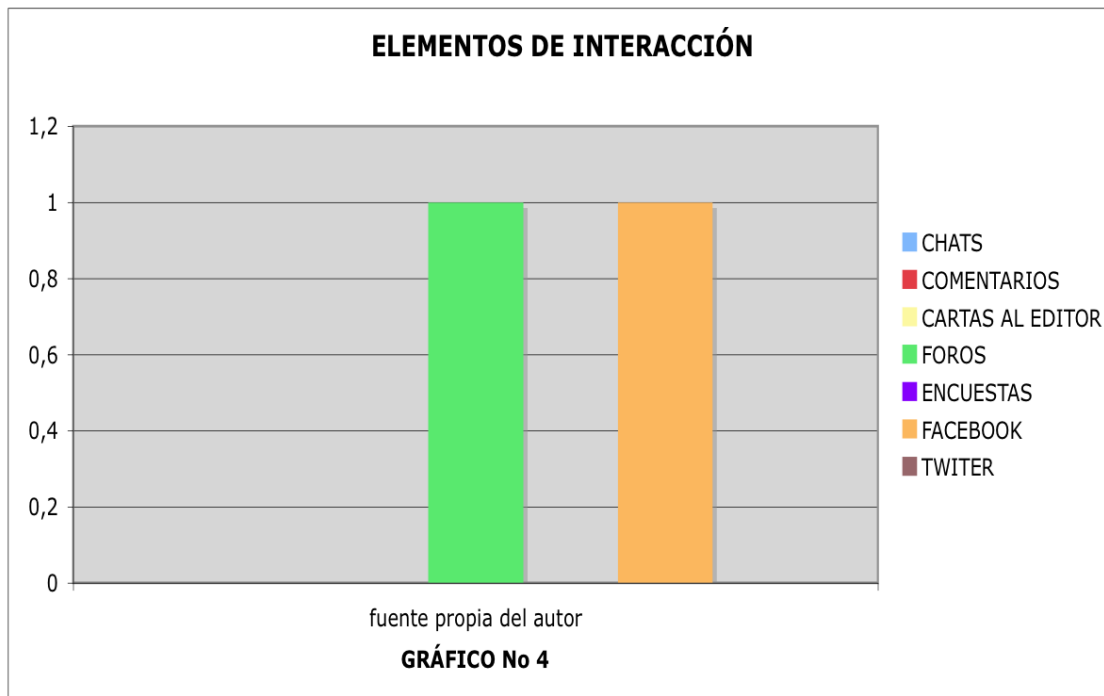


GRÁFICOS: PRENSA

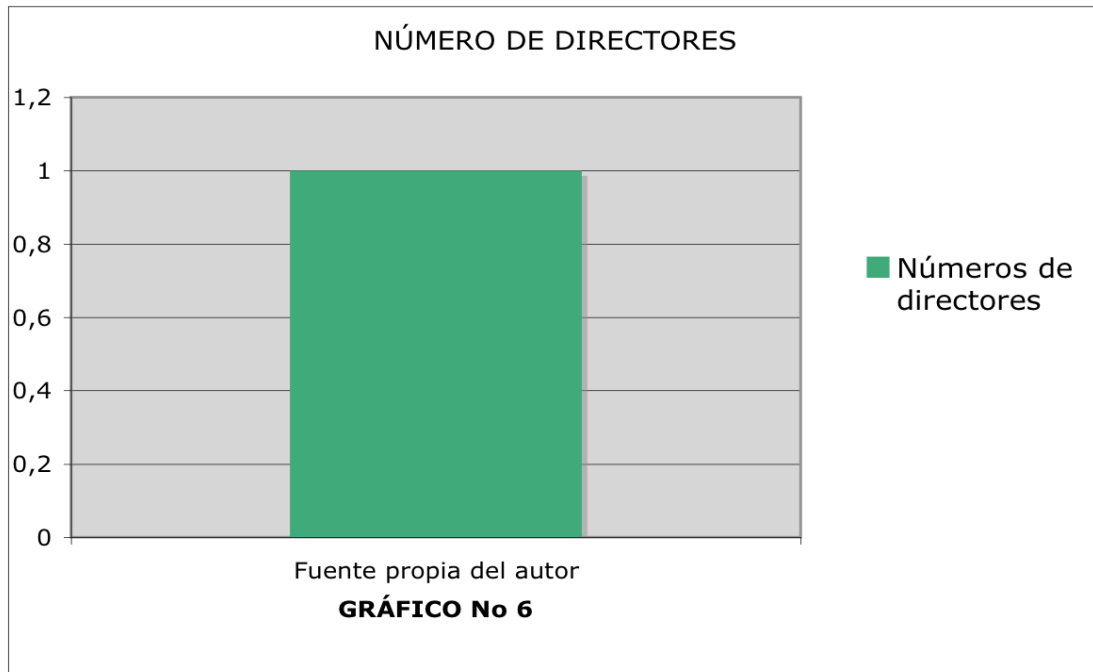
A. INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL



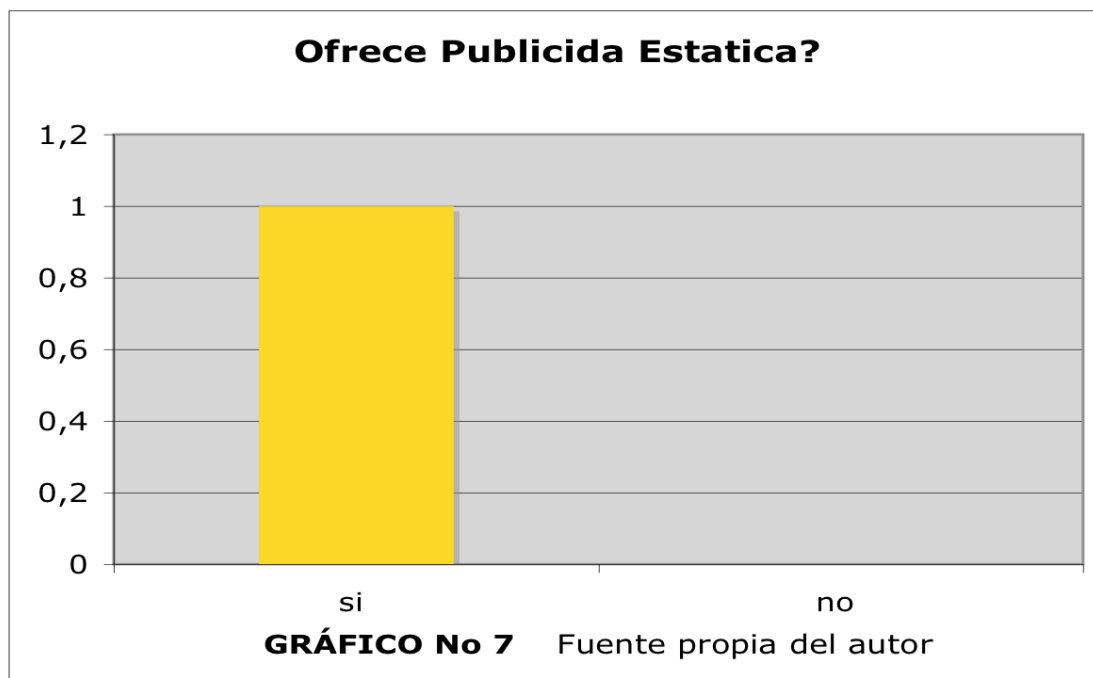
B. MORFORLOGÍA DE LA EMPRESA



C. RECURSOS HUMANOS

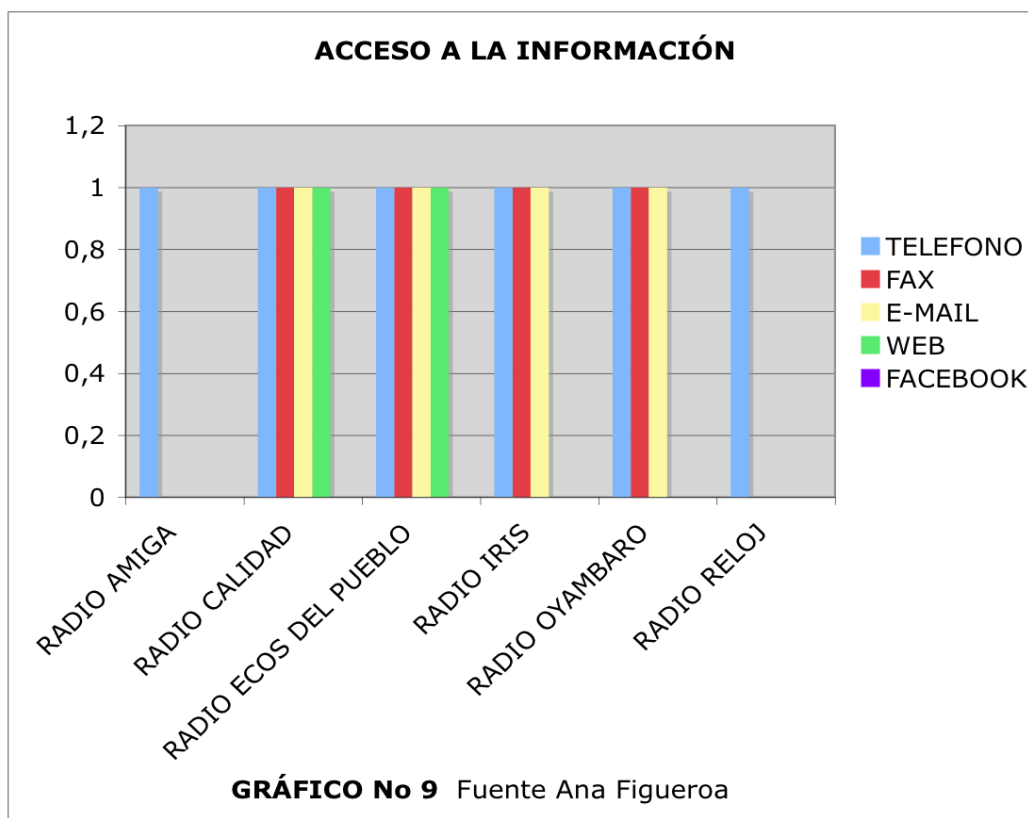
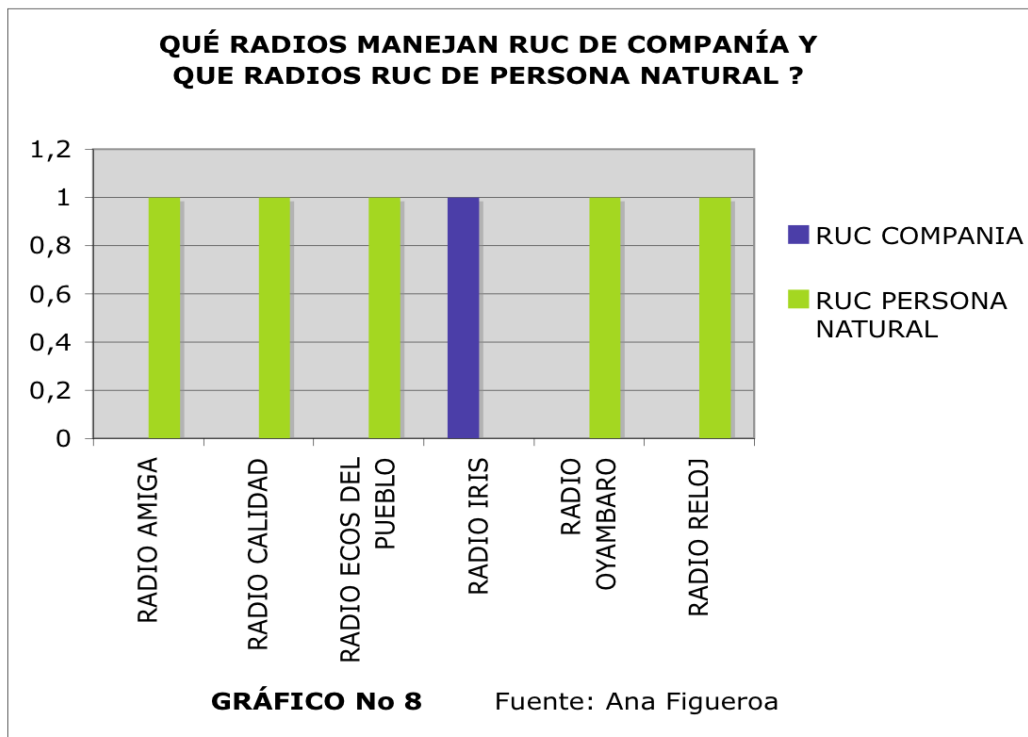


D. PRODUCTOS Y SERVICIO QUE OFRECE

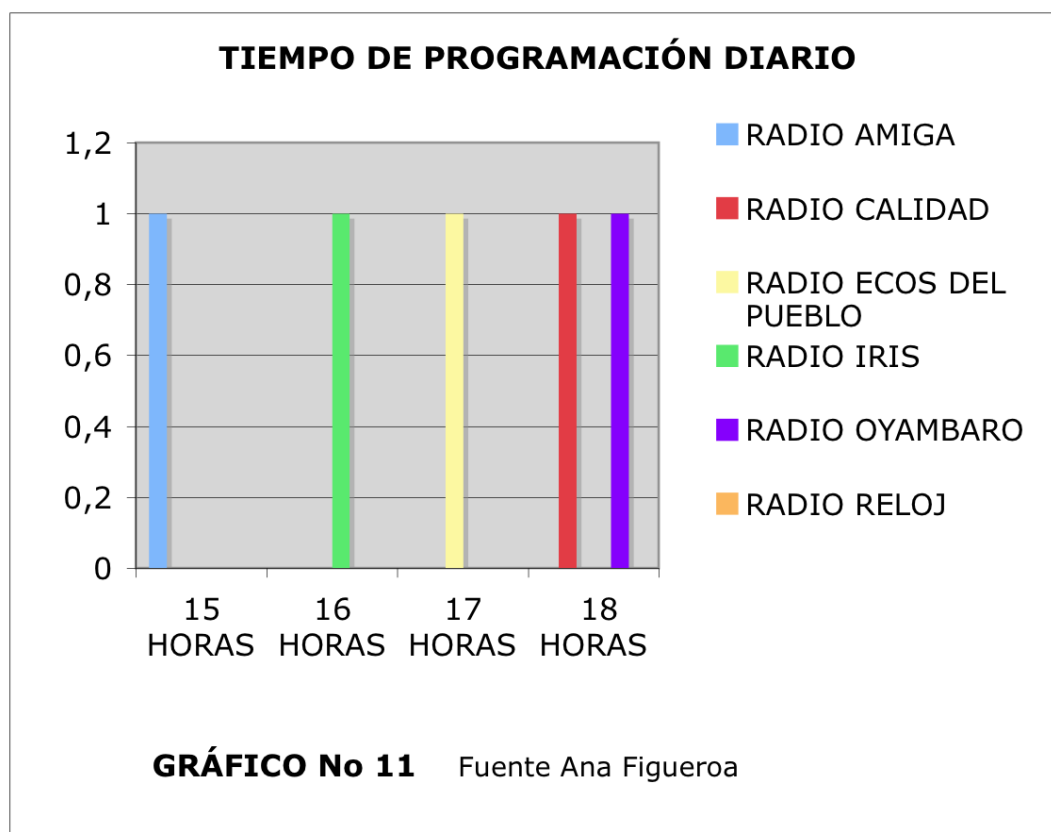
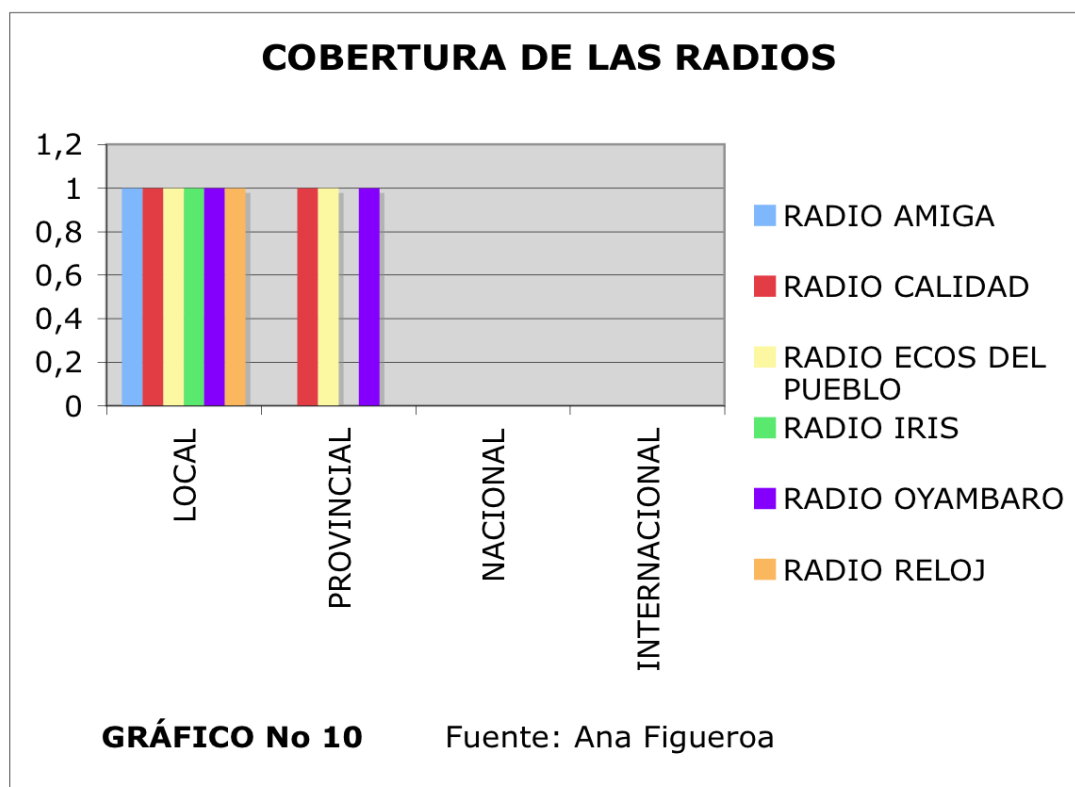


GRÁFICOS: RADIO

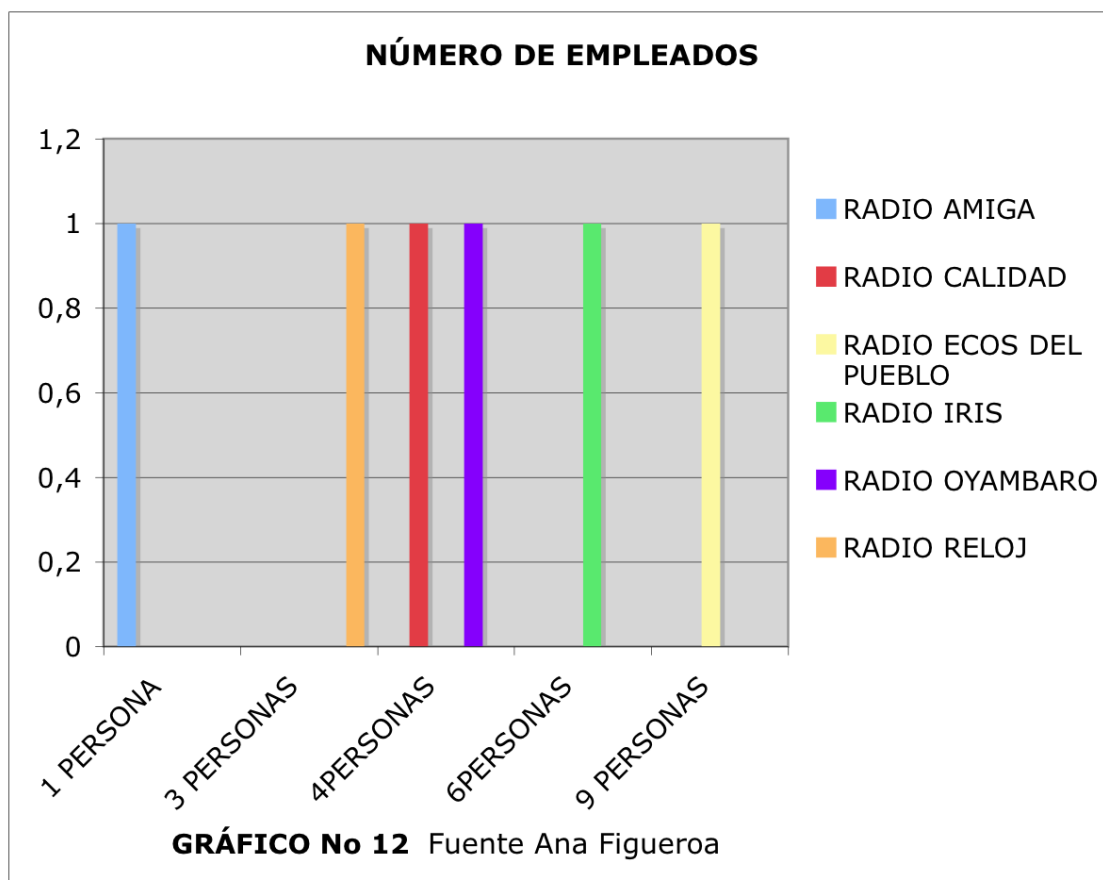
A. INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL



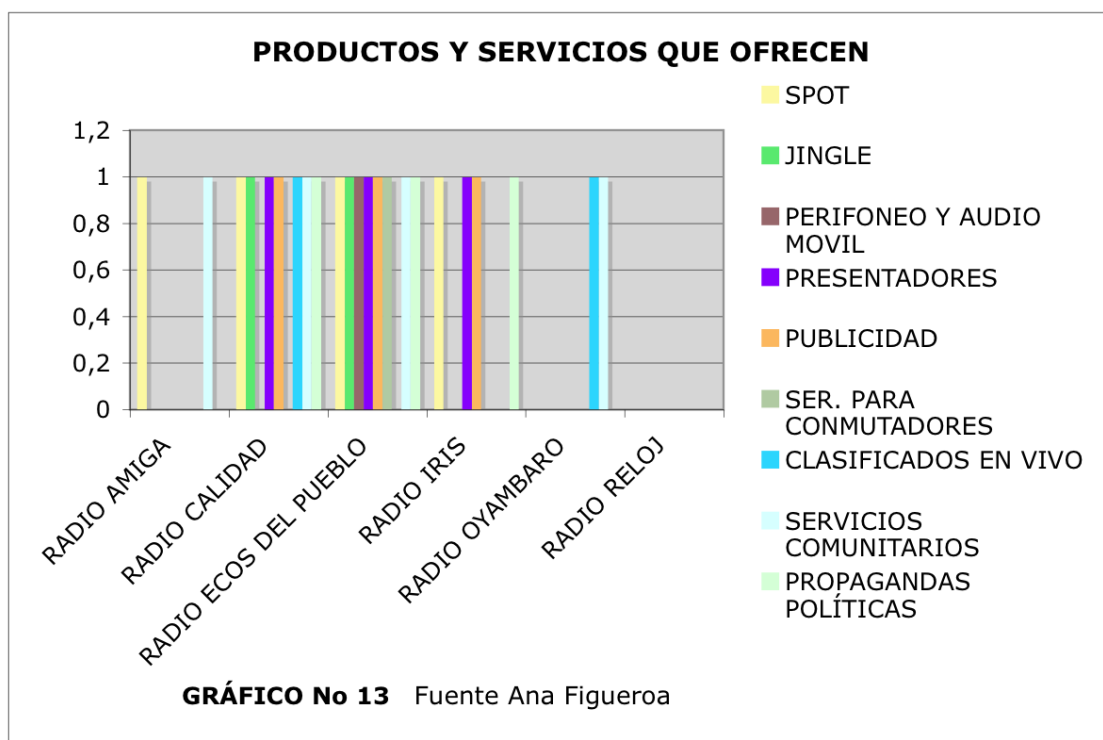
B. MORFORLOGÍA DE LA EMPRESA



C. RECURSOS HUMANOS

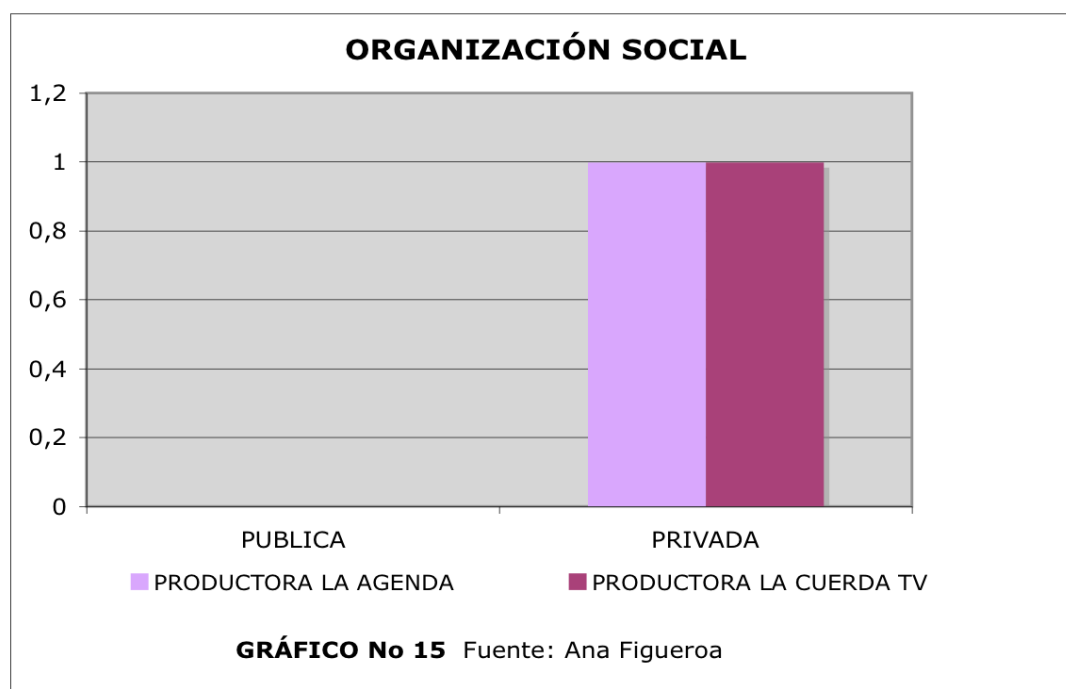
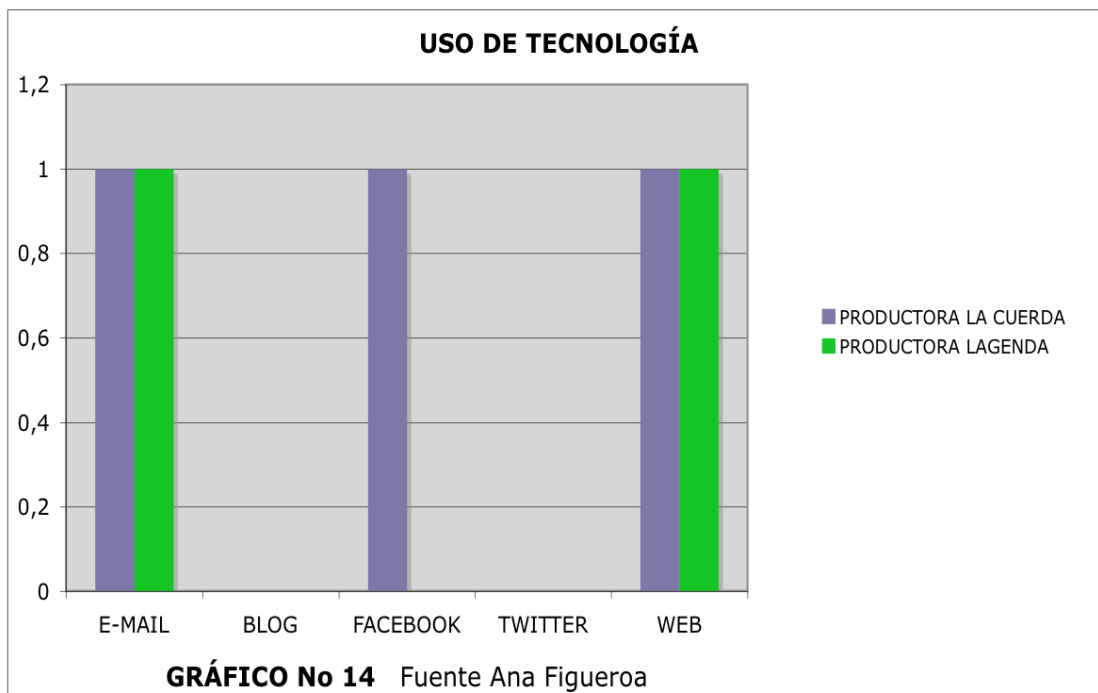


D. PRODUCTOS Y SERVICIO QUE OFRECE

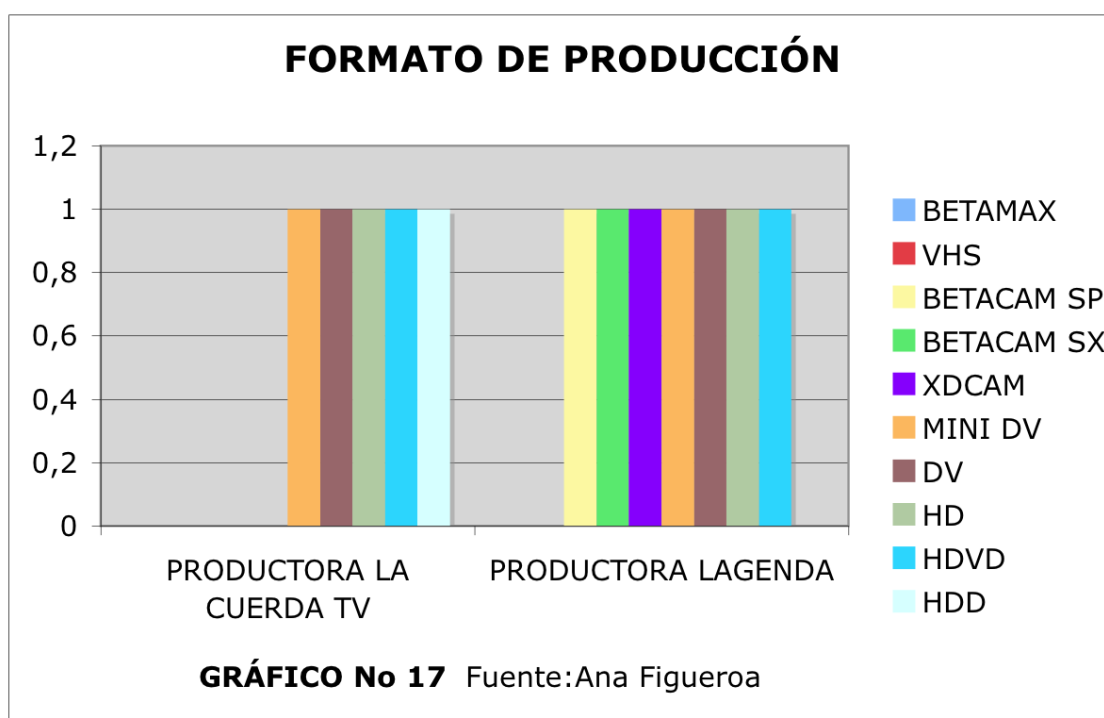
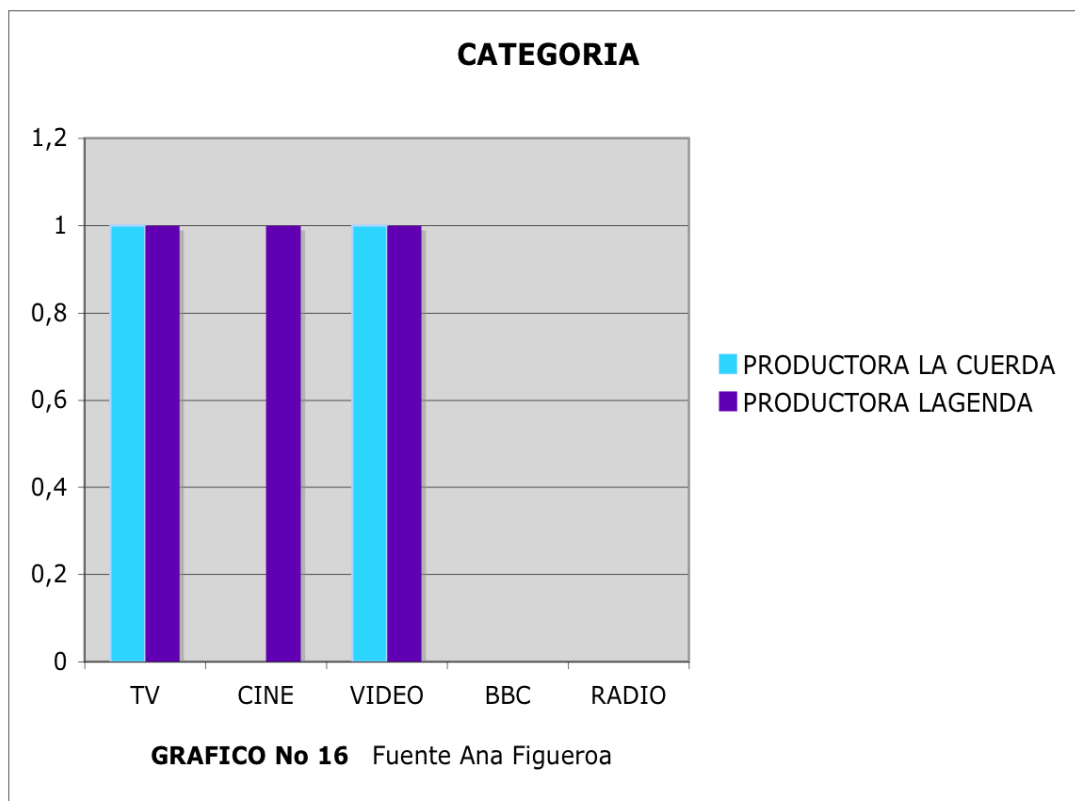


GRÁFICOS: PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

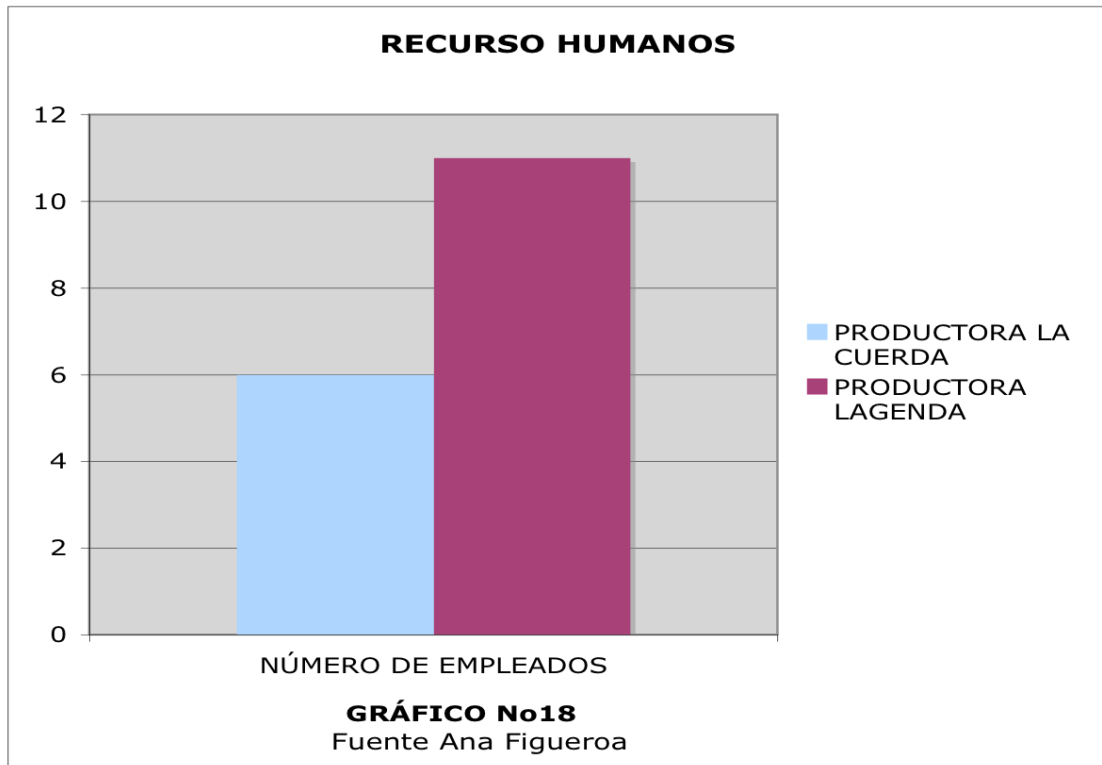
A. INFORMACION GENERAL Y LEGAL



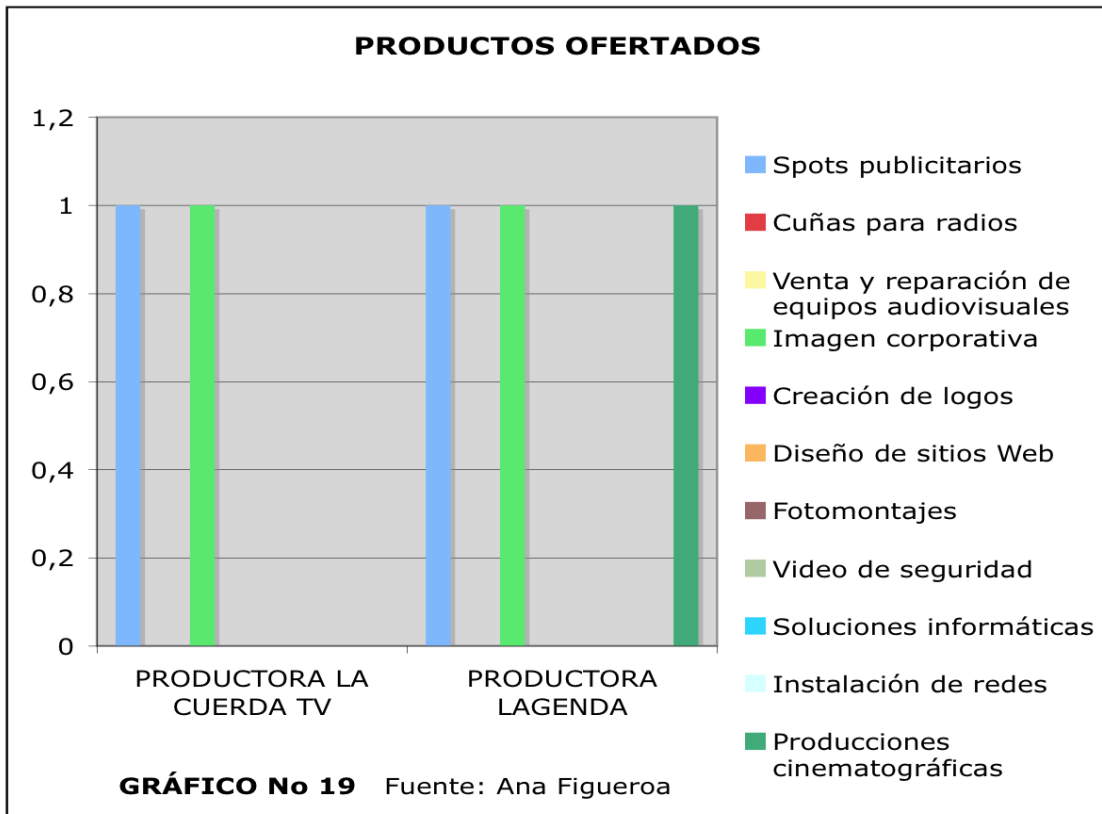
B. MORFOLOGÍA DE LA EMPRESA



C. RECURSOS HUMANOS

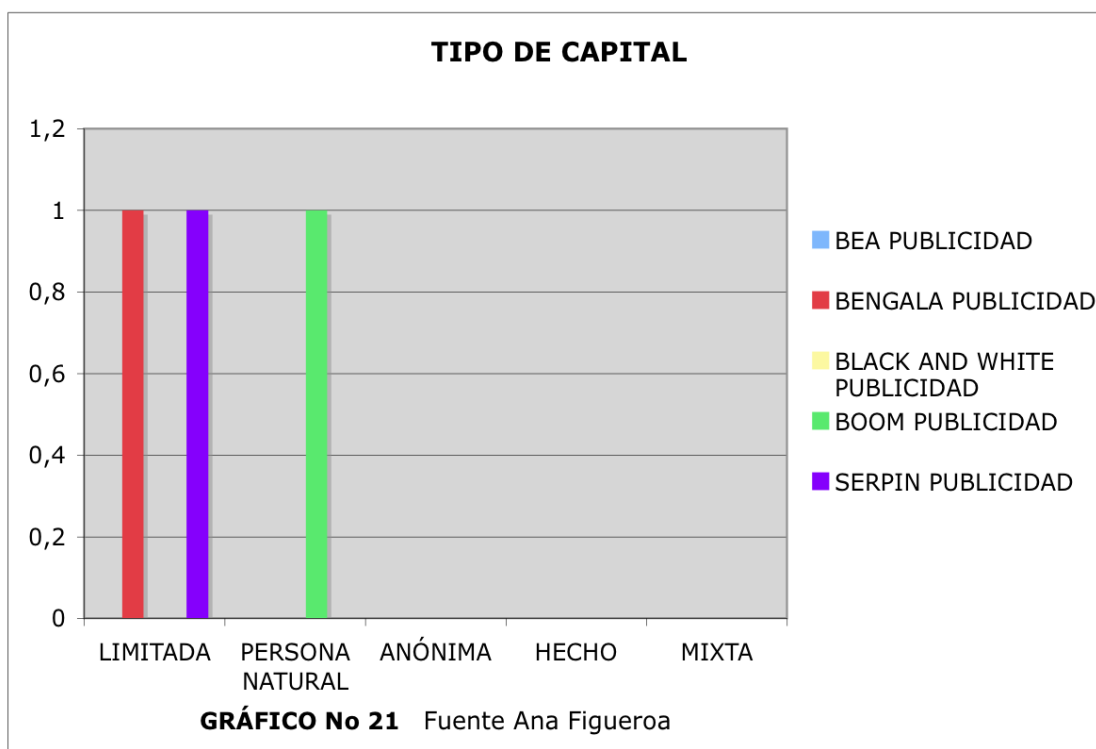
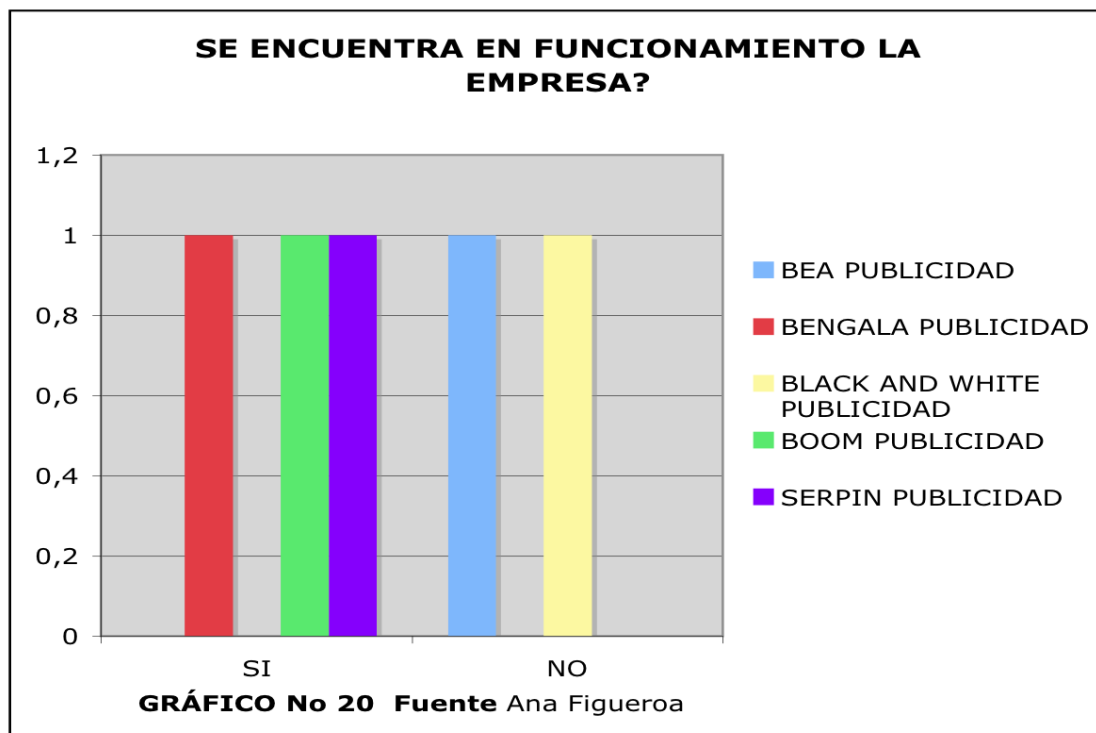


D. PRODUCTO Y SERVICIO QUE OFRECE

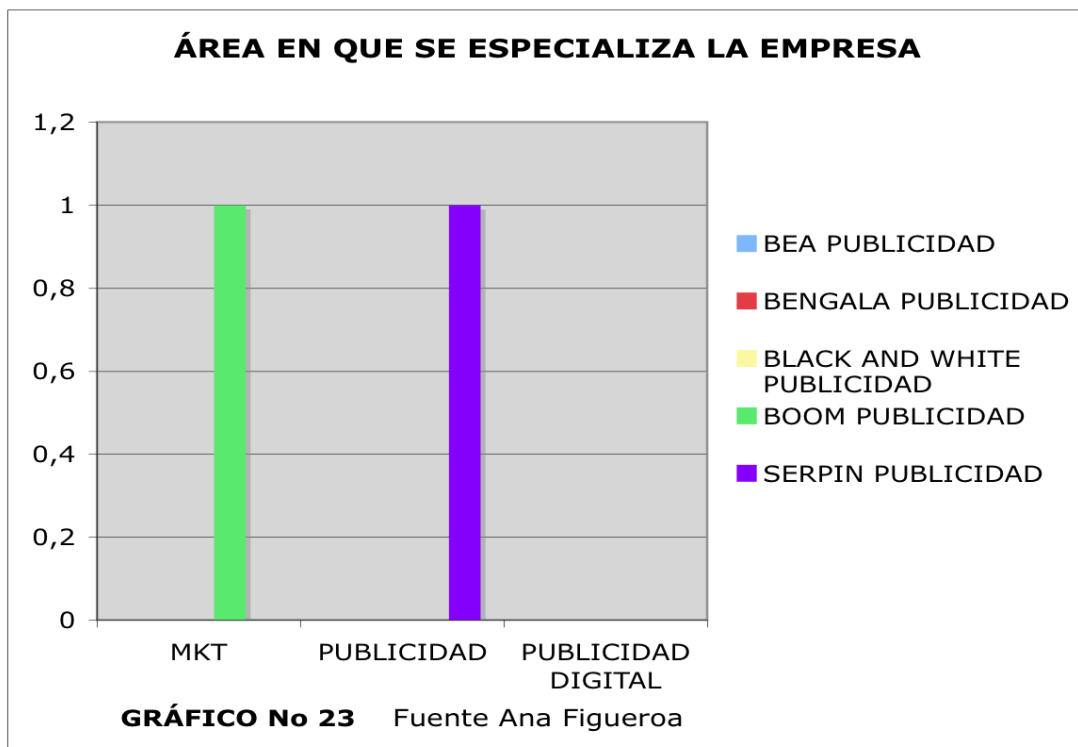
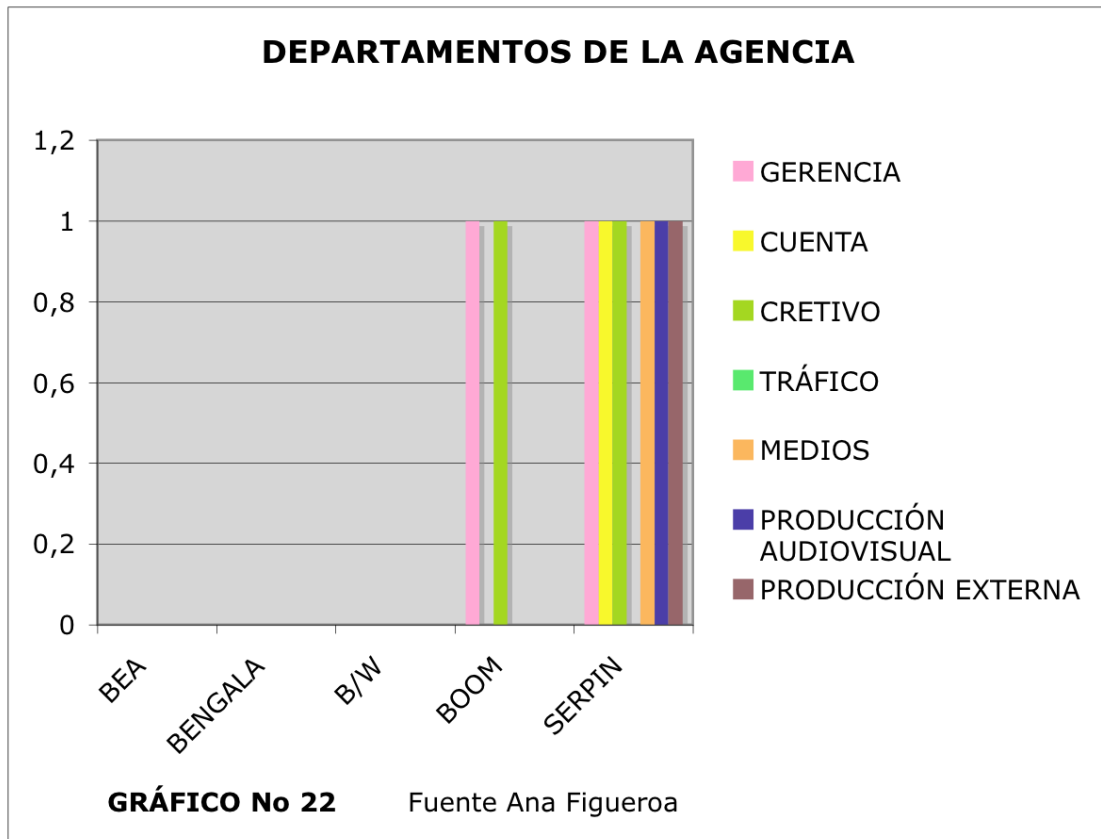


GRÁFICOS: MARKETING Y PUBLICIDAD

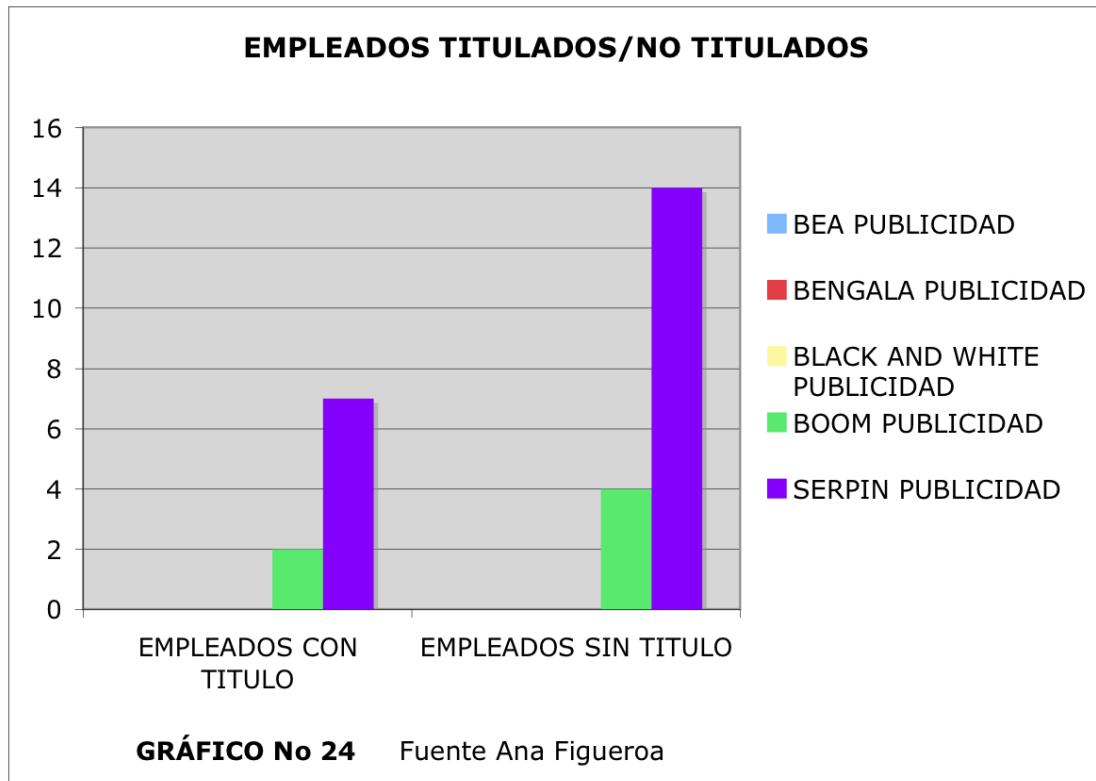
A. INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL



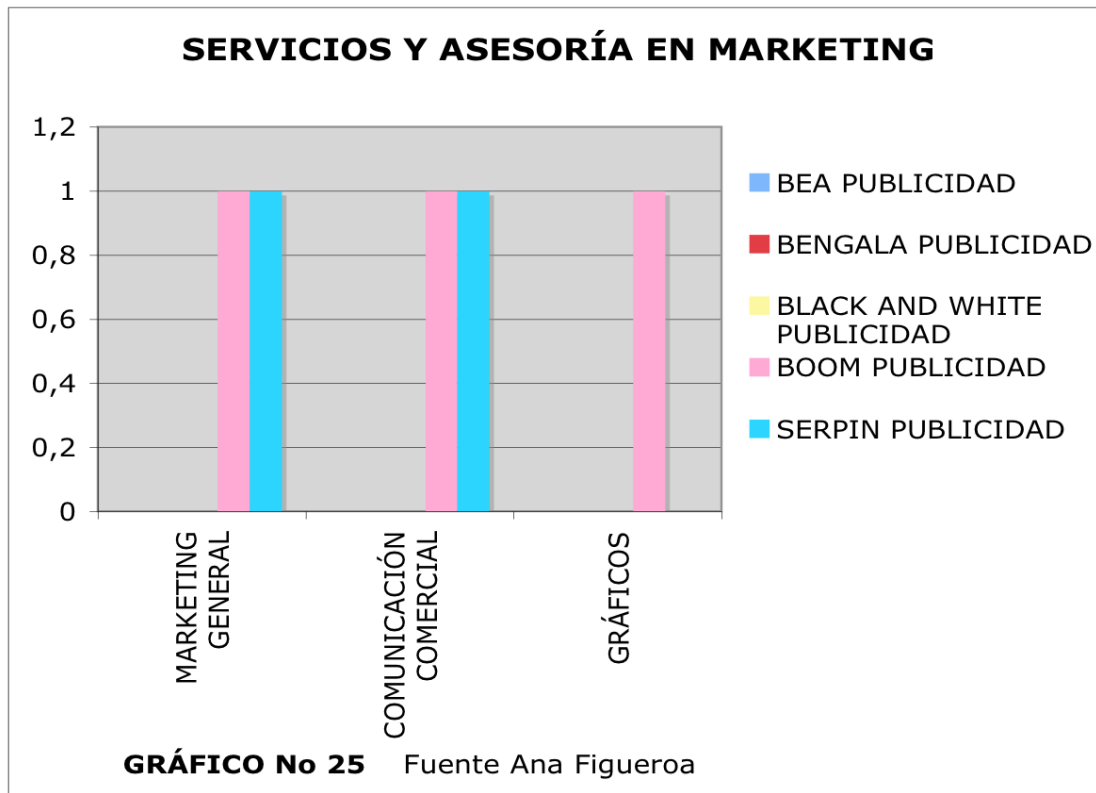
B. MORFOLOGÍA DE LA EMPRESA



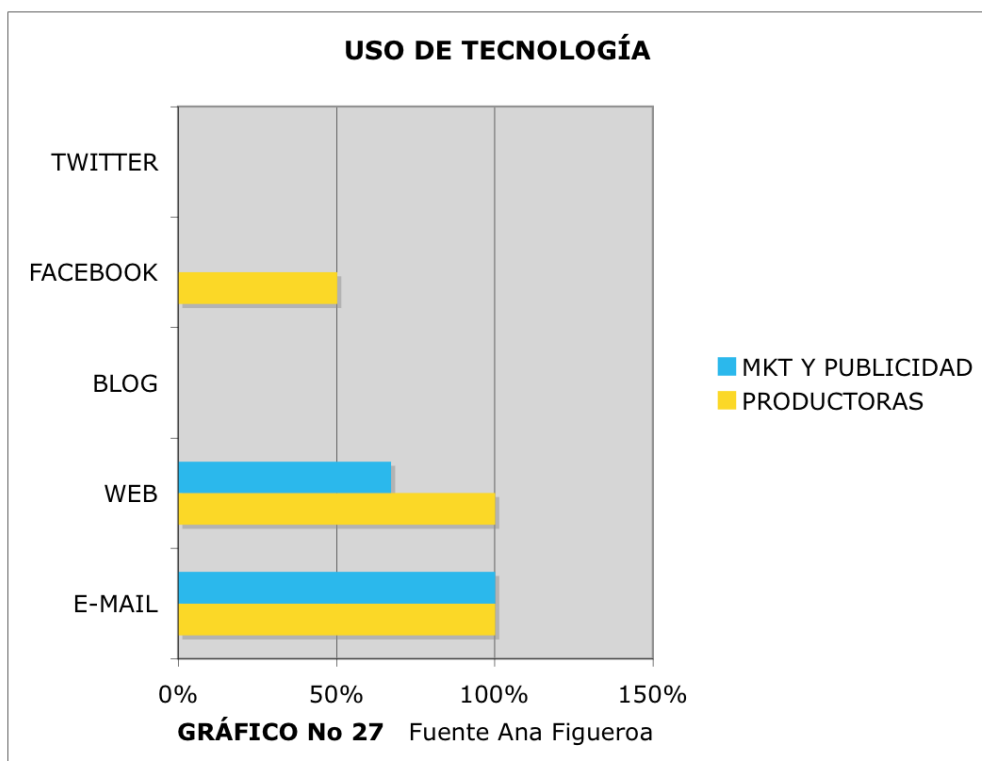
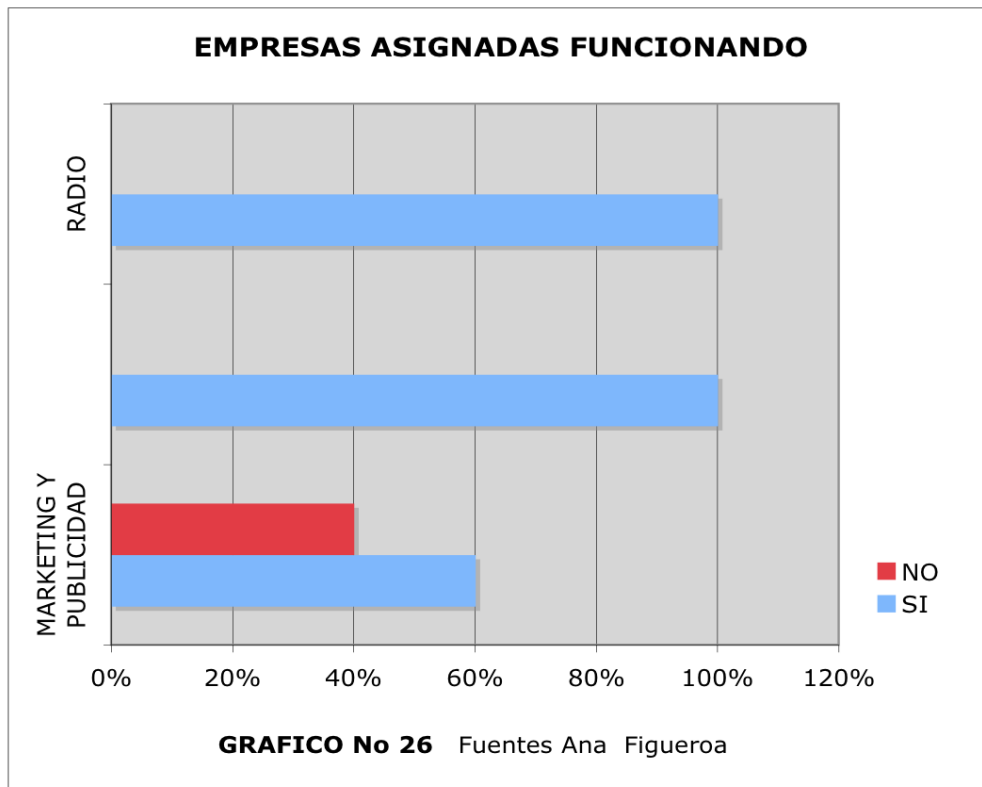
C. RECURSOS HUMANOS

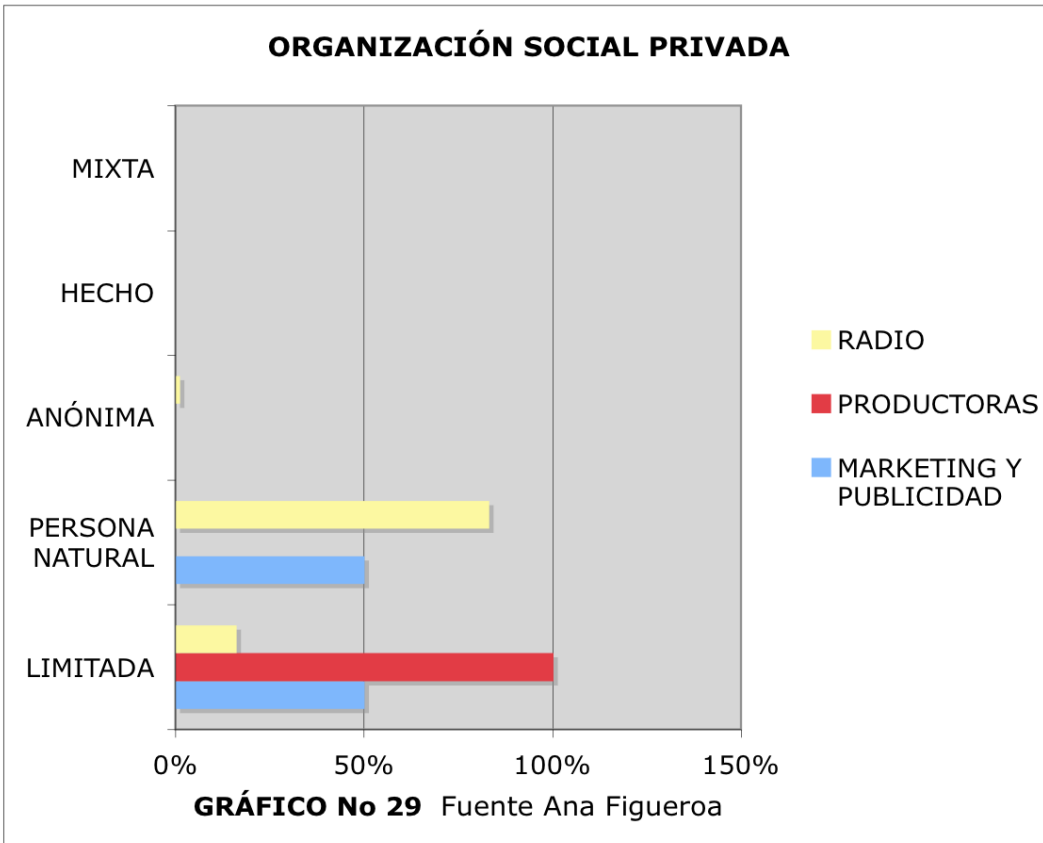
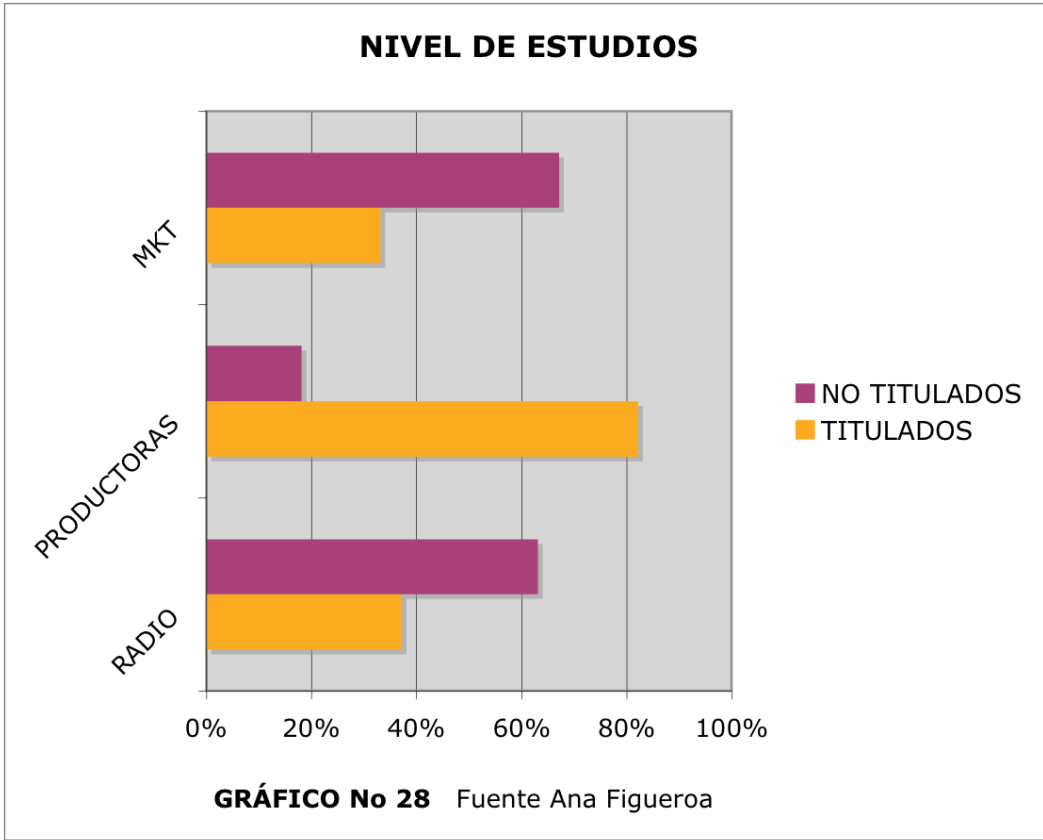


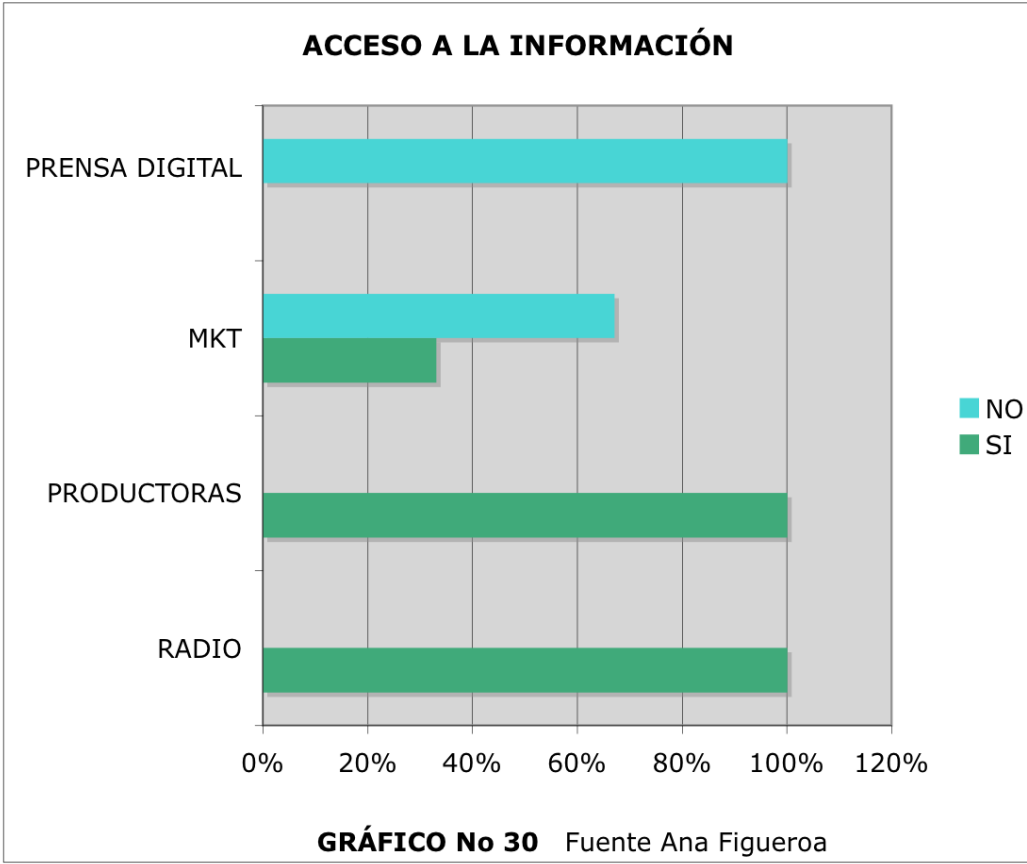
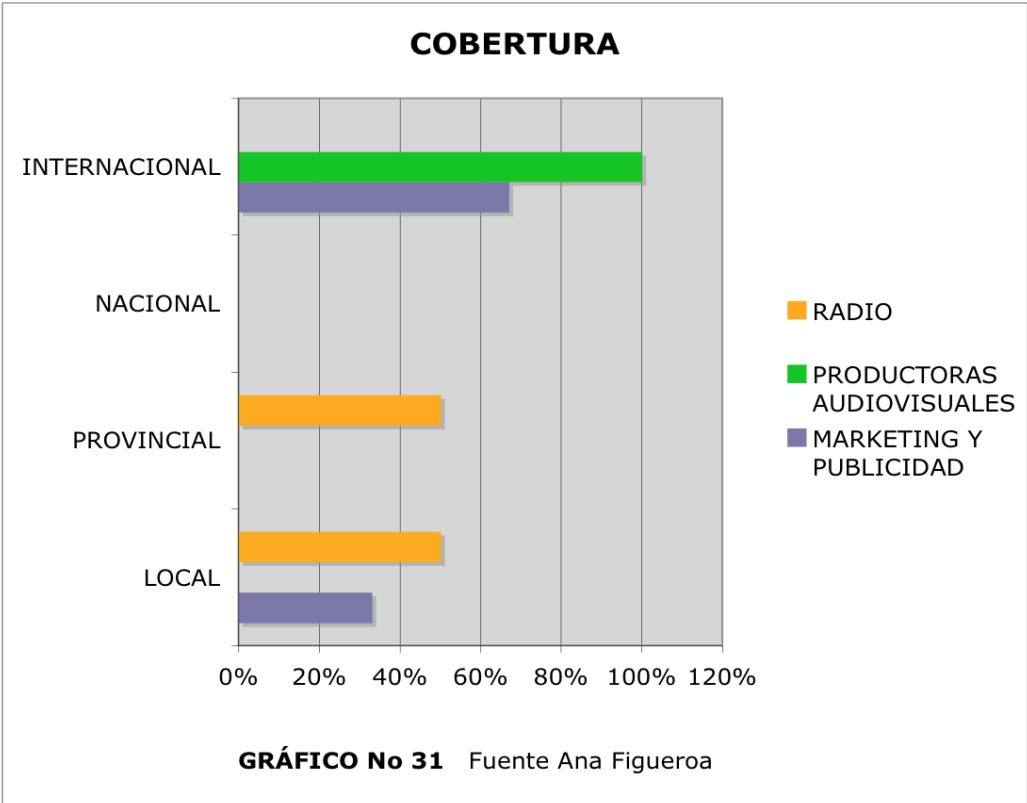
D. PRODUCTOS Y SERVICIO QUE OFRECE



3.3 PRESENTACIÓN DE CRUCES DE INFORMACIÓN EN CUADROS ESTADÍSTICO







ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS

4.1 DE LOS MEDIOS Y EMPRESAS INVESTIGADAS

Los medios asignados se cubren cuatro áreas, un medio en prensa, dos en productoras audiovisuales, cinco en marketing y publicidad y seis en radio.

PRENSA DIGITAL

En el área de prensa se asignó la página de Cobertura Digital lamentablemente no se pudo obtener la información general en la investigación como el número convencional, el número de fax, el código postal, blog, y twitter, ya que el fundador de la empresa no pudo conceder la entrevista. Lleva tres años de funcionamiento, y hace un seguimiento a la comunidad de periodistas digitales, con el fin de conectar estas iniciativas y producir en base al intercambio de experiencias en el manejo de contenidos on line. El medio lo dirige el Christian Espinosa, profesor de varias universidades, corresponsal de Tiempos del Mundo del grupo Washington Times, colabora en la revista Líderes, y coordinador de talleres. Es por esa razón que su tiempo fue un impedimento para lograr una entrevista y tener pocos datos para contactarlo, su mail y su número de celular también se encuentra publicado en la página Web.

RADIO

En el sector de radio de las seis estipuladas tres se encuentran funcionando en Quito, Radio Iris, Oyambaro y Reloj; y tres en provincias Radio Ecos de Pueblo en Cotopaxi, Calidad en Tungurahua y Amiga FM en Bolívar.

Las estaciones radiofónicas manejan su RUC están registrados como personas naturales en el Servicio de Rentas Internas, solo una de ellas tiene registrada su RUC como compañía.

El acceso a la información de Radio Amiga Fm ubicada en Chillanes de Guaranda, solo tiene un número telefónico, el que se encontraba con la línea suspendida, cuando se establecía el contacto para la entrevista, dejando sin acceso de ningún tipo para

tratar de contactarlos, más que realizar un estudio de campo. El gerente propietario Ángel Vallejo indicó en el momento de la entrevista que el teléfono estaba sin línea dos semanas atrás.

La Radio Reloj solo cuenta con un teléfono de contacto, no tiene otro medio para su ubicación como fax, e-mail, Web o facebook. La radio en el momento no se encuentra en funcionamiento sufrió la caída de su antena y no tiene fecha fija para volver a sus actividades, así lo informó Christian Domínguez, personal de la radio.

El uso de tecnologías como páginas Web, las usan radio calidad y radio ecos del pueblo, ninguna usa facebook o twitter. Y correo electrónico lo usan la mayoría de radios investigadas.

La cobertura de las radios investigadas, ninguna la realiza a nivel nacional e internacional. A nivel local operan todas las radios y tres tienen cobertura provincial, radio Calidad, radio Ecos del Pueblo y radio Oyambaro.

El tiempo de programación diario es variable, laboran 18 horas diarias la radio Oyambaro y Calidad, la radio Amiga, Iris y Ecos del Pueblo emiten su señal por 15, 16 y 17 horas respectivamente.

En referencia al número de empleados cuentan con un máximo de 9 trabajadores. La radio Amiga solo labora una persona, que tiene como funciones de director, editor y locutor. En Radio Reloj, Iris y Ecos del Pueblo trabajan con 3, 6 y 9 personas respectivamente. Y las Radios Calidad y Oyambaro cuentan con 4 personas para su funcionamiento.

PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

En el uso de tecnología las dos productoras Audiovisuales, La Cuerda y Legenda emplean e-mail y Web y Facebook es usado por la productora La Cuerda. El blog y Twitter no las usan ninguna de las dos.

Las productoras trabajan con televisión, cine y video. La Cuerda obtuvo un reconocimiento a nivel nacional el Cóndor de Oro en al 2007, evento organizado por

la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, premio otorgado a la mejor publicidad expuesta en televisión en ese año.

El número de empleados en La Cuerda es de 6 personas y en Lagenda de 11, pero para la ejecución de los comerciales de televisión es muy variable el staff depende de la complejidad y presupuesto del cliente. El gerente de Lagenda, Fernando Gavela explica que puede emplearse desde una o cien personas para grabar un comercial y eso cambia el staff dirección y producción que necesitan, por esa razón existe un personal de planta y personas que laboran free lance, dependiendo del guión de cada comercial.

La Productora La Cuerda ofrece a sus clientes spot publicitarios, e imagen corporativa, y la Agenda cuenta con los servicios anteriores además proporciona servicios de producciones cinematográficas, documentales y vide clips.

PUBLICIDAD Y MARKETING

De las cinco empresas de marketing y publicidad asignadas para el estudio, dos cesaron sus funciones y tres existen en la actualidad.

Las empresas de publicidad Bengala hubo una negativa para proporcionar la información aduciendo protección de la privacidad, estas son políticas internas que impiden realizar la investigación. Por esta razón los datos señalados en la ficha fueron obtenidas de fuentes alternas como la página Web del medio.

Bea publicidad y Black and White publicidad en la actualidad ya no se encuentran funcionando.

La empresa Boom publicidad se especializa la comercialización de artículos promocionales, con la elaboración de gorras, vasos, esferos, llaveros etc, con el logotipo de la empresa que la contrate. Y se encuentra registrado como persona natural en el Servicio de Rentas Internas.

Serpin Publicidad tiene la mayoría de áreas o departamentos en la empresa como son gerencia, cuentas, creativo, medios, producción audiovisual, producción externa. Los

empleados con titulados en Serpin publicidad la tercer parte del total de su personal con 21 colaboradores, mientras que en Boom publicidad cuentan con 2 empleados tiene título de tercer nivel de las 6 personas que laboran en la empresa.

4.2 DE LAS ÁREAS INVESTIGADAS EN LOS MEDIOS Y EMPRESAS DE COMUNICACIÓN

En las empresas asignadas para su estudio en al Área de Marketing el 40% no se encuentran funcionando actualmente, esto se pudo confirmar en la página Web del Servicio de Rentas Internas, en la que consta la fecha de cese de funciones.

En relación el uso de las nuevas tecnologías las empresas de marketing utilizan e-mail como medio de contacto, poseen página Web, y una hace uso de la red social facebook, ninguna de ellas emplean blog y twitter .

En el nivel de estudios el 33% de un total de 27 empleados cuentan con personal con título, mientras que el 67% son bachilleres. Explican que el personal con título es administrativo, mientras que para los diferentes puestos no es necesario que sean especializado.

Las productoras audiovisuales no hacen uso de las nuevas tecnologías, los blog y la red social Twitter son los menos utilizados. Mientras que las páginas Web, el email lo utiliza un 100%. Las dos productoras contratan personal ocasional dependiendo el guión del comercial, por lo tanto es staff de asistente de producción, guionistas, camarógrafos, encargados del escenario, tramoyistas, iluminadores, encargados del vestuario, sonidistas y utileros son contratados específicamente para el proyecto por lo que son empleos ocasionales.

En Radio el personal que labora es el mínimo posible, y con la llegada de la tecnología con la computadora la música es programada por horas es ingresadas sin necesidad que un personal que la supervise todo el tiempo. Así se pudo comprobar en la Radio Oyambaro y Radio Ecos del Pueblo. Es por ello que un 67% de un total de 27 empleados no tienen título, no cuentan con un estudio especializado, son empíricos. Y solo un 37% tienen son titulados y en su mayoría este porcentaje es de los gerentes o propietarios del medio.

De las 6 radios investigadas en su organización social una está registrada como sociedad anónima, con capital suscrito. Mientras que las 5 restantes se manejan con persona natural, es decir no están registradas en la Superintendencia de Compañías.

La cobertura de las empresas de radio es de nivel local y provincial, mientras que las productoras audiovisuales tienen una proyección de nivel internacional, y las empresas de marketing, Bengala publicidad una ofrece sus productos a nivel internacional y Boom publicidad tiene una cobertura a nivel local.

La mayoría de empresas no entregó el tarifario de los productos que ofrece. En radio y empresas de marketing por políticas internas y en productoras porque los valores son muy relativos y dependen mucho del presupuesto del cliente para realizar el producto final.

CONCLUSIONES

1. Se levantó la información de la mayoría de medios de comunicación del listado que nos asignó, se actualizó los datos principales como teléfonos y direcciones, además de la información legal, la morfología de cada empresa, su recursos humanos y productos que ofrece, de tal manera que los datos puedan proporcionar a los investigadores, estudiantes y público en general datos actualizados y veraces de los medios en un mapa completo a nivel nacional.
2. En los medios en radio en provincias a pesar de falta infraestructura y sus recursos económicos se ven impulsados para seguir con su trabajo al servicio de la comunidad gracias a su vocación de servicio.
3. Las radios investigadas en AM dentro de la provincia de Pichincha, son netamente comerciales, no hay un servicio a la comunidad, se nos explico que los programas culturales no tienen acogida, y con la llegada de la tecnología, no es necesario tener más de una persona para que controle todo el

funcionamiento de la radio. Es por esta razón la importancia de se promueva en la radio que funciona en AM programas que cubran las necesidades de los radioyentes, con una programación que pueda ser entretenida y a la vez educativa.

4. En el área de los medios de marketing y publicidad es un mercado competitivo, su personal debe ser gente sumamente creativa, es por esa razón que los directivos tienen tendencia a contratar a gente de otros países para que el cambio cultural sea un aporte para los diferentes productos ofertados. Es por ello que si deseamos incursionar en este medio debe prevalecer el ingenio para dar propuestas novedosas.

5. Hay que resaltar la valor de la experiencia que involucró el levantamiento de los datos de cada medio de comunicación, el investigar a fondo y llegar a pasar la barrera telefónica se consiguió entrevistas en las que nos solo involucraba llenar una ficha sino conocer sobre el medio, sus problemas, sus falencias, sus aciertos, para lograr una visión que nos permita conocer a detalle el funcionamiento de los medios en Quito y en provincias.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Avilés E. (2004) *Periodismo*. (En línea) Disponible en:
<http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1730&Let=> (Consulta 19-05-11)
- ❖ Balsebre, A. (1998) *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid-España: Sexta Edición Editorial Cátedra
- ❖ Blumler, J. (1993) *Televisión e interés público*. Barcelona-España: Editorial Bosch.
- ❖ Castells, M.(1988)*La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid-España: Alianza editorial
- ❖ Ciudadano Informado (2011) *Preguntas para consulta popular 2011*. Disponible en <http://www.ciudadaniainformada.com/preguntas-para-consulta-popular-2011.html>. (Consulta 19-06-11)
- ❖ CONATEL (2011) *Historia de las Telecomunicaciones en el Ecuador* (En línea)Disponible en:<http://www.conatel.gob.ec/> (Consulta 19-07-2011)
- ❖ Comisión Interamericana de Derechos Humanos.(2011) *Declaración de principios de libertad de expresión*. Ecuador. Disponible en:
<http://www.cidh.oas.org/basicos/basicos13.htm>.(Consulta 19-06-11)
- ❖ DE FLEUR Y BALL ROKEACK, S. (1993) *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona - España: Ediciones Paídos, pág. 25
- ❖ DOMINICK, J. A (1996) *La dinámica de la comunicación masiva*. México: Mc Graw Hill, Sexta edición, pág. 63
- ❖ DUMAZEDIER, Joffre. (1980) *“La televisión en la sociedad”*, Quito, Ecuador : CIESPAL.

- ❖ Klemetz H. (1995) *La tragedia de Radio Quito*. (En línea) Disponible en: <http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm> Consulta (19-07-11)
- ❖ El universo.(2011) *Historia de la empresa*. (En línea) Disponible en: <http://www.eluniverso.com/quienessomos/historia.htm#3>. (Consulta 11-04-2011)
- ❖ El Universo. (2011) “ *Con la consulta se pretende limitar a la banca y a los medios*” Quito. Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2011/01/20/1/1355/con-consulta-pretende-limitar-banca-medios.html?p=1354&m=1775> (Consulta 01-04-2011)
- ❖ El Universo. (2011) *Doce nuevos grupos económicos en el SRI*. Quito. Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2011/03/28/1/1356/doce-nuevos-grupos-economicos-sri.html?p=1356A&m=256>. (Consulta 01-04-2011)
- ❖ GÓMEZ, C. (1998) *Los medios de comunicación masiva: identidad y territorio frente a la información*. Lima – Perú. Disponible en : <http://www.rieoei.org/oeivirt/rie18a08.htm> (Consulta 02-04-2011)
- ❖ Hallo, W. (1992) *Síntesis histórica de la Comunicación y el Periodismo en el Ecuador*, Quito-Ecuador: Editorial del sol.
- ❖ Jordan, R.(2011) *La propiedad de los medios se diversifica y el Estado se consolida como la mayor estructura mediática del país*. Ecuador. Disponible en: http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-politica-ecuador0/noticias-politica-ecuador/ir_a/politica/article//la-propiedad-de-los-medios-se-diversifica-y-el-estado-se-consolida-como-la-mayor-estructura-mediatic.html. (Consulta 04-04-11)
- ❖ La Prensa escrita y su ideología. (2008) *Historia de la Prensa en el Ecuador*. (En línea) Disponible: <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html> (Consulta 16-4-11)
- ❖ Mattelart, A. (1997) *Historia de las Teorías de la Comunicación*. España. Ediciones Paidois Ibérica. S.A. Primera Edición 1997

- ❖ Mora Anda, A. (1982) *La televisión en el Ecuador*. Guayaquil-Ecuador: Editorial Amauta.

- ❖ OÑA, F. (2008) *Toda la obra de Eugenio Espejo, al fin está publicada*. Ecuador. Disponible en: <http://www.voltairenet.org/Toda-la-obra-de-Eugenio-Espejo-al> (consulta 19-07-2011)

- ❖ Pérez Pimentel R. (1991) *El Telégrafo*. Disponible en: <http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo16/c6.htm> (Consulta 19-07-2011)

- ❖ San Felix, A. (1991) *Radiodifusión en la mitad del mundo*. Quito-Ecuador: Editorial Nacional.

- ❖ SRI. (2011) *Grupos Económicos*. Quito. . Disponible en: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/grupos-economicos>. (Consulta 01-04-2011)

- ❖ SUPERTEL (2010) *Breve historia de la televisión* (En línea) Disponible en: http://www.supertel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=529:breve-historia-de-la-television&catid=114&Itemid=223. (Consulta 20-07-2011)

- ❖ SUPERTEL (2009) *Misión y visión* (En línea) Disponible en: http://server.supertel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=94&Itemid=3 (Consulta 20-07-2011)

- ❖ Teleamazonas (2011) *Historia* (En línea) Disponible en: <http://www.divistech.com/propuestas/teleamazonas/index.php/historia/> (Consulta 20-07-2011)

- ❖ Villamarín, J. (1997). *De la historia Universal de la comunicación social y el Periodismo*. Quito -Ecuador: Radmandí.

- ❖ Villamarín, J. *La Imprenta en América*. (En línea) Disponible en: <http://ojoalahoja.com/?tag=imprensa> (Consulta 15-04-2011)