



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**MODALIDAD PRESENCIAL  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **“MAPA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR”**

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

**AUTORA:** Sheyla Vanessa Castillo Luzuriaga.

**DIRECTORA DE TESIS:** Mayra Gonzáles Córdova.

**UTPL-LOJA 2011**

## **CERTIFICACIÓN**

Mayra Gonzáles Córdova

**DIRECTORA DE TESIS**

### **CERTIFICO:**

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Srta. Sheyla Vanessa Castillo Luzuriaga, sobre el tema: "Mapa de medios de comunicación del Ecuador", ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, 11 de Agosto del 2011

F:

C.I.

## **AUTORÍA**

iii

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

Loja, 11 de Agosto del 2011

F:

C.I. 1104718679

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Sheyla Vanessa Castillo Luzuriaga declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del patrimonio de la Universidad, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad".

F:

C.I. 1104718679

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dirigido a la persona que me apoyo en cada paso de mi carrera universitaria, quien tuvo la esperanza y la fe de que yo podía superarme. Por eso quiero dedicar este proyecto de pregrado a mi padre el Dr. Henry René Castillo Bustamante.

De igual manera quiero agradecer a mis amigos, familiares y personas que sin ningún interés me ayudaron desde el principio hasta la consecución de mi objetivo, como fue la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Por eso, quiero dedicar a ellos este trabajo investigativo, como una muestra de amor y gratitud.

Sheyla Vanessa Castillo Luzuriaga

**LA AUTORA**

## **AGRADECIMIENTO**

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

De igual manera mi reconocimiento y gratitud a la Lic. Mayra Gonzáles Córdova, Directora del presente trabajo.

Al Dr. Fausto Aguirre por su apoyo y tiempo entregado para la corrección de este trabajo.

Sheyla Vanessa Castillo Luzuriaga

**LA AUTORA**

## RESUMEN

### MAPA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR

Los medios de comunicación juegan un papel preponderante en la orientación de la opinión pública y en la generación de imaginarios sociales, permiten dar una visión clara y objetiva de los hechos que se producen y de las consecuencias y resultados que ellos aporten dentro del convivir humanosocial.

Con la necesidad de tener mayor conocimiento respecto de las empresas mediáticas del país, no solo por la programación que cada medio ofrece a los ecuatorianos, sino la credibilidad que adquiere cada empresa con sus contenidos, la confrontación del medio con el sistema político.

En la presente investigación se indagó sobre la existencia inicial de los medios, quiénes fueron y quiénes son sus actuales propietarios; no se descartó la caracterización de los procesos de concentración de la propiedad en manos privadas y sus implicaciones sobre la oferta comunicativa e informativa.

Fue necesario hacer un análisis de lo que ha sucedido con cada medio en el país en el devenir de su proceso histórico, la adaptación de los medios tradicionales con respecto a la aparición de nuevas herramientas, la Internet, por ejemplo, y su tratamiento por el Gobierno.

La experimentación nos permitió saber que hay una división mediática notoria en donde las distintas empresas permitieron darle al Ecuador su primer mapa de medios de comunicación.

La capacidad que cada individuo tendrá para analizar temas como la situación empresarial, la ubicación, la preparación, y los servicios que ofrece cada medio será un legado importante para los ecuatorianos. Ahora será más fácil encontrar a las distintas empresas periodísticas, sabremos cuales son sus intenciones al momento de comunicar, quienes trabajan en la empresa, y como debemos codificar los contenidos para rescatar el mensaje sin que importe el mensajero.

## INDICE

Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Acta de Cesión de derechos.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
CAPITULO I. PARTE INTRODUCTORIA	
1.1 Introducción.....	1
1.2 Objeto Fornal.....	3
1.3 Objetivos.....	3
CAPITULO II. MARCO TEORICO	
2.1 Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador .....	4
2.2 Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador.....	19
2.3 Mapas de medios / trabajos similares en el mundo.....	25
2.4 Mapas de medios / trabajos similares en el Ecuador.....	34
CAPITULO III. INVESTIGACION DE CAMPO	
3.1 Metodología: Levantamiento de datos por medio de la ficha de información.....	44
3.2 Presentación de cuadros estadísticos.....	50
3.3 Presentación de cruces de información.....	67
CAPITULO IV. ANALISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS	
4.1 De los medios y empresas investigadas.....	70
4.2 De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación.....	78
CONCLUSIONES.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	83
ANEXOS.....	87

## **CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA**

### **1.1 INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación, es la derivación de un cúmulo de esfuerzos a lo largo de nuestra formación académica dentro y fuera de los salones de clases de la carrera de Comunicación Social.

Concretando el trabajo en el tema de estudio es importante señalar la relevancia que tienen los medios de comunicación en la actualidad; por ello se considera que la adecuada utilización de los mass media, pueden servir de instrumentos de formación y culturización, como aculturación de los pueblos.

Los medios de comunicación cumplen con la función básica de describir la realidad social. Los ciudadanos están informados de manera inmediata al entrar en una interacción de ideas y a la apelación que el medio hace a sus sentidos; se crean realidades sobre distintos temas, situaciones y actores. De esta forma se manejan criterios sobre las lógicas de ámbito político, económico, social y cultural; por tal razón no hace falta salir de casa cuando queremos informarnos sobre lo que pasa en nuestro contexto o fuera de él, basta con sintonizar la radio o la televisión, leer un periódico para saber qué sucede en otras realidades. Los medios nos muestran la realidad de los hechos a través de imágenes, sonidos, palabras, entre otros recursos.

Los medios de comunicación juegan un papel preponderante en la orientación de la opinión pública y en la generación de imaginarios sociales, permiten dar una visión clara y objetiva de los hechos que se producen y de las consecuencias y resultados que ellos aporten dentro del convivir humanosocial.

Por ello, debido a la importancia e influencia que generan los medios de comunicación, nos dedicamos a profundizar aquello que desconocemos, a conocer definitivamente e investigar

su situación actual a nivel local y nacional, con el propósito de aportar en la creación del Primer Mapa de Medios de Comunicación del Ecuador, al cual podrá acceder, de manera ágil y confiable, la población en general, instituciones públicas y privadas, empresas, organismos tanto nacionales como internacionales que requieran información detallada de los diferentes recursos que permiten conocimientos más concretos y detallados: datos de ubicación, cobertura, burocracia que opera al frente de las responsabilidades, servicios informativos, de entretenimiento, sociales y comerciales.

Dada las limitantes de información que existen actualmente sobre los Medios de Comunicación en el Ecuador, la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), específicamente la Escuela de Comunicación Social y el Centro de Investigación VIA-Comunicaciones de la misma universidad, han concretado la necesidad de investigar y entregar al Ecuador un trabajo de ayuda informativa. Esto nos demanda una caracterización puntual de los Medios de Comunicación del Ecuador: observar cómo están divididos, quiénes manejan las empresas de la información, y qué beneficio le acarrearán al país.

Consideramos que esta investigación es de vital importancia para quienes en un futuro deseen conocer sobre Medios de Comunicación en Ecuador; en algunos países como Argentina y España ya han elaborado algunos estudios sobre sus mapas de medios con resultados positivos.

Obviamente, los primeros inconvenientes que se presentaron son:

1. ¿Qué sucede con el periodismo en el país?
2. ¿Cómo se encuentra establecido en el Ecuador mediáticamente?
3. ¿Cuáles son los medios que tienen mayor alcance y aceptación en la población?
4. ¿Cómo se estructuran?
5. ¿Qué hacen para funcionar y actuar como medio de comunicación?

Estas son las variables que las identificamos en el proceso del trabajo de consulta e investigación. Sus resultados nos dieron un panorama claro sobre Ecuador y sus mass media.

El tratamiento detenido de variables a indicadores sobre el tema que nos interesa en esta relación académica, nos han permitido construir toda una estructura y un aparato crítico y

organizacional para presentar resultados que sostienen un trabajo orgánico: **MAPA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR**

**1.2. OBJETO FORMAL.** Levantamiento de información de las empresas y medios de comunicación del Ecuador.

### **1.3. OBJETIVOS:**

#### **1.3.1. General:**

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

#### **1.3.2. Particulares:**

- Llevar a cabo el levantamiento de datos en los medios y empresas de comunicación: prensa, revistas, radio, televisión, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y marketing, agencias de RR.PP, medios digitales y productoras cinematográficas, en el ámbito de la cobertura nacional.
- Analizar los resultados obtenidos, que permitan obtener una visión más clara sobre la situación actual de los medios de comunicación y las proyecciones de la profesión del comunicador social.
- Fomentar el espíritu investigativo del comunicador social y fortalecer sus competencias en el trabajo de campo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR EN LAS DOS ÚLTIMAS DÉCADAS**

En los últimos años se observa un desarrollo significativo de los medios de comunicación en el país. Hay razones que han determinado los cambios en las empresas periodísticas. Por un lado, el desarrollo económico y la necesidad de exponer, exhibir y ofrecer los productos y servicios de las empresas en los medios; por otro lado la presencia de leyes, reglamentos que pretenden regularizar las supuestas políticas de comunicación en el país<sup>1</sup>.

Los medios, desde su inicial gestión en el Reino de Quito y más tarde en Ecuador, siempre marcaron una interrelación comunicativa con la sociedad. Después de la gestión de lucha libertaria desde Eugenio Espejo, aunque sea muy haya operado tardíamente, cuando se comienza a respetar unos primeros atisbos de prácticas democráticas, las distintas organizaciones, grupos políticos, organizaciones populares han reclamado su participación el convivir nacional, por lo que, poco a poco han tenido acceso a espacios e instancias en los medios de comunicación para refrendar su pensamiento y hacer escuchar su voz.

La característica dominante de los medios privados y públicos, se desenvuelve siempre en la competencia por captar la recepción y escucha, hecho que se ha convertido en una desleal competencia, propia de los ámbitos capitalistas. A partir de 2008, se inició la estructuración nueva de las empresas periodísticas, a través de las reformas establecidas por el gobierno de turno, el cual, por medio de políticas y decretos ha puesto a su disposición muchas empresas periodísticas<sup>2</sup>.

Aparece así la necesidad de tener mayor conocimiento respecto de las empresas mediáticas del país, no solo por la programación que cada medio ofrece a los ecuatorianos, sino la credibilidad que adquiera cada empresa con sus contenidos, la confrontación del medio con el sistema político. Se quiere igualmente indagar sobre la existencia inicial de los medios,

---

<sup>1</sup> El régimen ideológico-político liderado por el Ec. Rafael Correa Delgado, desde 2008, a través de su plan Revolución ciudadana, marca un control decisivo en los medios de comunicación del país, con la agravante de intervenir en unos para conculcar la libertad de expresión, y crear otros, con la única finalidad de servicio sesgado de las causas del gobierno.

<sup>2</sup> En el marco temporal de acarreo de materiales para este trabajo, se produjo la intervención de 16 empresas. Se aprovechó sus canales para ser el mayor anunciante, cuya intervención, no se finiquita hasta el momento.

quiénes fueron y quiénes son sus actuales propietarios; no se descarta la caracterización de los procesos de concentración de la propiedad en manos privadas y sus implicaciones sobre la oferta comunicativa e informativa<sup>3</sup>. Las carreras de comunicación social, periodismo y todas las prácticas sociales que de ello derivan, jóvenes en el país, no tienen el sustento académico y epistemológico pertinentes, por lo que las prácticas de comunicación caminan aún a la deriva, talvez empíricamente, porque no se desarrolla una comunicación seria sostenida sin que en ella pese los sesgos políticos de falso proselitismo y políticas de ocasión. A pesar de que la bibliografía es extensa en estos campos del saber y del quehacer profesional, no tiene el suficiente asidero en las instituciones universitarias y académicas que forman estas universidades. Conocemos que los productos humanosociales de las carreras de comunicación tienen un as de prácticas, hasta la de formación de escritores. Las mencionadas instituciones profesionalizantes a nivel superior aun no han emprendido en planificaciones y programaciones de sustento. Con seguridad, los profesionales de la comunicación que se incorporan al campo laboral lo hacen aceptando el sesgo direccionado de la empresa en la cual se desempeñan.

Es necesario hacer un análisis de lo que ha sucedido con cada medio en el país en el devenir de su proceso histórico, la adaptación de los medios tradicionales con respecto a la aparición de nuevas herramientas, la Internet, por ejemplo, y su tratamiento por el Gobierno.

## **PRENSA**

La prensa desde sus inicios de funcionamiento ha atravesado por una serie de dificultades que van desde los problemas que implican la importación de las primeras imprentas, la transición y los cambios que se han dado desde los tiempos de la colonia, época de la independencia y consolidación de la República<sup>4</sup>.

Fig. 2.1.

---

<sup>3</sup> Noam Chomsky, norteamericano de origen judío, con su ponderada visión anarquista, apoyado en su propia tesis que el capitalismo y el totalitarismo son dictaduras permanentes, por lo que la comunicación centrada, de ordinario, en manos privadas, desdice las realidades de la sociedad, impone lo que quieren los dueños de los capitales e inversores de conformidad con su sesgo ideológico político.

<sup>4</sup> La primera Imprenta llegó a Quito en 1755, los primeros trabajos que se realizaron fueron hojas sueltas, hasta conformar el primer periódico del Ecuador que se llamó "Primicias de la Cultura de Quito" el 5 de enero de 1792.



**EL COMERCIO**, (desde 1906). La historia le acredita a este diario que es uno de los pioneros de la opinión pública, al permitir un conocimiento más exhaustivo del acontecer nacional y contribuir a una mejor convivencia social, sustentada en una democracia participativa y propositiva, que tiende a elevar el grado de responsabilidad que tenemos todos frente al desarrollo y bienestar del país<sup>7</sup>.

**EL UNIVERSO**, con su director actual Dr. Ernesto Valle, fue fundado en 1921 por Ismael Pérez Pazmiño; ha contado con los periodistas de mayor significación como Leopoldo Benites Vinuesa, Alejandro Carrión, Rafael Díaz Icaza, Sucre Pérez Castro, Milton Álava Ormaza, Efraín Pérez Castro, Diego Oquendo, entre otros<sup>8</sup>. Su contenido abarca secciones como las columnas publicadas por distintos escritores, quienes a través de artículos reflejan expresiones críticas sobre la política nacional, dando luces para orientar los procedimientos y la toma de decisiones tanto de los gobernantes como de los gobernados. El tiraje actual es de 300.000 copias diarias, que llegan a los rincones más apartados del país.

**ULTIMAS NOTICIAS**, vespertino quiteño fundado en 1938 por Carlos Mantilla Ortega, con su director actual Jorge Rivadeneira, pertenece a la Empresa del diario El Comercio y tiene un tiraje de 70.000 copias<sup>9</sup>. Su información se centra en el acontecer de la vida de Quito y sus múltiples sectores, que se sienten más interesados por lo que sucede en la capital de los ecuatorianos.

**DIARIO EXPRESO** de Guayaquil, fundado en 1969 por Llc.Galo Martínez Merchán, quien lo dirige hasta el presente, tiene un tiraje de 55.000 copias diarias<sup>10</sup>; se caracteriza por destacar las imágenes como testimonio de acontecimientos; hablan de los hechos más significativos del país y del mundo, con artículos más concretos que facilitan el acceso a la información. Entre sus colaboradores se destacan Francisco Vivanco Mendieta, Hugo Larrea Benalcázar, Rodolfo Pérez Pimentel, Esther Avilés, Vicente Levi Castillo, entre otros.

---

<sup>7</sup> Desde su nacimiento, en 1906, es la familia Mantilla, se constituyó en empresaria de este medio de comunicación. El diario es editor de las revistas La Familia, Carburando (automotriz), As Deportivo, EducAcción y La Pandilla. Además, el grupo publica el Semanario Líderes (negocios y emprendimiento; son objeto de distribución nacional), el vespertino Ultimas Noticias (en Pichincha), Radio Platinum y Radio Quito (de alcance nacional).

<sup>8</sup> Blog: Comunicación e Ideología (Fuente consultada: 1 de mayo 2011) (en línea) disponible en: <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/>

<sup>9</sup> Blog: Comunicación e Ideología (Fuente consultada: 1 de mayo 2011) (en línea) disponible en: <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com>

<sup>10</sup> Blog: Comunicación e Ideología (Fuente consultada: 1 de mayo 2011) (en línea) disponible en: <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com>

**EL EXTRA**, diario guayaquileño, fundado en 1975, cuyo actual director es Nicolás Ulloa Figueroa, tiene un tiraje de 69.000 copias. Es un medio de prensa que se caracteriza por el sensacionalismo; aprovecha el Interés de un gran sector de la población, permitiéndole una observación y lectura rápida sobre los hechos de violencia que se dan en el país. Sus redactores narran historias de principio a fin, con una terminología popular; también posee espacios dedicados a la farándula y el deporte.

**EL MERCURIO**, diario cuencano fundado en 1924 por los hermanos Octavio y Carlos Sarmiento Abad; su actual director es Nicanor Merchán Luco. Por su labor periodística se ha convertido en el primer rotativo del austro con un tiraje de 18.000 copias diarias. En sus páginas han escrito grandes personalidades e intelectuales de Cuenca<sup>11</sup>. Se caracteriza por tener articulistas que defienden los intereses del austro, hacen conocer la realidad azuaya y mantienen una permanente política de reclamo al Gobierno, cuando las obras no son atendidas o merecen ser atendidas; por otro lado informan gráfica y textualmente sobre los principales acontecimientos que se generan en el mundo. Cabe observar que la administración cuencana ha organizado una sucursal de distribución en la ciudad de Loja que inició sus gestiones desde el 1 de agosto de 2011.

**EL TIEMPO**, diario cuencano fundado en 1955 por Gilberto Crespo; actualmente lo dirige el Ec. Ricardo Delgado Vega. Tiene entre sus colaboradores a los novelistas Eliécer Cárdenas Espinoza, Jorge Dávila Vázquez, entre otros; su tiraje es de 12.000 copias. Este diario, al igual que su similar, El Mercurio, se suma políticamente al reclamo de atención gubernamental que requiere la provincia azuaya. En sus secciones resalta el desarrollo de la cultura, a través de los eventos que promueven los distintos sectores de Cuenca y su provincia. El Tiempo como El Mercurio publican sus revistillas de orden cultural los fines de semana.

**LA HORA** que circula en Loja, es un periódico que se suma a la empresa nacional circulación

---

<sup>11</sup> Blog: Comunicación e Ideología (Fuente consultada: 1 de mayo 2011) (en línea) disponible en: <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com>

que cubre los ámbitos nacionales. Su funcionamiento en la ciudad de Loja, cumplió 14 años. Su propietario y fundador es el Dr. Luis Eduardo Vivanco. Dentro de su contexto resaltan las páginas ilustradas y documentadas del convivir social de los lugares de su edición; igualmente se destacan los hechos de gran impacto nacional e internacional que tienen que ver con la política, salud, música y los deportes. Su difusión llega a las comunidades apartadas del país.

En la actualidad existe un medio centenar de empresas dedicadas a la prensa escrita a nivel nacional, local y regional, entre ellos los más destacados son: **EL UNIVERSO, EL COMERCIO, EL EXPRESO, DIARIO HOY, LA HORA, EL EXTRA, ÚLTIMAS NOTICIAS, EL TIEMPO, CRÓNICA DE LA TARDE, EL TELÉGRAFO, DIARIO PP EL VERDADERO<sup>12</sup>, LA TARDE y EL DÍA** de Portoviejo dirigido por Don Pedro Zambrano Lapenti **SEMENARIO DE LA TARDE** (Machala) dirigido por el Dr. Rodolfo Veintimilla Flores, **EL NACIONAL** (Machala), dirigido por el Sr. Manuel Cevallos Avilés, **EL CORREO** (Machala), lo dirige el Dr. Ernesto Valle Lutano, **EL HERALDO** (Ambato), lo dirige el Dr. Luis Torres Carrasco, **EL ESPECTADOR** (Riobamba), lo dirige la Sra. Aída Chávez de Vallejo, **LA PRENSA** (Riobamba), está dirigida por el Lic. Carlos Freire, **LA GAZETA** (Latacunga), dirigida por Don Rafael Sandoval Pastor, **EL EXTRA** (Latacunga), con la dirección del Sr. Trajano Carrillo, **EL GUARDIÁN** (Esmeraldas), con la dirección del Sr. Edgar Quiñónez, **LA VERDAD** (Ibarra), la dirige el sacerdote Jaime Vázquez, **DIARIO DEL NORTE** (Ibarra), con la dirección de Don Patricio Pérez, **EL CLARÍN** (Babahoyo), con la dirección de la Ab. Edith Camposano, **ECOS DE QUEVEDO** con la dirección de Don José Laborde Ramírez, **EL PLANETA** (Quevedo), con la dirección del Ab. Kleber Cruz Campusano, **LA RAZÓN** (Guayaquil), **EL MERIDIANO** (Guayaquil), con la dirección del Ing. Carlos Mansur, entre otras, que tienen por objetivo difundir el acontecer local, nacional e internacional en sus diversas manifestaciones, sean estas de carácter político, económico, social o cultural.

La prensa no desaparecerá; pues la relación establecida entre el lector y el medio de información está dada por la confianza que ha depositado el sujeto en el periódico y la calidad de contenidos que estén presentes destinados al público; además la tecnología no ha podido suplir el valor de lo tangible (historia, conocimiento, entretenimiento, objeto de fácil transportación, precio, etc.).

---

<sup>12</sup> Diario de corte popular, responde por la política ideológica del régimen.

Pocos son los periódicos que conservan el formato con el que nacieron originalmente, cada medio trata de actualizarse y adaptarse a las necesidades de la gente; las personas tienen menos tiempo para leer, otros medios ofrecen información más digerible y rápida. En este punto la prensa decide evolucionar y mostrar un nuevo rostro, con cápsulas informativas, con imágenes que ocupan un mayor espacio, para dar a entender con una fotografía lo que con palabras demanda más espacio y tiempo.

Por otro lado vale la pena mencionar lo difícil que es imaginar un periódico de cobertura regional. En este caso la prensa está apuntando a cubrir el ámbito local para luego ir a lo nacional y a lo internacional. En un futuro proliferarán los periódicos locales y especializados, los últimos para satisfacer las inquietudes puntuales y específicas de información cultural, ciencia, arte, religión, literatura, antropología, de los distintos grupos.

Un ejemplo de semanario especializado es **LÍDERES**<sup>13</sup>, un espacio dedicado al empresario, y a las nuevas oportunidades en cuanto a negocios y tecnologías se refieren; sus redactores son investigadores, quienes escriben distintos artículos dando su aporte a quienes estén interesados por información de esta clase. LÍDERES espera ser un referente para estudiantes, empresarios y emprendedores con los contenidos de su edición impresa, noticias actualizadas y datos de interés como un glosario económico, cifras económicas y datos estadísticos del Ecuador.

La marcha operativa de la prensa, como hemos observado hasta la actualidad, se convertirá de un recurso de información general a otro de información especializada.

## **RADIO**

Cuando hablamos de la radio y su historia que ha generado, permite que haya calidez a través de la cercanía que tenía con sus oyentes, se hablaba de una radio artesanal; el locutor y programador debían ingeniárselas para llegar a la gente con una voz, efectos de sonido y música agradable como elementos de compañía interdependientes.

La radio era escuchada en todas partes, contaba con gran aceptación en la población, pues tenía proximidad con la comunidad y ello permitía al oyente sentirse identificado con lo que

---

<sup>13</sup> LÍDERES es otro producto editorial del Grupo EL COMERCIO. ( En línea) Disponible en: <http://www.revistalideres.ec/default.aspx>

sucedía en su entorno.

Era común escuchar voces y música en vivo, los efectos de sonido eran los secretos de cada radio y sus personajes buscaban marcar la diferencia de una estación a otra.

Con la aparición de las primeras empresas de radio en el Ecuador, la comunicación ha dado un giro importante, este medio, desde aquel momento, se convirtió en fuente de información y entretenimiento, esto sin dejar de lado a la prensa que era igual de importante en sus comienzos.

Carlos Cordovez, en una de sus cartas (a Doña Hermelinda de Vera, en Arequipa) se expresaba de este modo, en 1934<sup>14</sup>:

"Es indudable que este invento llegará a una perfección que ni siquiera nos atrevemos a pronosticar; pues basta ver los rápidos progresos que ha alcanzado desde hace tres lustros desde cuando principiaba con sus primeros pasos, para convencerse. Estamos seguros de que ninguna rama del ingenio humano ha evolucionado con tan asombrosa rapidez. Tenemos fe que en el futuro su acción anulará las sutiles redes de la diplomacia que, cuando no se inspira en un principio de justicia y amor a la humanidad, solo sirve para desviar el criterio de los pueblos..."<sup>15</sup>.

Las emisiones se producían a través de un transistor de 25 vatios<sup>16</sup> en transformador y 5 vatios en antena. Para aquel entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión, únicamente se establecía una identificación; así, por ejemplo, a Sudamérica se le asignaba la letra S y al Ecuador la letra E, por lo que, en primera instancia, radio El Prado (Riobamba), utilizó la sigla SE1FG hasta que se le designaron las actuales HC.4.

**HC:** Que identificaba a Ecuador

---

<sup>14</sup>Desde una antigua bodega de una fábrica textil la primera emisora ecuatoriana "El Prado", cuyo protagonista fue el Ing. Carlos Cordovez Borja, profesional ecuatoriano formado en la Universidad Norteamericana de YALE.

Según el investigador Mario Godoy, la fecha de la primera emisión de prueba fue el 27 de febrero de 1925, y la de la primera emisión normal fue el 13 de junio de 1929.

<sup>15</sup> Casa de la Cultura Ecuatoriana. (2010). *Los inicios de la radiodifusión en Ecuador / Radio "El Prado"* En línea. Disponible en: <http://www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html>

<sup>16</sup> Vatios: Unidad de potencia de transmisión.

**4:** Que determinaba en que zona estaba en este caso Chimborazo (Riobamba); así por ejemplo al Azuay se le designó el número 5.

Después de casi 80 años de existencia, la radio es el medio de comunicación con mayor cobertura geográfica del país; durante el siglo XX marcó una época histórica en lo político, noticioso y musical.

Desde finales de 1929, cuando apareció la primera emisora, la radiodifusión creció hasta tener hoy 1.205 frecuencias distribuidas en Onda Corta (21), Amplitud Modulada (271) y Frecuencia Modulada (913), siendo el 97% privadas. Si se compara con su número de habitantes, el país tiene un exceso de estaciones en relación con otros países de similar tamaño<sup>17</sup>.

Hasta los años 50 y 60, la radio fue el medio de comunicación de mayor audiencia por su inmediatez y porque su señal podía ser escuchada en las cuatro regiones ecuatorianas (Costa, Sierra, Oriente y el Archipiélago de Galápagos). Las estaciones, inicialmente, operaban en Amplitud Modulada (AM) predominando los contenidos noticiosos, musicales, transmisiones deportivas y radio novelas.

En la década de 1970, con la llegada de los sistemas estereofónicos, la radio ecuatoriana experimentó un importante giro hacia las estaciones con Frecuencia Modulada (FM), lo que impulsó que los propietarios de emisoras en AM, rápidamente, obtengan una concesión en la nueva frecuencia. Así comenzó la proliferación del espectro radioeléctrico usado para este tipo de comunicación.

En 1971, las autoridades gubernamentales comentaban que “Ecuador es el país que mayor número de emisoras tiene en el mundo, con un total de 250 para apenas 6´000.000 de habitantes”<sup>18</sup>.

El aparecimiento de la señal de FM hizo que las nuevas generaciones conviertan a la radio en un medio de alto consumo, debido a que predominaban los contenidos musicales interactivos, dejando a un lado las viejas producciones radiales y noticiarios, que ahora estaban en la televisión.

La radio es un medio que traspasa lo palpable, hay que entender cuánta importancia tiene esta herramienta comunicativa, su alcance a través de contenidos que logran que el oyente use su imaginación en todos los niveles, enriqueciendo su capacidad crítica sobre los

---

<sup>17</sup> Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*. (En línea). Quito Ecuador. Disponible en : <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>

<sup>18</sup> RUBIANO, Roberto; “El poder de la Radio en Ecuador”, Quito, Revista Diners; 2002.

hechos que ameritan un conocimiento más claro y real.

Al igual que otros medios de comunicación, la radio tiene la misma posibilidad de explotar los géneros periodísticos y con mayor creatividad. Sin embargo, no se ha trabajado en esta materia. Desde esta perspectiva, la charla informativa, el reportaje, la crónica, el retrato hablado, la entrevista a profundidad y la radionovela han quedado de lado.

Hay que reconocer que esto no solo se da en la radio sino en los demás mass media, pues las tecnologías promueven el acortamiento de los espacios, el menor uso de las palabras e inclusive de imágenes, el reciclamiento continuo de lo ligero, la supremacía de lo desechable. Es decir, se transmiten mensajes cada vez más cortos, pues la profundidad anula el criterio de que el tiempo en los medios es invaluable.

Esto amerita que debe existir un equilibrio entre la capacidad de los comunicadores y la ayuda de las tecnologías, para lograr dentro del espacio exigido una mejor recepción de la calidad informativa.

## TELEVISIÓN

Como un hecho de evolución de los medios de comunicación, aparece la televisión como un medio que permite incluir dentro de la información la transmisión de hechos asociados a la imagen, que por un lado consolidan los intereses de las empresas auspiciantes como de los propios canales; y por otro apoyar con una información audiovisual de los hechos.

Desde su nacimiento, a finales de los años 50, el desarrollo de este negocio ha girado en torno a las grandes estaciones de Quito y Guayaquil, que operan en la frecuencia VHF<sup>19</sup> y cuyo número de canales no es superior al de 6<sup>20</sup>.

A inicios de 1990 comenzaron a proliferar los canales hasta llegar, en la actualidad, a las 215 frecuencias en VHF y 182 en UHF<sup>21</sup>. La mayoría optó por una oferta basada en entretenimiento, noticias y deportes, sin poner énfasis en la programación cultural y educativa, ya que hasta el 2008 todas las empresas televisoras eran privadas y comerciales.

---

<sup>19</sup> VHF: Very High Frequency (Muy alta frecuencia).

<sup>20</sup> Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*. Pág. 19.(En línea). Quito Ecuador. Disponible en : <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.

<sup>21</sup> UHF: Ultra High Frequency (Ultra alta frecuencia).

En entretenimiento de televisión abierta, lo más exitoso en Ecuador son las telenovelas nacionales y extranjeras, los *reality shows* y las transmisiones deportivas.

No hay una gran predilección por los largometrajes o series, como en otros mercados. Es necesario aclarar que Ecuador enfrenta un grave problema de medición de audiencia, ya que la empresa de mayor confiabilidad en este trabajo, Ibope-Time, hace sus mediciones con apenas 550 sistemas de *People Meter* instalados en hogares de Quito y Guayaquil, dejando a un lado lo que ocurre en las 218 ciudades restantes<sup>22</sup>.

En la televisión abierta ecuatoriana también se puede evidenciar un profundo contraste en la calidad de producción de las 6 estaciones nacionales VHF versus los canales regionales o locales. Las televisoras más importantes pueden destinar hasta USD \$ 2'000.000 para realizar un programa de entretenimiento, lo que es un coste inalcanzable para una estación local, cuyo presupuesto no supera los USD \$ 250.000 anuales.

Las empresas televisivas poseen características esenciales como la masividad e inmediatez; es el medio más poderoso e influyente de la actualidad, por ser un recurso audiovisual, requiere más atención por parte de las empresas dedicadas a informar, formar y entretener.

El espectador es un consumidor de los contenidos que la televisión presenta, pero la calidad de éstos determina el grado de sintonía que los canales de televisión alcancen. Si bien es cierto en Ecuador se han elaborado parrillas de programación basadas en estudios que no revelan las necesidades tanto educativas como culturales de los pueblos, a cambio se ofrecen programas de farándula, crónica roja, fútbol, novelas nacionales y extranjeras con un bajo grado de educación e identidad. Estamos obligados a ver programas regionalistas producidos para un público reducido y sin contenido educativo.

La televisión es un instrumento que permite acrecentar el acervo cultural de las personas en muchos aspectos de su vida. Programas de periodismo investigativo como 30 Minutos Plus, que se transmite por Teleamazonas y es dirigido por Janeth Hinojosa, muestra el interés que tenemos los ecuatorianos por investigar sobre temas variados, que permitan reflejar las realidades que existen en el país, a través de un seguimiento claro y preciso del tema

---

<sup>22</sup> Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*. Pág. 20.(En línea). Quito Ecuador. Disponible en : <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.

indagado.

La genialidad está en hacer entender a los ecuatorianos que necesitamos programas como estos, que los anunciantes apuesten por este tipo de contenidos, que se reconozca la producción nacional y que el Estado invierta en dicha producción.

### Grandes estaciones de televisión abierta UHF y VHF

Estación	Frecuencia	Grupo/ Propietario	Cobertura	Oferta
Gama TV	VHF	Ex Isaías hoy incautado por el estado	Nacional	Telenovelas y noticias
Red Telesistema (RTS)	VHF	Grupo RTS	Nacional	Deportes Farándula y largometrajes
Ecuavisa	VHF	Grupo Alvarado Roca	Nacional	Telenovelas, comedias nacionales y noticias
TC Televisión	VHF	Ex Isaías, hoy incautado por el estado	Nacional	Telenovelas, comedias nacionales y noticias.
Canal 1	VHF	Grupo Relad/Rivas	Nacional	Deportes, farándula y noticias
Telerama	UHF	Grupo Eljuri	Nacional	Cultura y Música
RTU	UHF	Grupo RTU/ Alarcon Costa	Nacional	Noticias

Fig.2.2: Fuente: Quantum Informe

La televisión forma parte de la vida diaria de los ecuatorianos, desplazando a otros medios importantes como son la radio y la prensa. Acerca más al espectador a todos los sucesos que ocurren a nivel local e internacional, pero aleja también al ciudadano de herramientas más sanas para obtener información como la investigación y la lectura. Existe poca restricción por parte de las autoridades en cuanto a la programación de cada televisora; esta apertura permite a los medios usar una herramienta muy fuerte de mercadeo que es la implantación de una necesidad al consumidor.

### **MEDIOS DIGITALES:**

“La evolución del ser humano y el desarrollo de la tecnología que crea para sus fines interactúan constantemente para alcanzar la adaptación que permita el pleno aprovechamiento de las potencialidades de ambos; transformando no solo el mundo sino también la percepción humana sobre él mismo”<sup>23</sup>.

En Ecuador existen algunos medios digitales en donde uno puede informarse de lo que pasa de manera rápida y con herramientas que permiten al usuario emitir su comentario e interactuar.

Ejemplos de medios digitales en el país:

#### **Palulo.ec**

Un ejemplo de estos nuevos medios es el de: Paúl Barahona <http://palulo.ec/blog/> en donde se puede encontrar temas de actualidad y noticias al día con referencia de lo que sucede en Ecuador y el mundo.

#### **Cultura B**

Existe el espacio Cultura B <http://culturab.blogspot.com/> de Juan Fernando Andrade (escritor y cantante) quien a través de este medio nos posibilita conocer sobre la cultura en el cine, música, literatura y arte.

---

<sup>23</sup> Scolari, C. (2008) Revista académica de la federación latinoamericana de facultades de comunicación social. (En línea) disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf>

**FUNDAMEDIOS:**

Sitio ecuatoriano, dirigido por Cesar Ricaurte (crítico de medios):

La Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (FUNDAMEDIOS)<sup>24</sup>, <http://www.fundamedios.org/home/index.php> es una organización de la sociedad civil cuya tarea principal es el apoyo a medios de comunicación y periodistas a través de cuatro áreas que responden a acciones principales: La Red de Monitoreo de Amenazas a la Libertad de Prensa y Expresión, El Observatorio de Medios del Ecuador (OME), Premio de Periodismo y los talleres y encuentros destinados a la reflexión en torno a diversos aspectos del periodismo.

En cada una de sus ramas, FUNDAMEDIOS busca generar un debate permanente sobre la relación entre el periodismo y la sociedad, y conocer los retos principales que enfrentan los periodistas en su labor diaria de informar respecto de los nuevos cambios que la sociedad se propone.

La Fundación pretende apoyar el trabajo propositivo de los comunicadores sociales incentivando el periodismo de investigación como consecuencia de una amplia reflexión y convicción profesional, que iría a combatir la corrupción, por ejemplo.

Existen espacios en diferentes cuentas como la de Wordpress.com que brinda la facilidad de crear nuestro propio medio a través de herramientas fáciles de usar, dando la posibilidad de ser dueños de lo que publicamos, poner al conocimiento de todos los temas que consultemos para el interés de personas que tienen nuestras mismas preferencias.

Los cibermedios son estructuras especializadas y concretas; informan e interactúan con el usuario de manera más rápida pero a la vez buscando ser eficaces para ganar audiencia.

**El Jacso**

Un ejemplo es el sitio de Jorge Cruz <http://eljacso.wordpress.com/> quien desea compartir

---

<sup>24</sup> FUNDAMEDIOS, (2011) espacio digital especializado en temas de comunicación y observatorio de medios (En línea) Quito Ecuador. Disponible en: <http://www.fundamedios.org/home/index.php>

sobre temas de cómics, música, cine, tecnologías, etc.

### **Todo está dicho**

Espacio de Iván Lazzo Clemente (Guionista de cómics de vocación y profesor de informática de profesión) <http://todoestadicho.blogspot.com/> que habla sobre temas de actualidad y noticias novedosas.

### **Cobertura Digital**

Su creador: Christian Espinosa. (Periodista, Profesor de Nuevos Medios y Social Media) (UTPL, UDLH Ecuador). Periodismo Móvil (Máster U. Mayor Chile).

Dedicado a la capacitación y consultoría. Ayuda en el desarrollo de sitios y estrategias Web 2.0 corporativo. <http://www.cobeturadigital.com/>

Cobertura Digital lleva más de tres años haciendo un seguimiento a la comunidad de periodistas digitales de habla hispana (profesores o profesionales en ejercicio) así como blogs que aportan contenido de este tema a la región con el fin de conectar estas iniciativas y producir conocimiento en base al intercambio de experiencias en el manejo de contenidos on line, sobre todo de América Latina.

### **Ecuadorinmediato.com**

Otro sitio digital es Ecuador Inmediato: <http://www.ecuadorinmediato.com/> Periódico Instantáneo de Ecuador. Para conocer lo que sucede en Ecuador al instante, creado por el Grupo Impulso Comunicadores SC. Trabaja como agencia de periodismo electrónico para el mundo con corresponsales en todo el país, México y España.

La crisis de los medios tradicionales, el entorno legal de la comunicación en el país, la necesidad de prepararse en torno a las tecnologías, la ventaja competitiva que el conocimiento de temas tecnológicos brinda en el ámbito laboral, la interacción del comunicador frente a los medios sociales hace que en Ecuador empiecen a formarse cibermedios, que nada tienen que ver con los medios tradicionales, es una nueva forma de hacer periodismo a través de la Web.

## 2.2 PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR

El poder de la comunicación y la información en las últimas décadas nace de la fuerza del lenguaje, de la influencia de los mass media y los multimedia. El poder de los medios permite extender las capacidades de la comunicación humana, generándose una nueva visión del entorno. El control de la información y la comunicación se ha convertido en un elemento decisivo del poder.

Sin embargo, la comunicación implica una relación intersubjetiva de dos partes activas. No se limita a una recepción pasiva, en que actúa solamente el poder convincente y exploratorio de los medios; lo que prima es el sesgo de la orientación ideológica de los propietarios, que riegan a toda costa a sus lectores. También el televidente, el radioescucha o el usuario marca el sentido, desde su propia cosmovisión. Cada cultura procesa el mensaje desde sus propios valores e identidades<sup>25</sup>.

La información y la comunicación pasan a ser el punto de regulación y funcionamiento del poder. Los medios de comunicación cobran mayor importancia en la producción de la cultura, ubicando en un segundo lugar a la familia, la escuela, la religión que anteriormente eran instituciones ideológicas importantes. En la sociedad actual la lucha del poder se define como una lucha por la hegemonía. En este objetivo, las empresas encargadas de producir ideologías desempeñan un papel fundamental para crear un consenso y asegurar el control ideológico-político. Por tanto, desde los medios de comunicación también se decide las posibilidades de un camino alternativo.

En el país hay tres grupos financieros que tienen participación decisiva en los medios de comunicación<sup>26</sup>:

**1. Grupo Egas - Grijalva:** Banco del Pichincha, Banco de Loja, Banco Rumiñahui, Diners Club, las revistas: Gestión, Soho, Cosas, Gente, Fucsia, Delta Publicidad<sup>27</sup>, Multicines<sup>28</sup>,

<sup>25</sup> García Canclini: **Culturas híbridas**, *Estrategias ...*, México, D.F., Grijalbo, S. A., 1989.

<sup>26</sup> El 1 de mayo de 2011 en un informe presidencial sabatino se presentó la siguiente información en cuanto a la propiedad de Medios de Comunicación.

<sup>27</sup> Delta Publicidad: agencia de promoción de las compañías del Grupo Egas.

<sup>28</sup> Multicines: es una de las 3 mayores cadenas de cines del país con unas 30 salas en Quito y Cuenca.

Interdin, Financiera Amerafin, Citotusa, Publi Promueve<sup>29</sup>, Planimedios<sup>30</sup> y Teleamazonas, este canal recientemente cambio la figura de sus acciones y Radio Colón. Sus operaciones comenzaron en 1974<sup>31</sup>.

**2. Grupo Eljuri:** Banco del Austro y ETV Telerama.

**3. Grupo Quirola–Canessa:** Banco de Machala y los medios de la cadena Caravana, que tiene señal de radio y televisión<sup>32</sup>.

Otros grupos que no poseen vinculación evidente con la banca, pero con una fuerte concentración mediática figuran los siguientes:

**El grupo Alvarado – Roca** propietario de Ecuavisa<sup>33</sup>, Ecuavisa Internacional y el Grupo Editorial Editores Nacionales S. A. (ENSA), que publica las revistas Vistazo, Estadio, Hogar, Generación XXI y América Economía. También es copropietario de Univisa<sup>34</sup>.

**El grupo Tauro – Vivanco** propietarios de DIARIO LA HORA, SatNet, TV Cable, Revista Vanguardia y cadena de radios Planeta, esto con referencia a los grupos grandes<sup>35</sup>.

**Grupo Pérez:** Diario el Universo, Revista Sambo, Radio City, Diario Super, Socio del grupo Alvarado - Roca en el sistema de televisión paga Univisa fusión del Universo y Ecuavisa, Empresa naviera Galápagos. Canodros, Unipartes.

El Grupo El Universo, en 2007, fue el segundo conglomerado mediático con mayor facturación, luego del Grupo Isaías. Nació en 1921<sup>36</sup>.

<sup>29</sup> Publi Promueve es una productora de televisión que trabaja con Teleamazonas. Tiene una unidad de negocios dedicada a la asesoría de imagen a empresas.

<sup>30</sup> Planimedios: es una planificadora de pauta publicitaria.

<sup>31</sup> Punín. M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

<sup>32</sup> Punín. M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

<sup>33</sup> Ecuavisa Internacional: 42 UHF en Ecuador y con difusión de pago en Colombia, EEUU y Europa)

<sup>34</sup> Punín. M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

<sup>35</sup> Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*.(En línea). Quito Ecuador. Disponible en : <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.

<sup>36</sup> Punín. M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

**Grupo Mantilla - Ortega:** El Comercio, Diario Ultimas Noticias, Radio Quito, Ecuador Radio, Radio Platinum, Access Internet, Cofiec, Mega Datos, Ediecuatorial, Metropolitana de Seguros y Consorcio del Pichincha<sup>37</sup>.

Además, el grupo publica el Semanario Líderes (negocios y emprendimiento con distribución nacional). Comenzó sus operaciones en 1906<sup>38</sup>.

En Ecuador, el sector de medios de comunicación es fragmentado y con un exceso de empresas informativas y de entretenimiento. La Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador (SUPERTEL) reportó en agosto de 2008, un total de 652 frecuencias concesionadas a canales de televisión (VHF, UHF, cable y televisión codificada terrestre). También existen 1.205 frecuencias usadas en radio y un medio centenar aproximado de diarios y 30 revistas de producción nacional<sup>39</sup>.

La intervención realizada por parte del Estado, en unos casos, y la incautación en otros, a los medios de comunicación de propiedad del Grupo Isaías, el sector de grandes grupos de comunicación perdió a su más importante protagonista con un total de 12 empresas de televisión abierta, televisión de pago, radio y prensa. Su facturación en 2007 superó los \$114'500.000<sup>40</sup>.

El Grupo Isaías también mantenía negocios dominantes en telecomunicaciones como en la provisión de internet, transmisión de datos, radio trunking, beeper y telefonía fija. En Ecuador se pueden identificar al menos 11 grupos de comunicación social concentrados en Quito y Guayaquil. Los más grandes se desarrollaron desde los periódicos y canales de televisión más influyentes y son los que marcan las grandes tendencias en la información y el entretenimiento<sup>41</sup>.

<sup>37</sup> Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*. Pág. 19.(En línea). Quito Ecuador. Disponible en : <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.

<sup>38</sup> Punín, M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

<sup>39</sup> Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*. Pág. 19.(En línea). Quito Ecuador. Disponible en : <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.

<sup>39</sup> Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*. Pág. 19.(En línea). Quito Ecuador. Disponible en : <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.

<sup>40</sup> Rodrigo Jordán Tobar. Consultor Senior de BO Comunicaciones de Quito y Quantum Informe. Master en Proyectos de Comunicación por la Universidad de Navarra (España) y Licenciado en Comunicación Social. Profesor principal de la Facultad de Comunicación de Universidad de Los Hemisferios y periodista. Dirección: Tolosa N24- 84 y Barcelona, Quito-Ecuador. Teléfono: 00593-22561-245. Email: [rjordan@quantum-informe.com](mailto:rjordan@quantum-informe.com). Allen Panchana. Periodista profesional y Director Regional de Noticias de Ecuavisa. Dirección: Samanes 6, Mz. 960 y casa 13, Guayaquil-Ecuador. Teléfono: 00593- 42219-297. Email: [apanchana@ecuavisa.com](mailto:apanchana@ecuavisa.com).

<sup>41</sup> Jordán, R. (2010) tomado de Quantum Informe. (En línea) Quito Ecuador. Disponible en:

Por facturación y diversificación de negocios, los más importantes son: Grupo Isaías (desde julio de 2008 en manos del Gobierno), Grupo El Universo, Grupo de Comunicaciones El Comercio, Grupo Fidel Egas y Grupo Alvarado Roca, los que concentran el 83,79% de los \$346'440.000 que ingresaron los 9 grupos de comunicación más importantes del Ecuador en 2007<sup>42</sup>.

Por otro lado a mediados del 2009, el presidente de la República Rafael Correa Delgado firmó el Decreto No. 1793, que modificó la Ley de Contratación Pública, prohibió que el Estado celebre contratos con empresas creadas fuera del país, pero de propiedad de ecuatorianos, es el caso de los negociadores de las “empresas de papel”. Además el decreto 1793 también golpeó duramente a medios de comunicación ecuatorianos que tenían sus acciones en paraísos fiscales<sup>43</sup>.

Según la secretaria de Comunicación del régimen, los medios vinculados con los bullados paraísos fiscales son: El Comercio 49% de participación en las Islas Vírgenes -Estados Unidos y Panamá, El Universo en las Islas Gran Caimán, La revista Vanguardia 55% vinculada con empresas de Colombia y de las Islas Vírgenes, Diario La Hora en Bahamas y Gran Bretaña<sup>44</sup>.

Durante la plena vigencia del decreto, medios de comunicación como diario: El Universo, El Comercio, La Hora, expreso y la revista Vanguardia, vieron disminuida la cuota publicitaria por parte del gobierno y en otros casos, sobre todo los medios relacionados con el grupo Vivanco ( La Hora-Vanguardia) no recibían publicidad alguna relacionada con el gobierno, ministerios y otras dependencias<sup>45</sup>.

---

<http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>

<sup>42</sup>Jordán, R. (2010) tomado de Quantum Informe. (En línea) Quito Ecuador. Disponible en: <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>

<sup>43</sup>Fuente: *Cadena Nacional del Gobierno del Ecuador* fecha de consulta: 2 de mayo 2011. (En línea) Disponible: [http://www.noticias.pontecool.com/lee\\_mundo\\_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150](http://www.noticias.pontecool.com/lee_mundo_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150)

<sup>44</sup> Fuente: *Cadena Nacional del Gobierno del Ecuador* fecha de consulta: 2 de mayo 2011. (En línea) Disponible: [http://www.noticias.pontecool.com/lee\\_mundo\\_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150](http://www.noticias.pontecool.com/lee_mundo_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150)

<sup>45</sup> Fuente: *Cadena Nacional del Gobierno del Ecuador* fecha de consulta: 2 de mayo 2011. (En línea) Disponible: [http://www.noticias.pontecool.com/lee\\_mundo\\_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150](http://www.noticias.pontecool.com/lee_mundo_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150)

En los dos últimos años los medios de comunicación en Ecuador tienen un cambio importante con respecto a su administración. No en vano el gobierno del Ec. Rafael Correa Delgado controla a 16 empresas periodísticas, bajo el sello de Medios Públicos, quiere decir que el Estado es el mayor anunciante, a través de campañas de concienciación, anuncios de la revolución ciudadana amén de los informes sabatinos<sup>46</sup>.

El Estado ecuatoriano durante los dos periodos de Gobierno, bajo el régimen de Correa Delgado, ha logrado acumular y convertir en medios públicos, a 3 periódicos, 7 estaciones de radios, 4 revistas temáticas y 6 canales de televisión. De estos, tres corresponden a los medios que incautó al grupo de banqueros Isaías, hablamos sobre la base de referencia de TC Televisión, Cable noticias y GamaTV<sup>47</sup>. Además ha creado otros medios como Ecuador TV, periódicos El Ciudadano, PP el verdadero, y la agencia de publicidad Andes<sup>48</sup>

### El gobierno y la gestión de los medios de comunicación

Medios incautados	Medios creados
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Telégrafo</li> <li>• Gama TV</li> <li>• TC Televisión</li> <li>• Cable noticias</li> <li>• Cable deportes</li> <li>• Revistas del grupo La Otra</li> <li>• (Tres medios impresos)</li> <li>• Radio universal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecuador TV</li> <li>• Radio pública</li> <li>• El ciudadano (versiones impresa y digital)</li> <li>• Agencia Ecuatoriana de Noticias ANDES</li> </ul>

Fig. 2.3: Fuente: Punín. M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)

“En junio de 2008 se anunció por parte del presidente y directivos de la AGD que los medios

<sup>46</sup> Fuente: *Cadena Nacional del Gobierno del Ecuador* fecha de consulta: 2 de mayo 2011. (En línea) Disponible: [http://www.noticias.pontecool.com/lee\\_mundo\\_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150](http://www.noticias.pontecool.com/lee_mundo_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150)

<sup>47</sup> Punín. M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

<sup>48</sup> Fuente: *Cadena Nacional del Gobierno del Ecuador* fecha de consulta: 2 de mayo 2011. (En línea) Disponible: [http://www.noticias.pontecool.com/lee\\_mundo\\_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150](http://www.noticias.pontecool.com/lee_mundo_id.php?fec=2011-05-02&ind=1150)

de comunicación y los bienes incautados serían vendidos, pero esta promesa aún no se cumple.

La revista **VANGUARDIA** claramente opuesta el régimen señala que "... el nuevo panorama mediático luce de una comodidad envidiable para el gobierno: hoy controla cerca del 40% de la audiencia en televisión"<sup>49</sup>, situación de la que también se hizo eco la revista **VISTAZO**, y los dos principales medios impresos del país (**EL UNIVERSO Y EL COMERCIO**).

En líneas generales, es verdad que los medios públicos no han logrado canalizar una audiencia importante, como para consolidar las estrategias y objetivos publicitarios del gobierno, pero también es cierto que los medios comerciales no han tenido la suficiente creatividad para promover temas nuevos"<sup>50</sup>.

De acuerdo al enlace sabatino, citado anteriormente, el Grupo Egas-Grijalva es propietario de varias empresas, que incluyen 1 canal de televisión, una radio y entidades financieras, que por estar distribuidos en toda la geografía nacional ejercen gran influencia en el desarrollo económico del país. Este grupo de poder influye en la población desde todos los puntos, tanto el marketing pero fundamentalmente en la sociedad de consumo.

El grupo Eljuri como propietario de 1 banco, 1 canal, empresas importadoras, y comercios de todos los tipos, no solo en el Ecuador sino fuera de él refleja claramente la influencia que tiene en la realidad del país, por un lado la manera de cómo presenta su productos mediáticamente para llegar al consumidor, y por otro la promoción que hace de Azuay como motor de desarrollo. Esto constituye un indicador de la magnitud que este grupo ejerce sobre los medios de comunicación.

El Grupo Quirola Canessa tiene entre sus capitales al Banco de Machala y muchas empresas de índole agrícola ganadera e industrial. Este grupo, por la naturaleza de sus intereses económicos al igual que los grupos anteriores han mantenido una estrecha relación con los medios de comunicación.

---

<sup>49</sup> Cita textual en la edición de la Revista Vanguardia No. 146, Publicación del 15 al 21 de Julio del 2008

<sup>50</sup> Punín. M, I.(2011). *RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación* ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

Estos antecedentes fueron tenidos en cuenta para que el gobierno pusiera entre los artículos de la consulta popular y referéndum del 7 de mayo de 2011, una opción para que el país decida darles un ultimátum a dichos grupos en cuanto a la venta de sus acciones, que tengan que ver con el gestionar mediático, lo que limitó la influencia del poder económico sobre los medios.

## 2.5. MAPA DE MEDIOS: TRABAJOS SIMILARES EN EL MUNDO

Los estudios realizados en medios de comunicación en el mundo con respecto a la ubicación que cada país tiene con sus empresas es interesante de cara a la realidad nacional, leyes de comunicación similares, diferentes grupos y oligopolios son el común denominador en todos los mapas de los mapas investigados.

### Los mapas en Argentina

Uno de los mapas más cercanos a nosotros son los de Argentina en donde su principal eje es el Grupo Clarín.

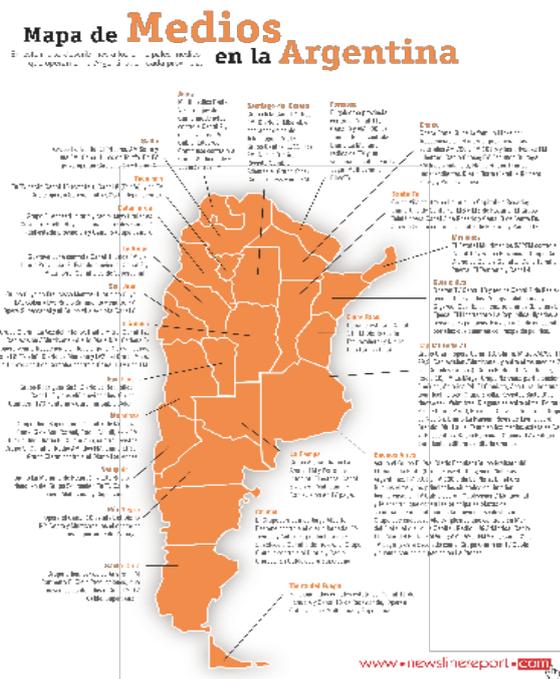


Fig.2.4: Mapa de Medios en Argentina. Newslinereport. 2011<sup>51</sup>.

<sup>51</sup> Mapa de medios de Argentina. (En Línea) disponible en: <http://nehuenescalada.com.ar/mapa-de-medios-y-grandes-grupos-en-la-argentina>

Encontramos en Argentina el Mapa que precede, en donde se ubican los principales medios que operan en cada provincia e indica la composición de los grandes grupos que predominan en el país. Divide al país por provincias y detalla qué medios laboran en cada sector por grupo empresarial.

### Medios de comunicación virtuales de Argentina

Presentan una propuesta de servicios para los ámbitos de *prensa*, *comunicación* y *capacitación*; y una diversidad de recursos diccionarios, vocabularios, gramáticas, ortografías, además de los buscadores.

Su link de “Directorio de Medios de Comunicación del Mundo” (que incluye Ecuador) nos muestra enlaces para los sitios web de cada medio de comunicación, mas no presenta información levantada de cada medio.



Fig.2.5: Argentina: “Directorio de medios de comunicación” Virtual MDS 2<sup>52</sup>.

### Mapa de medios de Argentina

<sup>52</sup> “Directorio de medios de comunicación” Virtual MDS 2 ( En Línea) disponible en : <http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Ecuador.htm>



Fig. 2.6: Mapa de medios de Argentina

El mapa hace referencia a la industria audiovisual argentina, revisa el Mapa de Medios desde una perspectiva de concentración oligopólica dominante. Considera que los medios se encuentran concentrados en 5 importantes empresas: el Grupo Clarín, el Grupo Hadad, Cadena Tres, Grupo Telefónica, Grupo Prisa y Grupo Vila Manzano de Narvárez, por lo que el gobierno argentino, a través de un Proyecto de ley intenta emitir una nueva disposición para que regule el mercado de las comunicaciones y de la prensa.



Mapa actualizado



Fig. 2.8: Mapa de medios de Argentina

En este caso se puede observar una mejora con respecto al mapa anterior que contenía datos desorganizados. En el nuevo se dan menos colores que facilitan la ubicación de cada sector y su división.

La forma de muestreo es la misma, con porcentajes, flechas que conectan a cada grupo con sus de empresas.

Aquí, el más importante por la presencia mediática y económica es el Grupo Clarín.

No hay detalles de las empresa, este mapa solo se limita a conectar las empresas con sus principales ejes económicos. No muestra información sobre la morfología, responde a datos generales.

## Mapa de medios en España

La agencia **ymedia** ha elaborado un mapa de medios de comunicación que abarca los principales actores del panorama mediático nacional e incluye la participación accionaria de cada uno de ellos en sus distintos soportes, ya sea prensa, radio, televisión o Internet.



Fig. 2.9: Mapa de medios de España

**Mapa de medios 2011**  
**Cadenas internacionales de televisión pagadas en América latina** <sup>53</sup>

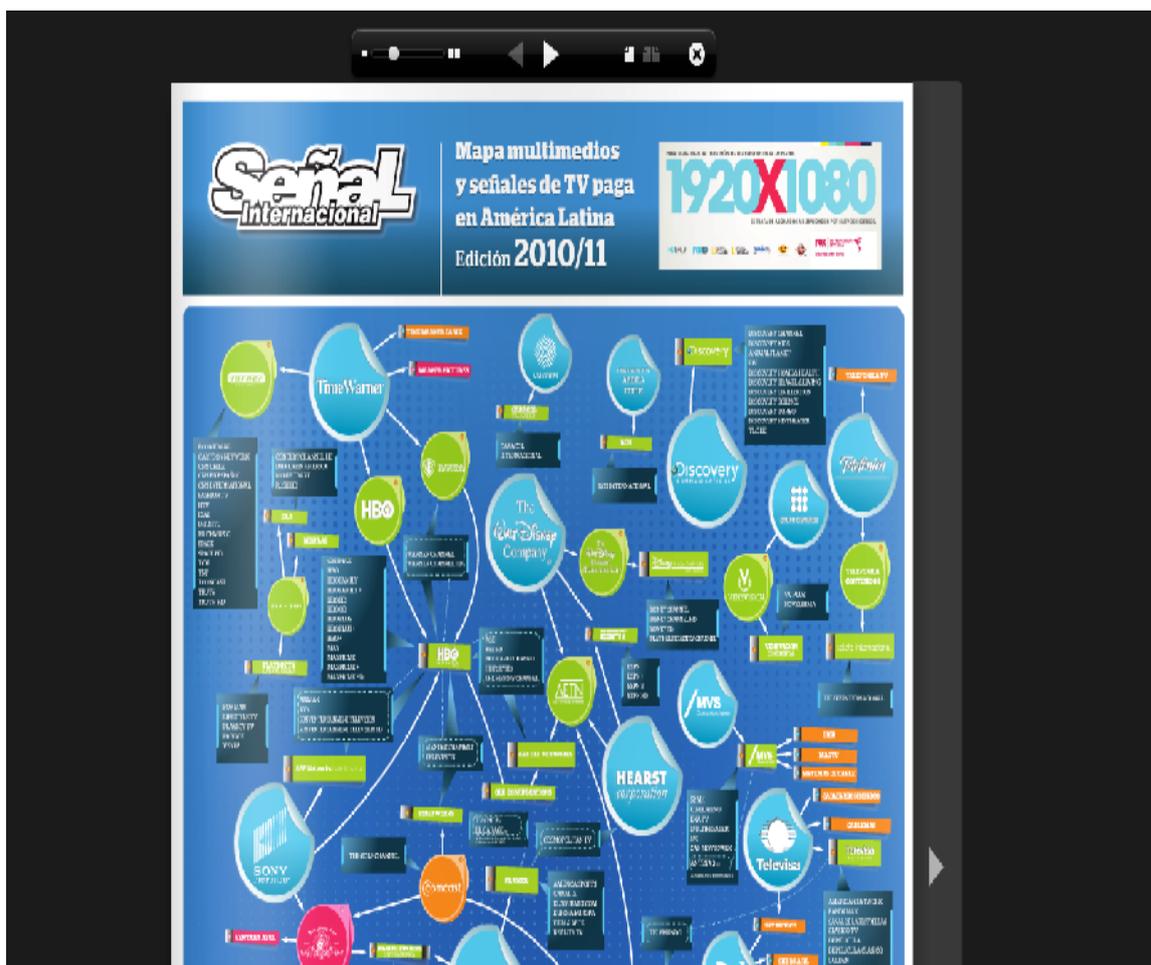


Fig.2.10: Mapa de medios  
 Cadenas internacionales de televisión pagadas en América latina.

En el mapa que precede se observan las grandes cadenas que presentan los medios internacionales de América latina.

<sup>53</sup> Mapa de Medios 2011 Cadenas internacionales de televisión pagada en América latina. (En línea) disponible en: [http://issuu.com/revistasenal/docs/mapa\\_medios\\_2010-11](http://issuu.com/revistasenal/docs/mapa_medios_2010-11)

## Análisis:



Fig 2.11: Principales cadenas internacionales de comunicación en América Latina

Las cadenas Globales que se pueden observar en la representación anterior, son multinacionales, tienen presencia en todos los continentes, con cadenas especializadas para realizar programación con cada target, basándose en las necesidades del consumidor, por ejemplo, Discovery, es una cadena que realiza programación para cada miembro de la familia yendo desde Discovery kids, un canal desarrollado para un público infantil y Discovery Channel que maneja documentales, reportajes de la naturaleza, antropología cultural, social, política, vida animal específica, arqueología y todo lo referente a realidades geofísicas con sus paisajes y naturaleza verde para un público adulto.

The Walt Disney Company, es una de las grandes productoras que se dedica a edición de cine para niños, con gran aceptación en todo el mundo.



distintos profesionales que trabajan en relación a los medios de comunicación encuentran en este portal informaciones valiosas y una plataforma de interacción con otros profesionales del subcontinente.



Fig. 2.14. MediosLatinos: <http://www.kas.de/wf/en/71.9037/>

MediosLatinos es producida y financiada desde el año 2004 por el Programa Medios de Comunicación y Democracia de la Fundación Konrad Adenauer y cuenta para el desarrollo de sus contenidos con el apoyo de prestigiosos profesionales de la región. A través de este portal, la Fundación Konrad-Adenauer se propone transparentar y hacer pública toda información acerca del mundo del periodismo y de los medios, con el fin de contribuir al fortalecimiento de la democracia en la región.

## 2.6. MAPA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. CAPÍTULO EN EL ECUADOR

Como planteamos al inicio de este trabajo, el objetivo capital se enfoca en la necesidad de organizar un verdadero mapa de los medios de comunicación que operan en Ecuador. Como punto de partida cabe revisar qué trabajos se han realizado anteriormente en nuestro medio. Importa entonces conocer qué hace el Ecuador en materia de comunicación, cuántos medios hay en el Ecuador, quiénes son sus empresarios y dueños, qué servicios y especialidades ofrecen, qué sistema manejan y cuál es el grado de incidencia dentro de su desarrollo socioeconómico.

En el país se ha trabajado algo en esta materia. María Cristina Martínez presenta algún

orden de detalles de medios de comunicación<sup>54</sup>, pero cuenta con información reducida en comparación con los medios existentes actualmente y los datos, sin que ellos nos sirvan definitivamente para nuestras inquietudes. Esto implica que los medios de comunicación deben lograr una mayor cobertura y promoción como resultado de la estructuración del mapa en mención que tratamos de levantar sobre una base real y confiable de investigación.

En la representación que sigue se puede observar gráficamente el mapa del Ecuador y su división tanto política como mediática; aquí evidenciamos una concentración en Pichincha y Guayas, mientras que en el resto del mapa hay una minoría.

Para estructurar el mapa de Comunicación del Ecuador, resulta imperiosa la necesidad de apelar a determinadas conceptualizaciones que orienten el desarrollo del trabajo investigativo, como lo son: el *mapa, medio y comunicación*.

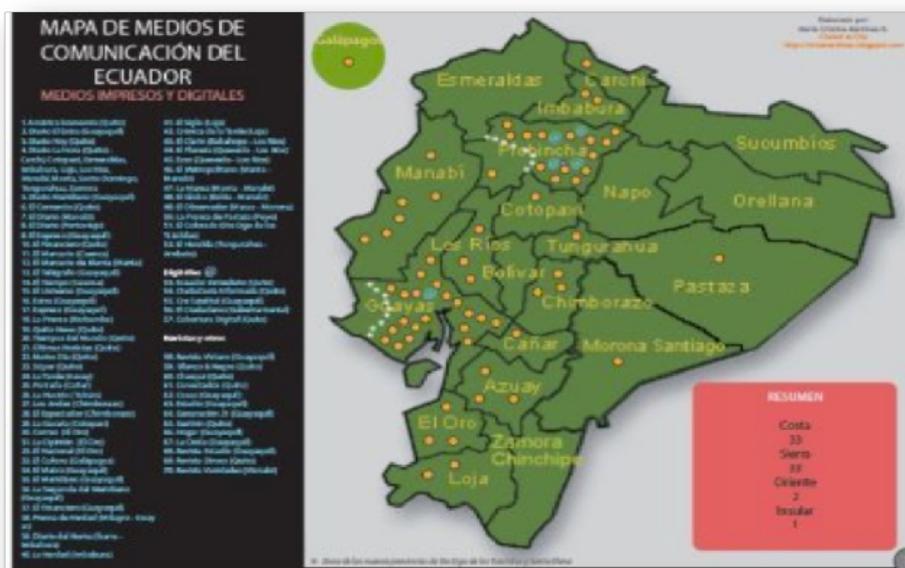


Fig. 2.13: María Cristina Martínez: Mapa de medios del Ecuador.

(<http://srtamartinez.blogspot.com/2008/10/infografa-mapa-de-medios-de-comunicacin.html>)

<sup>54</sup>María Cristina Martínez. cofundadora y coordinadora de diadelblog.com. (En Línea) Santo Domingo Ecuador. Disponible en: <http://www.blogger.com/profile/08328273948988293577>

Sobre el mapa existente cabe mencionar que en materia radial es notable una concentración masiva de radiodifusoras en la Sierra, a diferencia de la Costa en donde la cifra baja. La Amazonía se queda visiblemente con una escasez de empresas radiales.

Si hablamos de televisión, la muestra es nítida en cuanto a la concentración de medios en Quito y Guayaquil, en donde se asientan las televisoras nacionales como Teleamazonas, RTS, Canal 1, entre otras, justo eco de lo que se observa como centralismo absorbente.

Según este mapa realizado en 2008, en el ámbito de Publicidad y Marketing en el país, solamente existían agencias en Quito y Guayaquil, cuando conocemos que en el resto del país actualmente hay varias empresas dedicadas a esta rama de la comunicación.

Los Grupos Económicos que manejaban en aquel entonces los medios eran por ejemplo: Grupo Isaías, Grupo Banco Pichincha, Grupo Alvarado Roca, Grupo Noboa, entre otros.

La presente descripción realizada en 2008 por María Cristina Martínez, ofrece una segunda fase con más datos de los expuestos anteriormente.

Es entendible la dificultad que se presenta al momento de realizar este tipo de investigación, pues hay que trasladarse a distintos puntos y tener una conexión directa con cada empresa para poder identificar ciertos factores que ayudarían a sustentar un trabajo de tal magnitud, como lo es un mapa de medios de comunicación del Ecuador.

Por lo que se puede apreciar, el trabajo de Cristina Martínez se orienta a la información sobre los medios de comunicación existentes en cada región, brindando una información importante al momento de revisar la presencia o concentración de medios en sus categorías de la Costa, Sierra, Oriente y Región insular; destaca la concentración de los medios definidos por grupos económicos.

## RADIO

Presenta un mapa con las emisoras de mayor cobertura por la superioridad de conexiones, aparatos e instalaciones, recursos que se ubican, en las regiones de mayor concentración poblacional y de desarrollo industrial:

COSTA:	201
SIERRA:	263
ORIENTE:	57
INSULAR:	9

Por fácil lectura observamos que la mayor concentración de emisoras de radio se encuentra en la Costa y Sierra, manteniéndose una baja de emisoras en el Oriente y en la región Insular.



Fig. 2.14: Mapa de medios del Ecuador realizado por María Cristina Martínez.

(<http://srtamartinez.blogspot.com/2008/10/infografa-mapa-de-medios-de-comunicacin.html>) fuente consultada: 1 de mayo de 2011)

## TELEVISORAS

En cuanto a canales de televisión, el mapa ecuatoriano presenta 61 medios distribuidos regionalmente, con la misma caracterización de la escasez en las regiones oriental e insular.

COSTA:	23
SIERRA:	27
ORIENTE:	2
INSULAR:	2

## TELEVISORAS NACIONAL

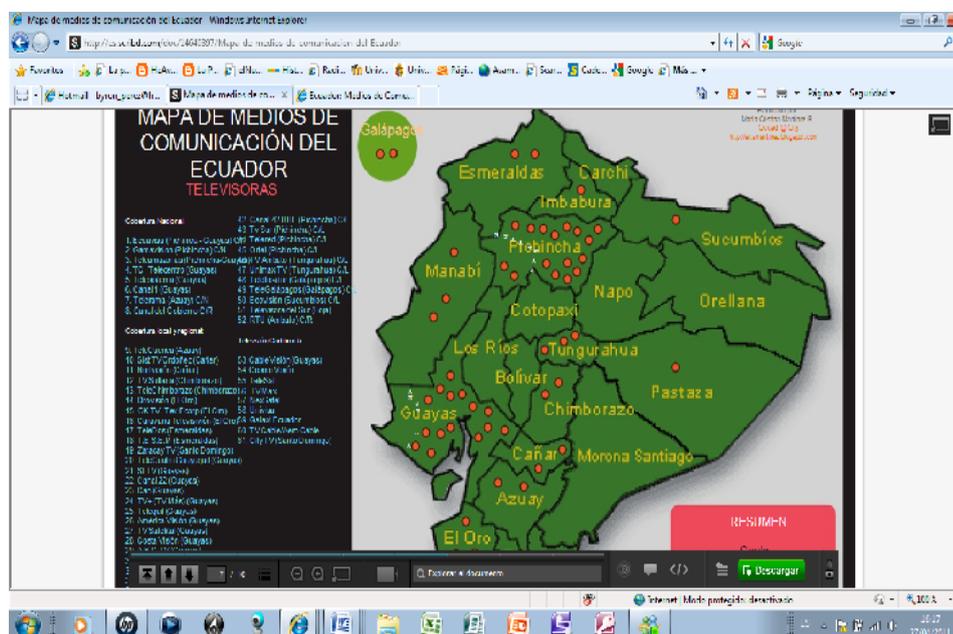


Fig. 2.15: Mapa de medios del Ecuador realizado por María Cristina Martínez.

(<http://srtamartinez.blogspot.com/2008/10/infografa-mapa-de-medios-de-comunicacin.html>) fuente consultada: 1 de mayo de 2011)

## AGENCIAS PUBLICITARIAS

En relación a Agencias de publicidad, Guayaquil ostenta con 16 y Quito con 14; sin embargo se conoce que existen agencias de esta naturaleza a nivel nacional.

Como resumen se indica que el tipo de medios con más presencia es la radio, con las siguientes estadísticas:

- RADIOS FM:	530
- TELEVISORAS:	56
- AGENCIAS PUBLICITARIAS:	30
- MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES:	69

## Ecuador comunicación / Guía de medios / AS producciones<sup>55</sup>

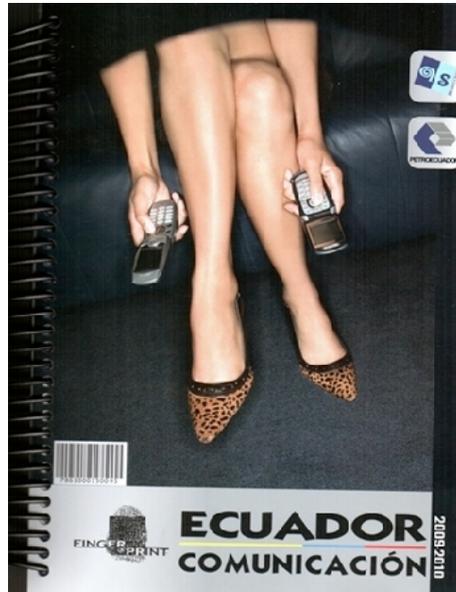


Fig. 2.15: *Guía de medios de comunicación del Ecuador*

Esta Guía de medios editada con la dirección de la Dra. Rosalía Arteaga Serrano, se divide en 9 secciones:

AGENCIAS, TELECOMUNICACIONES, INTERNET, PRENSA, RADIO, REVISTAS, TELEVISIÓN, SERVICIOS Y MUNICIPIOS.

Su trabajo se convierte en una importante herramienta de información para los comunicadores del país y el extranjero; presenta información actualizada y precisa en cuanto a ubicación y contactos con el medio. Se observa el nombre del medio (en la sección correspondiente), representante legal, dirección, números telefónicos y correo electrónico. Considera las agencias de estudios de mercado, Publicidad, Telecomunicaciones, proveedores de Internet, empresas de servicios y un directorio muy amplio de los Municipios de Quito y Guayaquil.

<sup>55</sup> Ecuador comunicación / guía de medios / AS producciones (En línea) disponible en: [http://www.rosaliaarteaga.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=534&Itemid=128](http://www.rosaliaarteaga.com/index.php?option=com_content&task=view&id=534&Itemid=128)

### Directorio de comunicación Ecuador 2011 / Asociación de prensa extranjera.

La asociación de Prensa Extranjera en el Ecuador ha publicado la guía denominada “Directorio de Medios en el Ecuador” que, según se lee en su presentación, se ha convertido en auxiliar de trabajo indispensable para comunicadores sociales y profesionales de otras ramas que laboran en el país.

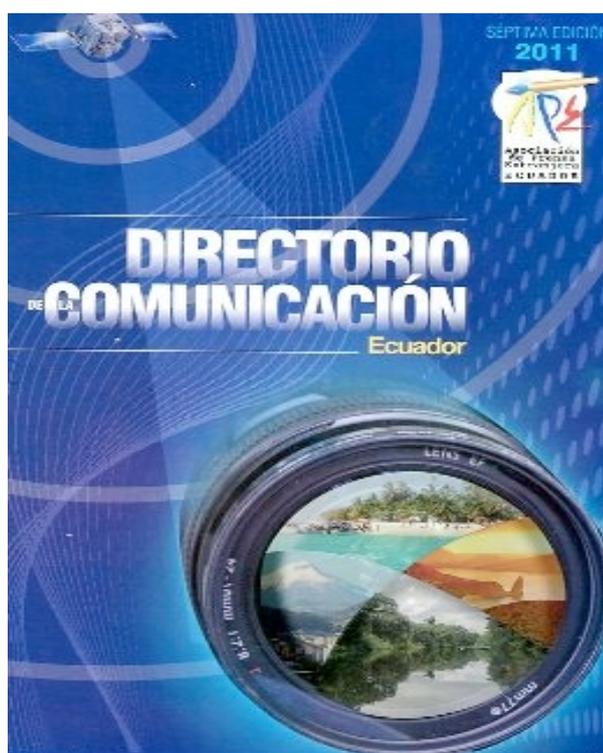


Fig.8.8: Directorio de Comunicación del Ecuador

Contiene datos de instituciones y dependencias públicas y privadas actualizadas a diciembre de 2010. Se integran datos de medios y representaciones de los miembros de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) que se suman a los de la Comunidad Andina. Mantiene datos sobre organizaciones internacionales dedicadas a tratar el tema de la libertad de expresión y la ética en la comunicación social, tema de particular interés para los profesionales de la comunicación.

Principales medios de comunicación privados	Medios de comunicación públicos
<p><b>TELEVISIÓN</b></p> <p><b>Canal Uno:</b> (anteriormente conocido como <b>SiTV</b>) es una cadena de televisión ecuatoriana perteneciente al Grupo Rivas operada por <i>RELAD S.A.</i> en las ciudades de Guayaquil y Quito.</p> <p><b>Ecuavisa:</b> es una de las principales cadenas privadas de televisión en el Ecuador, está operada por Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A., en la ciudad de Guayaquil, y por la Televisora Nacional Canal 8 C.A., en la ciudad de Quito.</p> <p><b>Gama TV:</b> es una cadena de televisión ecuatoriana afiliada a Televisa de México. Perteneció al grupo financiero Isaiás y es operada por la Compañía de Televisión del Pacífico Teledos S.A.</p> <p><b>Latele:</b> es una cadena de televisión ecuatoriana con sede en la ciudad de Guayaquil operada por la <i>Alba Communications Group LLC</i> en la ciudad de Guayaquil.</p> <p><b>Oromar Televisión:</b> es una cadena de televisión ecuatoriana con sede en la ciudad de Manta operada por <i>Sistemas Globales de Comunicación HC GLOBAL S.A.</i> en la ciudad de Manta.</p> <p><b>RTS</b> es un canal privado de televisión del Ecuador. Desde su comienzo de transmisiones el 12 de diciembre de 1960, el canal se constituye en una de las cadenas más grandes y más vistas en Ecuador, primer canal del Ecuador.</p> <p><b>Sistema Satelital de Radio y Televisión “RTU”</b></p> <p><b>Radio y Televisión Unidas:</b> también conocido por sus siglas <b>RTU</b> es una cadena de televisión ecuatoriana operadas por la <i>José Oswaldo Peñaherrera Muñoz, Muvesa C.A., Teleatahualpa</i> y <i>Compañía Radio Hit S.A.</i> en las ciudades de Quito y Guayaquil.</p> <p><b>Telerama</b> (anteriormente conocido también como <b>ETV Telerama E Televisión Telerama</b>) perteneciente al Grupo Eljuri operada por la <i>Televisión Ecuatoriana S.A.</i> en las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Quito.</p>	<p><b>TELEVISIÓN</b></p> <p><b>Ecuador TV (ECTV):</b> La cadena de televisión ecuatoriana de servicio público de Ecuador.</p> <p><b>Teleamazonas:</b> fundado el 22 de febrero de 1974 por el empresario Antonio Granda Centeno, aunque sus orígenes se remontan a la estación que fundó en 1961 HCJB, una misión evangélica de la ciudad de Quito que está operada por Centro de Radio y Televisión, Cratel S.A., en la ciudad de Quito. Actualmente pertenece a la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador.</p> <p><b>TC Televisión,</b> es una cadena de televisión ecuatoriana operada por la <i>Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A.</i> en las ciudades de Guayaquil y Quito.</p> <p><b>PRENSA</b></p> <p><b>EL Telégrafo:</b> La razón social de este órgano de prensa, comprado por el régimen de Rafael Correa, sirve las causas del movimiento político del gobierno de la “Revolución ciudadana”.</p> <p><b>El ciudadano:</b> Empresa en manos del Estado.</p> <p><b>PP El Verdadero:</b> Creado por el Estado.</p> <p><b>RADIO</b></p> <p><b>Del Estado Central:</b> Como Radio Nacional del Ecuador (hoy, RPE), Radio Casa de la Cultura y Radio Vigía de la Policía Nacional.</p> <p><b>De los Gobiernos Locales y Seccionales:</b> Radio Municipal de Quito, Radio del Consejo Provincial de Pichincha, Radio Municipal de Loja, Radio Municipal de Sigchos, Tarapoa Stereo (Municipio del Cuyabeno), Radio Municipal de Cotacachi y la Voz de Imbabura del Municipio de Ibarra.</p>

<p><b>UCSG Televisión</b> Perteneciente a la Universidad Católica de Guayaquil, con sede en la ciudad de Guayaquil y es la televisora de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Utiliza el eslogan "Una nueva forma de aprender".</p> <p><b>PRENSA</b></p> <p><b>Quito</b></p> <p>El Comercio</p> <p>Hoy</p> <p>Últimas Noticias</p> <p>La Hora</p> <p>Metrohoy</p> <p>Diario Gente Popular</p> <p>El Mensaje Periódico</p> <p>Mass Comunicación (periódico),</p> <p><b>Guayaquil</b></p> <p>El Universo</p> <p>Diario Expreso</p> <p>Diario Extra</p> <p>Diario Súper</p> <p>El Meridiano</p> <p>La Calle</p> <p>El Financiero</p> <p>Metroquil</p> <p><b>Cuenca</b></p> <p>El Mercurio</p> <p>El Tiempo</p> <p>La Tarde</p> <p>El Morlaco Digital</p> <p><b>Ambato</b></p> <p>El Herald</p> <p><b>Riobamba</b></p> <p>La Prensa</p> <p>Los Andes</p> <p>El Espectador</p> <p><b>Latacunga</b></p> <p>La Gaceta</p> <p><b>Ibarra</b></p> <p>El Norte</p> <p>La Verdad</p> <p><b>Tulcán</b></p>	<p><b>Radio Canela:</b> es de Jorge Yunda, actual presidente del Consejo Nacional de Radio y Televisión (entidad estatal que regula el sector).</p>
---	---

<p>La Nación</p> <p>La Prensa</p> <p><b>Esmeraldas</b></p> <p>La Verdad</p> <p><b>Loja</b></p> <p>Crónica de la Tarde</p> <p>Diario La Hora</p> <p>Centinela</p> <p><b>Machala</b></p> <p>Correo</p> <p>Opinión</p> <p>El Nacional</p> <p><b>Portoviejo</b></p> <p>El Diario</p> <p><b>Manta</b></p> <p>El Mercurio de Manta</p> <p>El Metropolitano</p> <p><b>Quevedo</b></p> <p>El Planeta</p> <p>Ecos de Quevedo</p> <p><b>Babahoyo</b></p> <p>El Clarín</p> <p><b>Azogues</b></p> <p>Portada</p> <p>El Heraldo del Cañar</p> <p>Diario Panorama</p> <p>El Espectador</p> <p><b>Milagro</b></p> <p>Prensa La Verdad</p> <p><b>Macas</b></p> <p>El Observador</p> <p><b>Bahía de Caráquez</b></p> <p>El Nuevo Globo</p> <p><b>Galápagos</b></p> <p>El Colono</p> <p><b>RADIO</b></p> <p><b>Tropicálida Stereo</b> que es propiedad de Andivisión, vinculada al Grupo Red Telesistema.</p> <p><b>Francisco Stereo</b> pertenece a la Orden Franciscana de la Iglesia Católica.</p>	
---	--

<p><b>Radio Zaracay</b> (de alta cobertura nacional) es del Grupo Zaracay, cuya sede está en la recién creada provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Sus propietarios son Holger y Pericles Velasteguí, quienes también tienen Zaracay TV (alcance provincial), Activa FM y Cablezar (televisión de pago).</p>	
--	--

Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

## CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

### 3.1. Metodología

**Método cuantitativo:** Se realizó una entrevista a las empresas de comunicación del Ecuador para obtener una base de datos.

El cruce de datos primarios se lo realizó con los datos que reposan en la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos, Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías, Consejo Nacional de Radio y Televisión; y publicaciones privadas como el Anuario de Medios de Comunicación del Ecuador, editado por AS Producciones.

- Se Levantó la información primaria de los medios de comunicación de Ecuador.
- Se mejoró la información descriptiva y estadística de las empresas de comunicación de Ecuador en los sistemas de tabulación informáticos preparados por la UTPL.

Existen determinados procedimientos que nos permitieron alcanzar el fin que procurábamos: no es posible obtener un conocimiento racional, sistemático y organizado actuando de cualquier modo: es necesario seguir algún método, algún camino concreto que nos aproxime a esa meta<sup>56</sup>.

Severo Iglesias (1976) señala: El método es un camino, un orden, conectado directamente a la objetividad de lo que se desea estudiar.... Las demostraciones metodológicas llevan

<sup>56</sup> Carlos Sabino, *El proceso de investigación*, (1992), Publicado también por Ed. Panamericana, Bogotá, y Ed. Lumen, Buenos Aires.

siempre de por medio una afirmación relativa a las leyes del conocimiento humano en general.

Seguir una metodología ordenada nos permite obtener conocimientos científicos, es decir, conocimientos que se procura sean objetivos, sistemáticos, claros, organizados y verificables. El sujeto de esta actividad suele denominarse investigador, y a cargo de él corre el esfuerzo de desarrollar las distintas tareas que es preciso realizar para lograr un nuevo conocimiento. Los objetos de estudio son los infinitos temas y problemas que reclaman la atención del científico, que suelen agruparse y clasificarse según las distintas ciencias o especialidades existentes.

### **3.1.1 Técnica empleada:**

El diseño de la investigación tiene por objeto proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo.

#### **La ficha:**

Es una herramienta utilizada para la investigación eficiente y organizada que permite obtener datos ordenados.

Los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador. Estos datos, obtenidos directamente de la experiencia empírica, son llamados primarios, denominación que alude al hecho de que son datos de primera mano, originales, producto de la investigación en curso sin intermediación de ninguna naturaleza.<sup>57</sup>

- La recolección de los datos se los hizo mediante fichas. De cada fuente se extrajo los aspectos concretos.
- Después de analizar cada sector, se dio un orden para los medios de comunicación de acuerdo a la ubicación de las empresas ya sea dentro o fuera de la ciudad.
- Se estableció una comparación de las fichas obtenidas, se observaron los aspectos de concordancia y oposición que hubo entre cada medio, tratando de evaluar la confiabilidad de la información.

---

<sup>57</sup> Carlos Sabino, El proceso de investigación, Ed. Panapo, Caracas, 1992, 216 Págs. Publicado también por Ed. Panamericana, Bogotá, y Ed. Lumen, Buenos Aires.

- Se procedió al análisis de cada pregunta para establecer un juicio sobre lo investigado.
- Por último están las conclusiones, los puntos de vista respecto a cada parte del estudio, teniendo especial cuidado en esclarecer la problemática que previamente nos habíamos planteado en la fase inicial de la investigación y respondiendo a las preguntas iniciales.

### 3.1.2 Descripción de los medios y unidades asignadas a cada estudiante.

<b>Medios asignados</b>	<b>Sector al que pertenecen</b>	<b>Existen actualmente</b>	<b>Ubicación por Cantón</b>
Diario La Hora	Prensa	si	Loja
Matovelle	Radio	si	Loja
Satelital	Radio	si	Loja
Ecuasur	Radio	si	Calvas
Celica Súper Stereo	Radio	si	Celica
Olmedo Fm Stereo	Radio	si	Olmedo
Vilcabamba Stereo	Radio	si	Loja
Integración Fm	Radio	si	Puyango
Cariamanga	Radio	si	Calvas
Super Laser	Radio	si	Loja
Mix	Radio	si	Espíndola
Planeta FM Stereo	Radio	si	Loja
Rumba Stereo	Radio	si	Loja
Ecotel	Radio	si	Loja
Radio Ciudadana	Radio	no	Loja

Dinamita Mil	Radio	si	Catamayo
Centinela del Sur	Radio	si	Loja
Progreso	Radio	no	Loja
Ecotel Tv	Televisión	si	Loja
FODA Producciones	Productora Cinematográfica	si	Loja

Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

### 3.1.3 Variables: información general y legal, morfología de la empresa, recurso humano, productos y servicios que ofrece.

El acarreo de materiales, con la finalidad de poder armar el cuerpo del trabajo, de nuestra memoria de grado, se apoya básicamente en fichas de diferente estructura. Una de naturaleza general, con la cual se ubicó la razón social, direcciones y la naturaleza en sí de cada medio de comunicación. Esta ficha contiene 19 indicadores:

1. Nombre de la Empresa
2. Razón social
3. RUC
4. Ciudad
5. Dirección física:
6. Datos de ubicación
7. Nombre de promotores
8. Nombre de propietarios
9. Nombre de representante legal
10. Nombre de directivos
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?

12. Fecha de fundación
13. Objeto social
14. Organización social
15. Tipo de capital
16. Sector al cual pertenece
17. Morfología de la empresa
18. Recursos humanos
19. Productos y servicios que ofrece

Estos 19 indicadores varía en su requerimiento en función de la especificidad de cada medio, sea radio, televisión, redes inalámbricas, redes a base del modem, prensa escrita, productoras audiovisuales y productoras cinematográficas que, como se conoce, está empresa última surge alentadoramente en la ciudad de Loja pese a carecer de los presupuestos y recursos económicos indispensables.

#### **3.1.4 Procedimiento:**

La investigación que se llevó a cabo es conocida como descriptiva. Este estudio intentó recolectar datos referentes a cada empresa de comunicación

La información que se logró obtener fue:

- Datos generales y legales
- Morfología
- Productos y servicios.

Esta indagación permitió tener un acercamiento con la realidad de cada medio a través de la entrevista.

Para la realización de Un Mapa de Medios de Comunicación del Ecuador se distribuyó todos los medios del país según el lugar de residencia de cada estudiante miembro del proyecto en mención.

Con la asignación de 20 empresas de comunicación , se procedió al análisis de cada medio tomando en cuenta el lugar y la planificación para poder entrevistar.

La ubicación geográfica y la respuesta efectiva de los medios para fijar un día, hora y fecha determinados, fueron la clave dentro de esta investigación, pues ello permitió mayor agilidad en el proceso.

Para planificar las visitas se realizó previamente llamadas telefónicas o el envío de correos electrónicos que permitieron hacer un primer acercamiento.

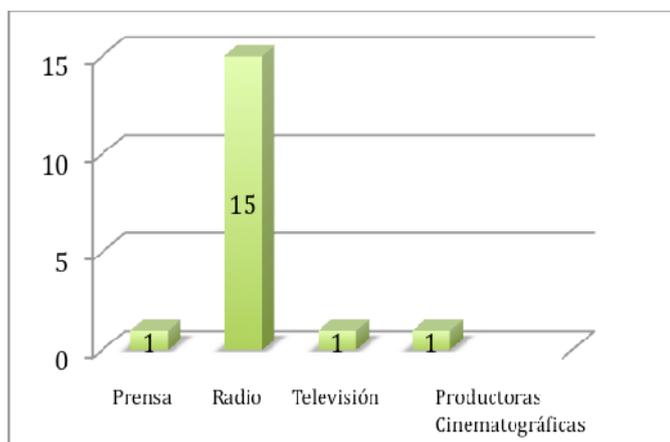
En otros casos se visitó personalmente el medio para poder explicar a cada entrevistado de que se trataba nuestro proyecto.

Durante los meses de mayo y mediados de junio se logró encuestar a todas las empresas asignadas y recabar de ellas información real.

A través del contraste de información se pudo verificar datos de ubicación por medio de consultas en la Web, páginas como la de la Superintendencia de Compañías, el Servicio de Rentas Internas (SRI) e información extraída de los mismos empleados de las empresas en cuestión que permitieron obtener datos reales y actualizados de cada organización.

### 3.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS EN CUADROS ESTADÍSTICOS

**Grafico N. 1**  
**Medios Asignados**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

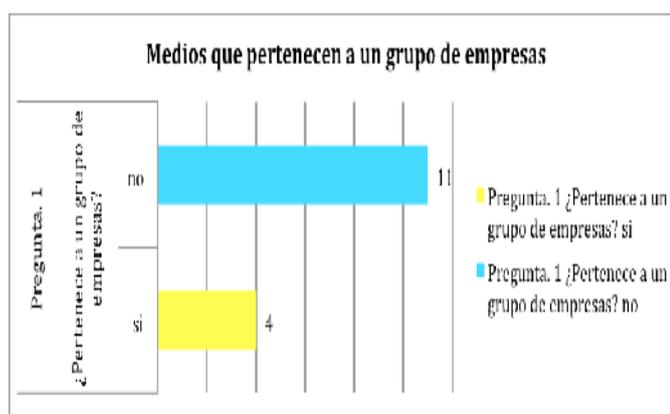
La muestra para este estudio fue de 15 radios, 1 medio del sector prensa, 1 del sector televisión y 1 dedicada a la producción cinematográfica.

### GRÁFICOS CORRESPONDIENTES AL SECTOR RADIO

#### INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL

**Gráfico N.2**

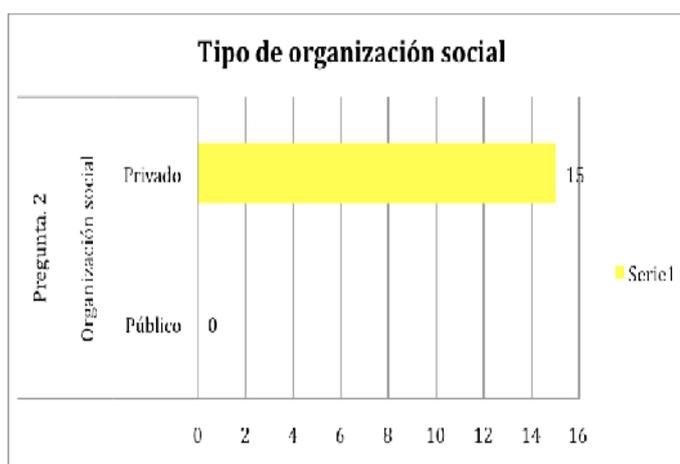
#### Empresas que pertenecen a un grupo de empresas



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

En este gráfico de un total de 15 empresas, solamente 5 que representan el 33% que pertenecen a un grupo de empresas mientras que 10 de ellas correspondientes al el 67% no pertenece a un grupo económico.

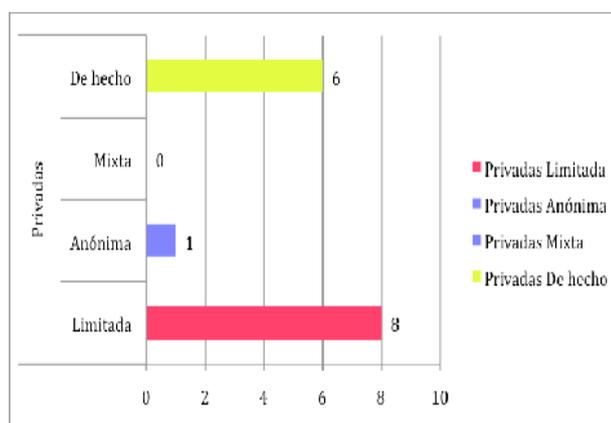
**Gráfico N. 3**  
**Tipo de organización social**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Las 15 radios son empresas privadas dedicada a los negocios cuyos dueños pueden ser organizaciones no gubernamentales.

**Gráfico N. 4**  
**Empresas privadas de qué clase**



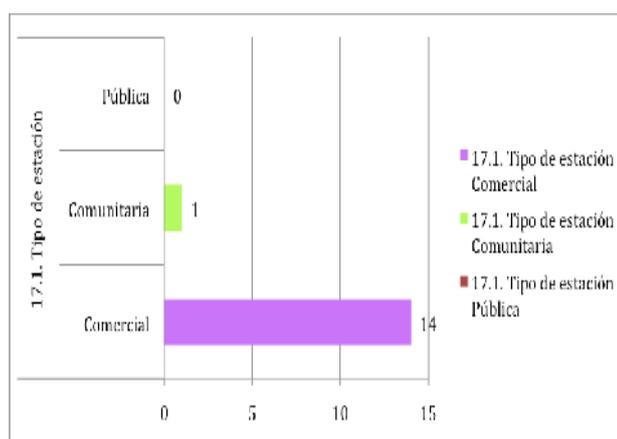
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

En esta gráfica 8 empresas son limitadas dando un valor porcentual del 53%, en anónimas existe 1 empresa que representa el 7%, no hay presencia de empresas mixtas y de derecho hay un total de 6 empresas que representan el 40%.

## MORFOLOGÍA DE LA EMPRESA

Gráfico N.5

### Tipo de estación

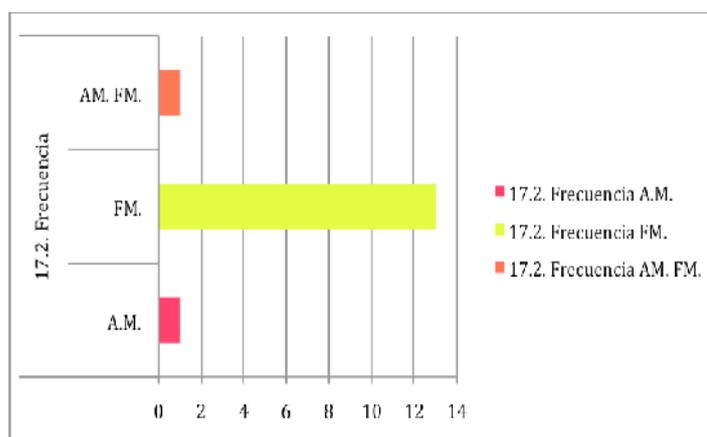


Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Las radios se pueden dividir según el tipo de estación, en la gráfica 14 radios son comerciales representando el 94%, mientras que comunitarias hay solo 1 que representa el 6%.

Gráfico N. 6

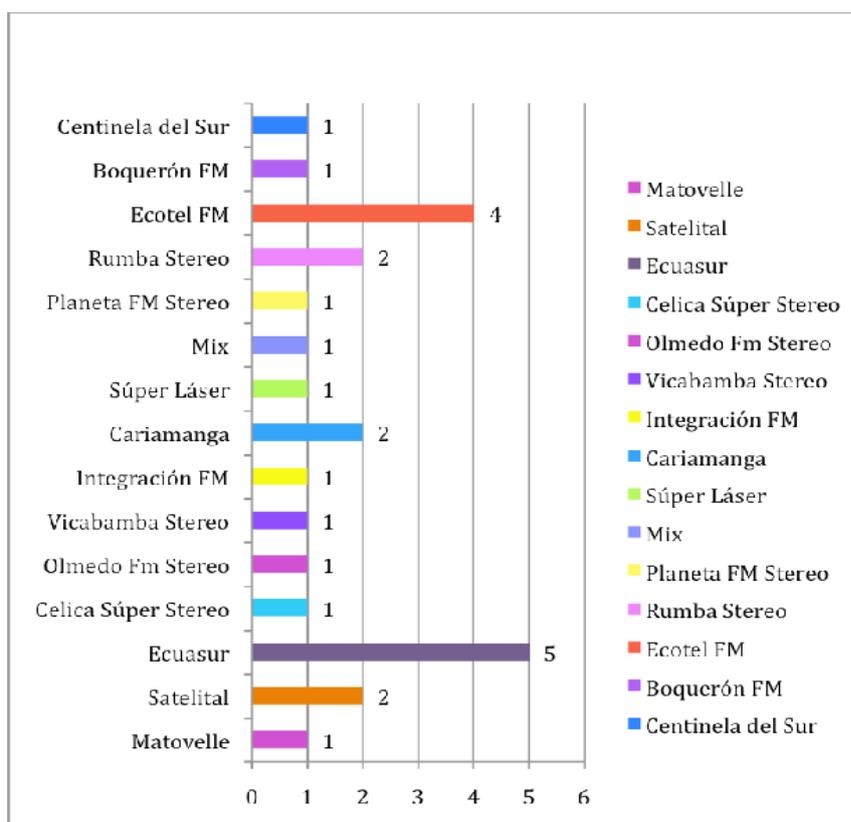
### Frecuencia



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

En la gráfica la Frecuencia Modulada (FM), tiene mayor número de emisoras radiales.

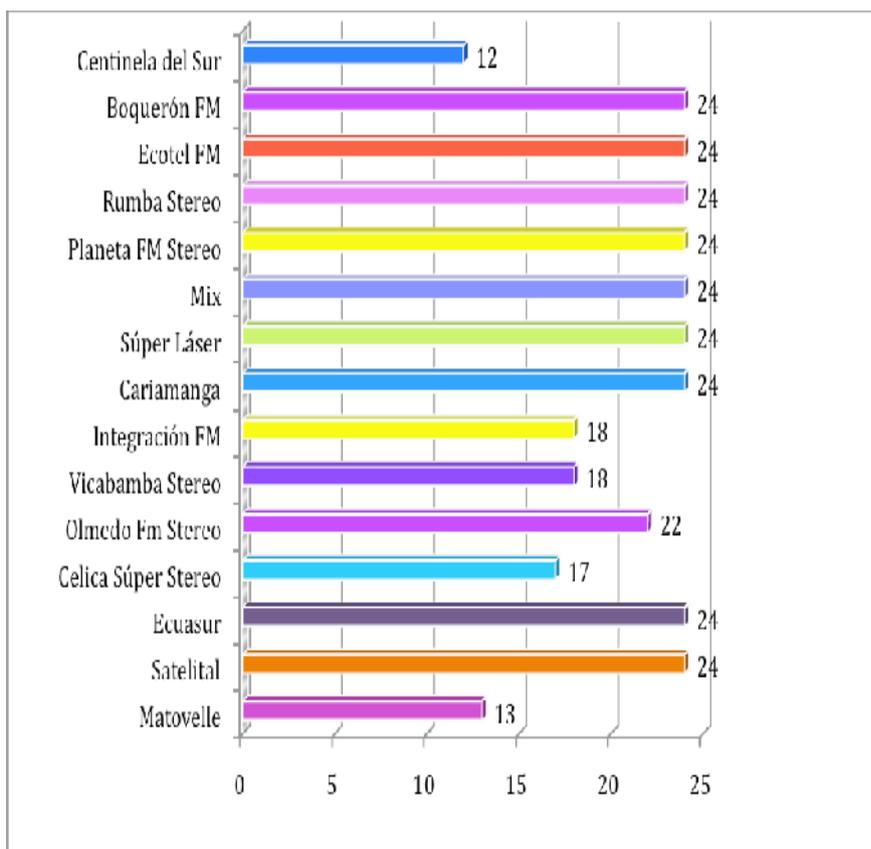
**Gráfico N. 7**  
**Número de repetidoras**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

En el gráfico N. 7 podemos identificar claramente que la mayoría de las Radios tiene una sola repetidora a excepción de Ecotel Radio, que tiene 4 repetidoras, Ecuasur FM con 5 repetidoras, Rumba Stereo con 2 repetidoras y Radio Satelital que también cuenta con 2 repetidoras.

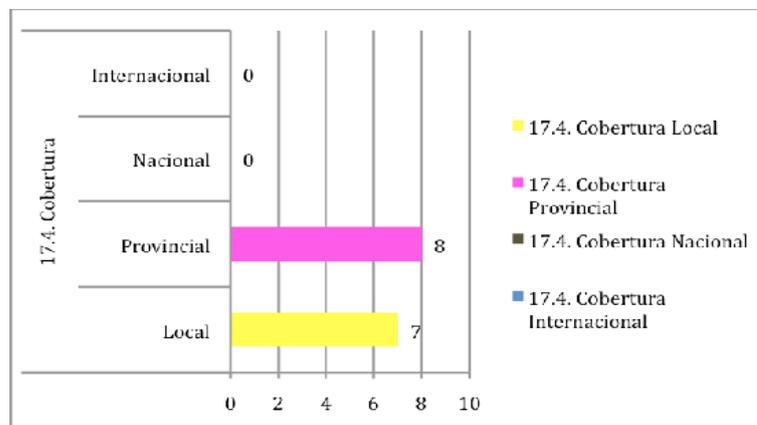
**Gráfico N. 8**  
**Horas de programación al día**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Un total de 9 radios tienen su programación durante las 24 horas, mientras que 2 radios más les siguen con un total de 18 y 17 horas y 2 radios ofrecen programación durante 12 y 13 horas. La programación según pudimos constatar se la desarrolla durante la noche a base de programas grabados y programación automática desde un computador.

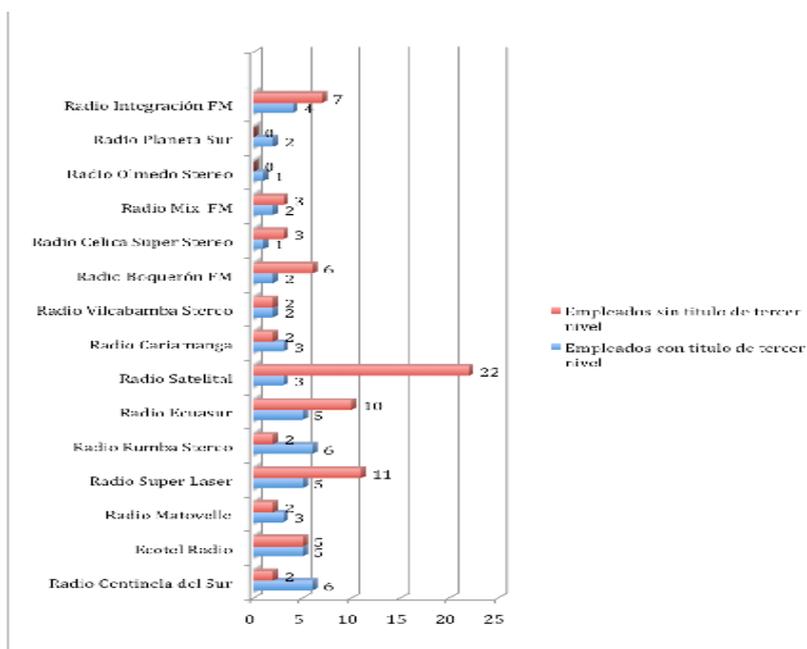
**Gráfico N. 9**  
**Cobertura**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Según la cobertura que tiene cada una de las 15 radios encuestadas, el 47% son radios locales mientras que un 53% son radios con cobertura provincial.

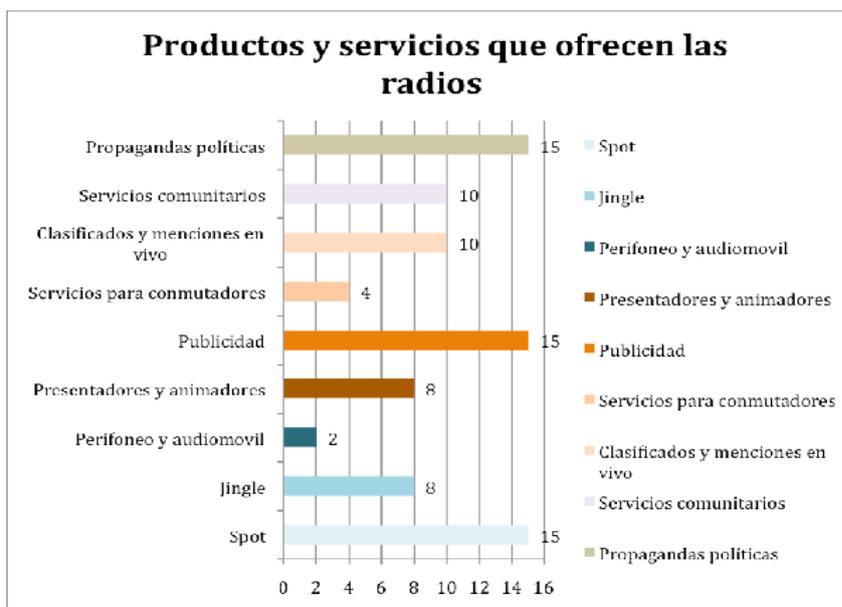
**Gráfico N. 10**  
**Empleados con título de tercer nivel**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

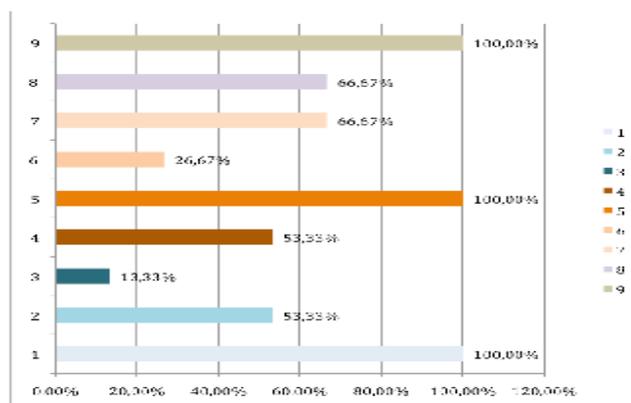
En la gráfica vemos el balance que existe entre los empleados que cuentan con un título de tercer nivel y los que aún no lo tienen. La diferencia es de un 38% que si tienen un título frente al 62% que no cuentan con un título de tercer nivel.

**Gráfico N.11**  
**Productos y servicios que ofrece la radio**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 12**  
**PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN POR PORCENTAJE**

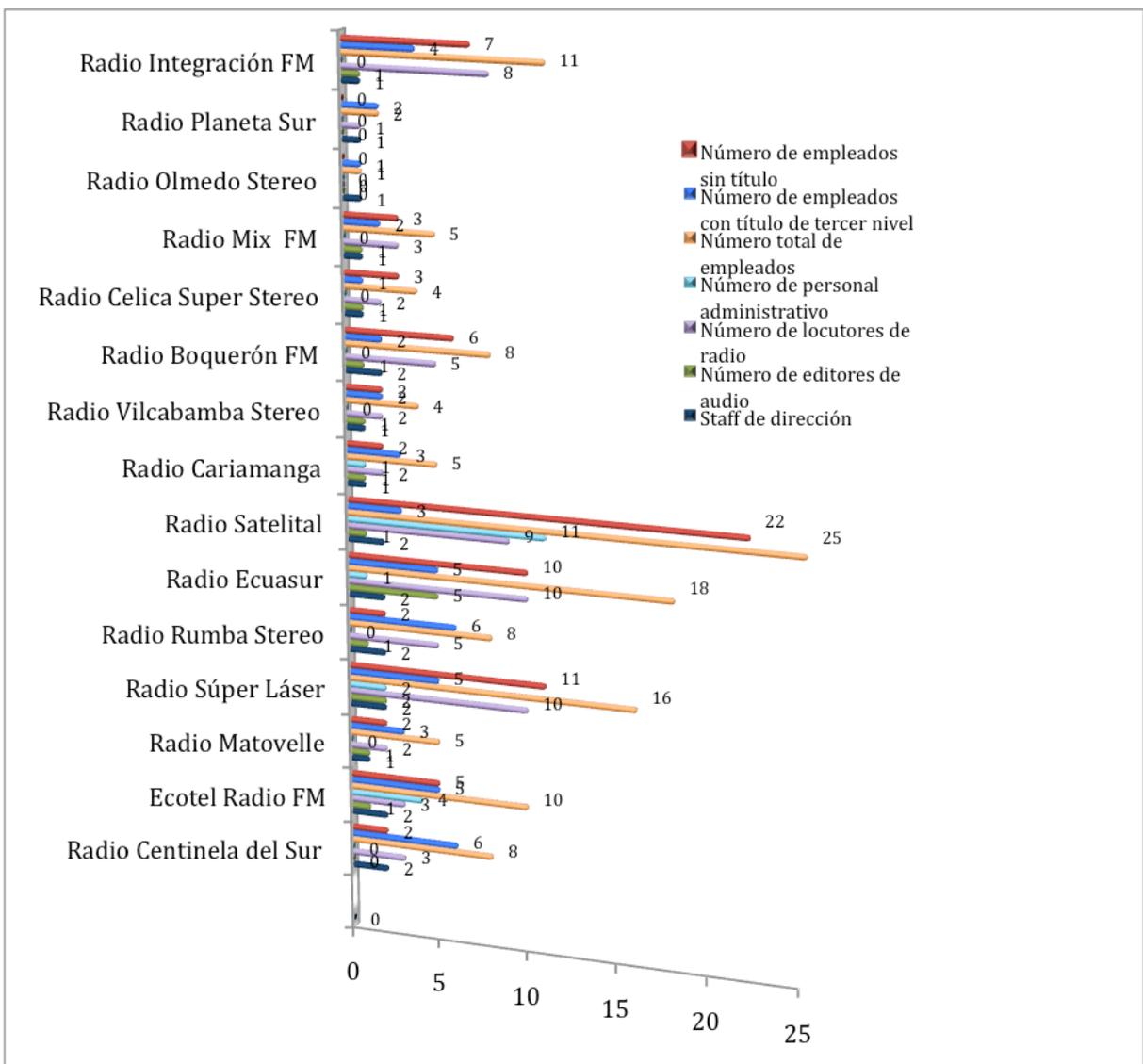


Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

En el gráfico N.10 detalla el número de radios que cuentan con servicios o productos. Un total de 15 radios ofrecen spots, 8 que ofrecen gingles, 2 prestan el servicio de perifoneo y audio móvil, 8 radios prestan el servicio de animadores y presentadores, 15 radios ofrecen publicidad, 4 de ellas dan servicio para conmutadores, 10 cuentan con clasificados y menciones en vivo, 10 de ellas dan servicio comunitario, y un total de 15 proporcionan propagandas políticas.

**Gráfico N. 13**

**Análisis de número de directores, locutores, subdirectores, y personal administrativo.**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

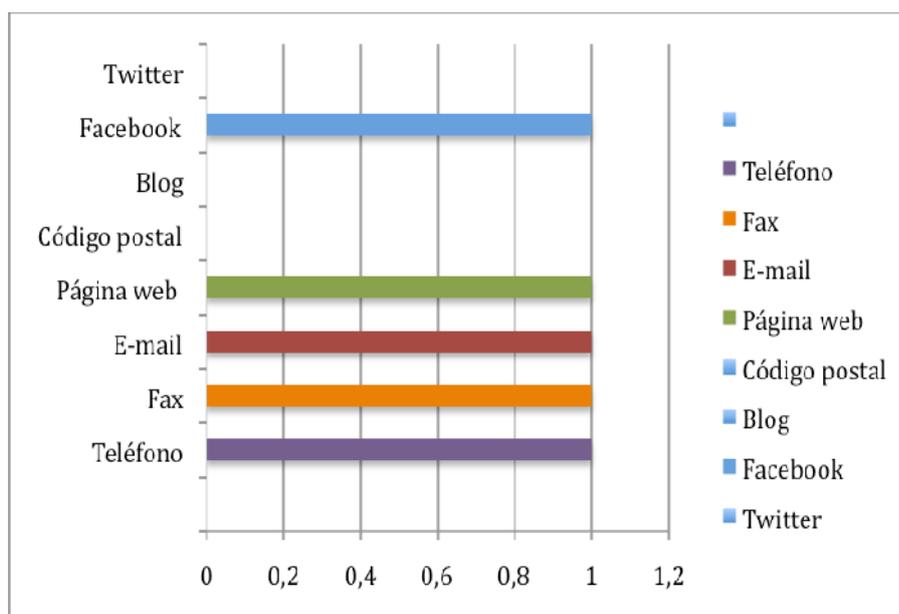
En el siguiente cuadro vemos la cantidad de personal que está distribuido en las distintas actividades que desarrolla cada radio, hay personal que se desenvuelve en dos actividades a la vez, por ejemplo hay quienes son locutores y también son directores de la radio, para estos casos se ha tomado en cuenta el rango más alto para que los datos representados sean lo más cercano a la realidad.

## CUADROS CORRESPONDIENTES AL SECTOR TELEVISIÓN ÚNICA EMPRESA ASIGANDA

### ECOTEL TV

#### Gráfico N.14

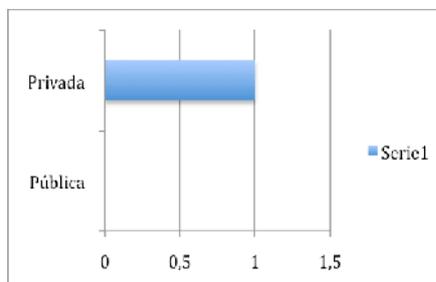
#### Medios de contacto



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Ecotel Tv, tiene hasta el momento Teléfono, Fax, E-mail, Página Web y Facebook.

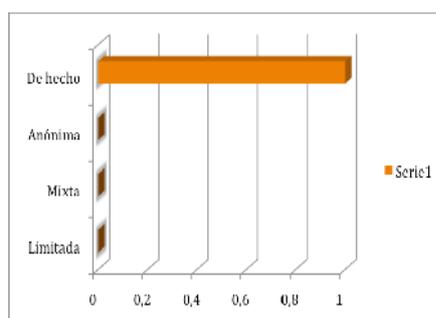
**Gráfico N. 15**  
**Tipo de empresa**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Ecotel Tv es una empresa Privada.

**Gráfico N. 16**  
**De que clase?**

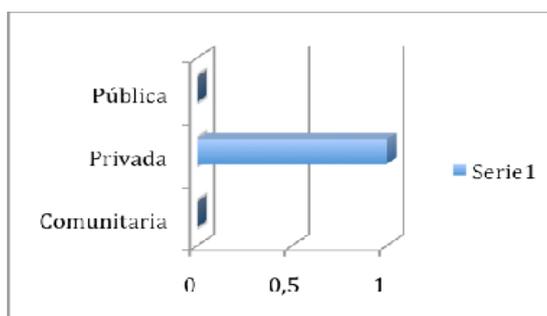


Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Es una empresa privada de hecho, con capitales Privados.

**Gráfico N. 17**  
**MORFOLOGÍA DE LA EMPRESA**

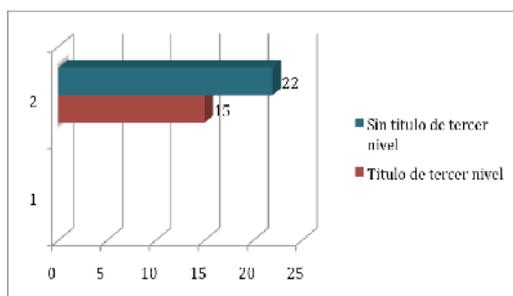
**Tipo de estación**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

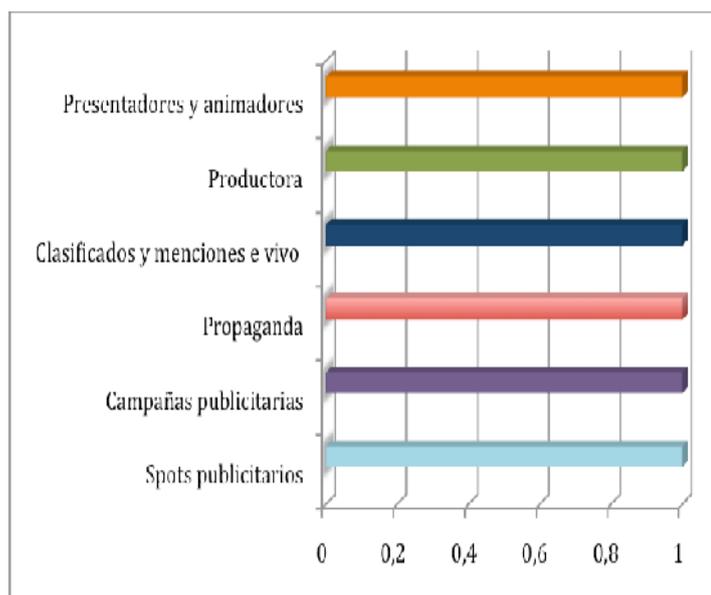
Ecotel Tv es una estación Privada, cuenta con dos repetidoras, y su cobertura es provincial.

**Gráfico N. 18**  
**Empleados con título de tercer nivel**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 19**  
**productos y servicios que ofrece**

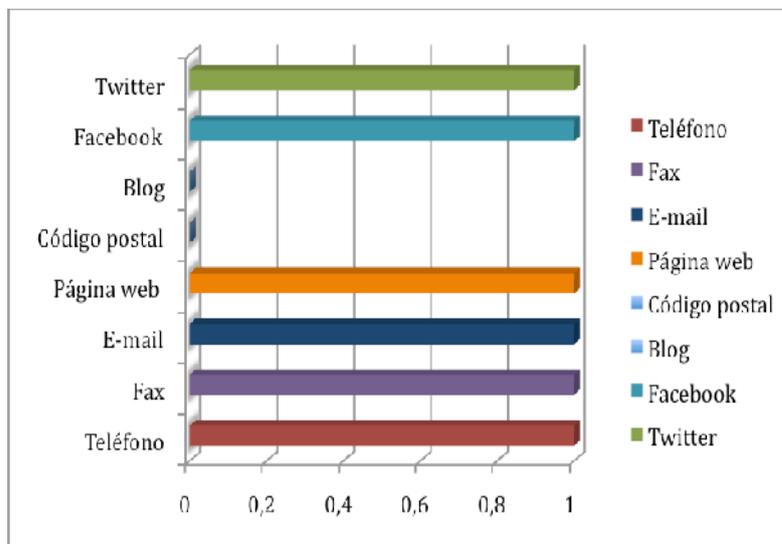


Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

Ecotel Tv ofrece una gama completa de productos y servicios.

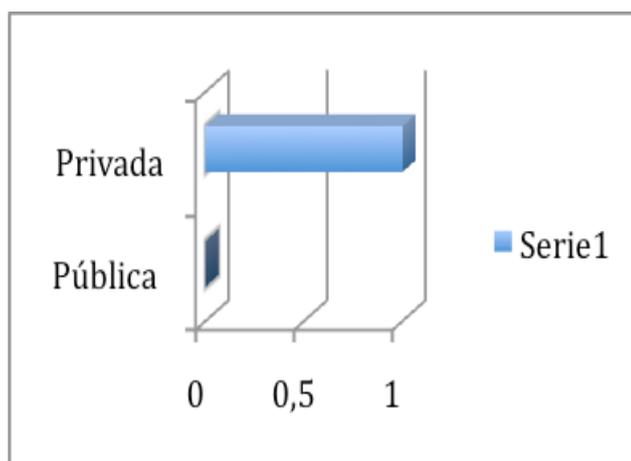
**CUADROS CORRESPONDIENTES AL SECTOR PRENSA  
ÚNICA EMPRESA ASIGNADA DIARIO LA HORA**

**Gráfico N. 20  
Medios de contacto**



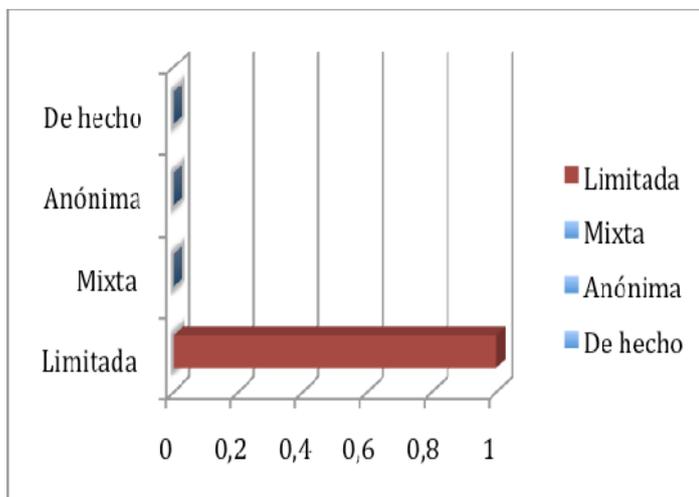
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 21  
ORGANIZACIÓN SOCIAL**



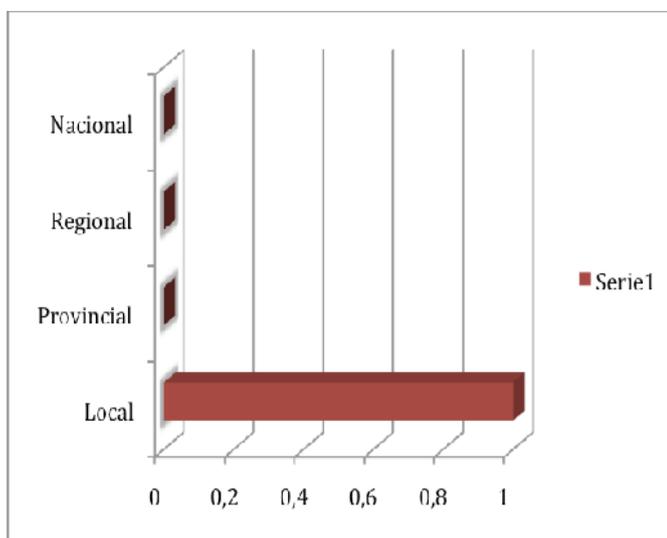
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 22**  
**De qué clase?**



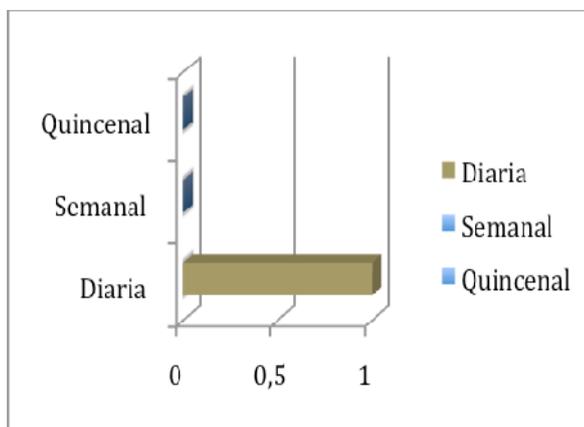
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 23**  
**Cobertura del periódico**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

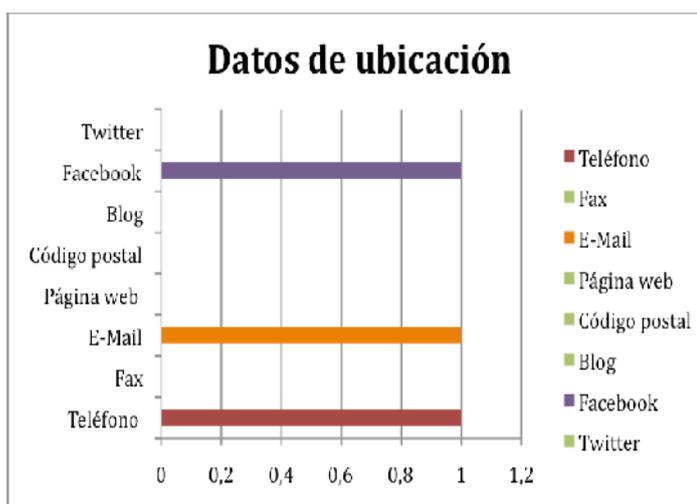
**Gráfico N. 24**  
**Frecuencia de circulación**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

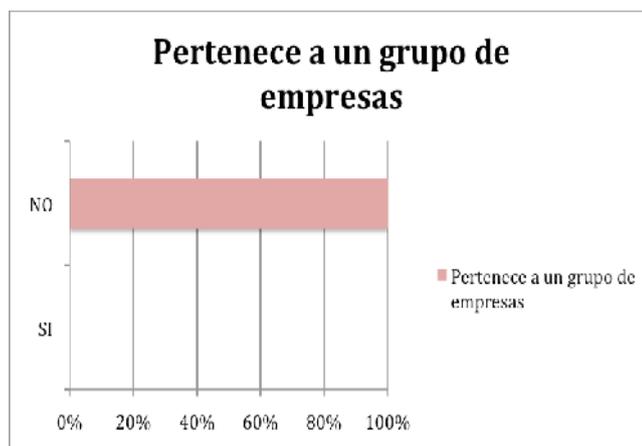
**CUADROS CORRESPONDIENTES AL SECTOR DE PRODUCTORAS  
CINEMATOGRÁFICAS  
ÚNICA EMPRESA ASIGNADA  
FODA PRODUCCIONES**

**Gráfico N.25**  
**Datos de ubicación**



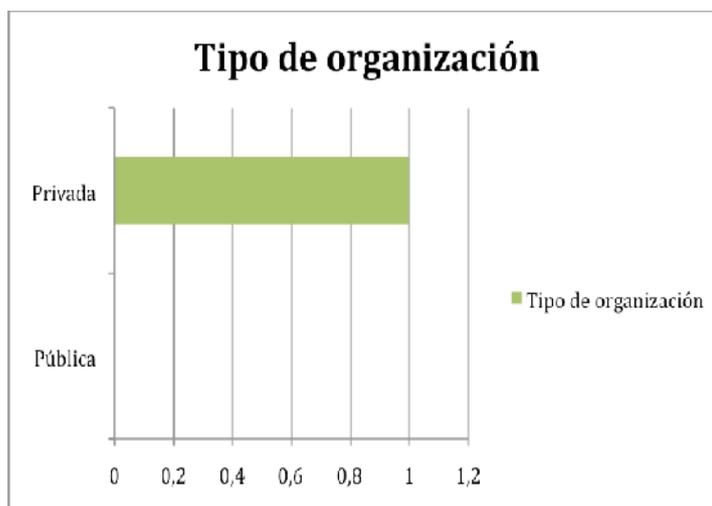
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 26**  
**La empresa pertenece a un grupo de empresas**



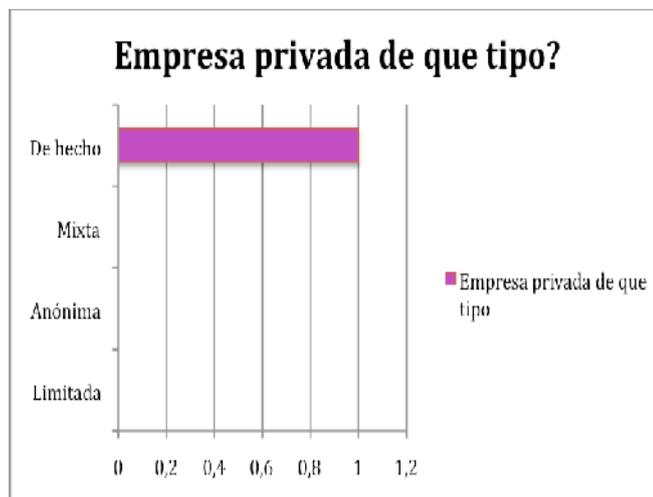
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 27**  
**Tipo de organización**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

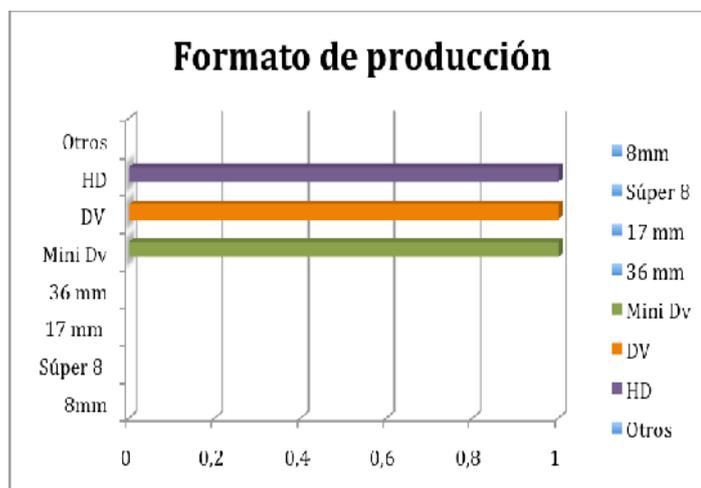
**Gráfico N. 28**  
**Empresa privada de que tipo?**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

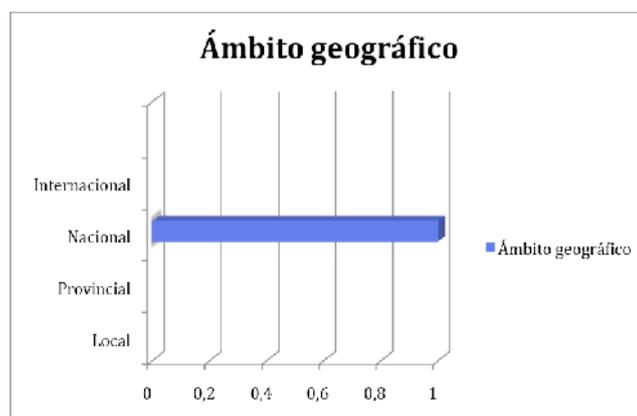
## MORFOLOGÍA DE LA EMPRESA

**Gráfico N. 29**  
**Formato de producción**



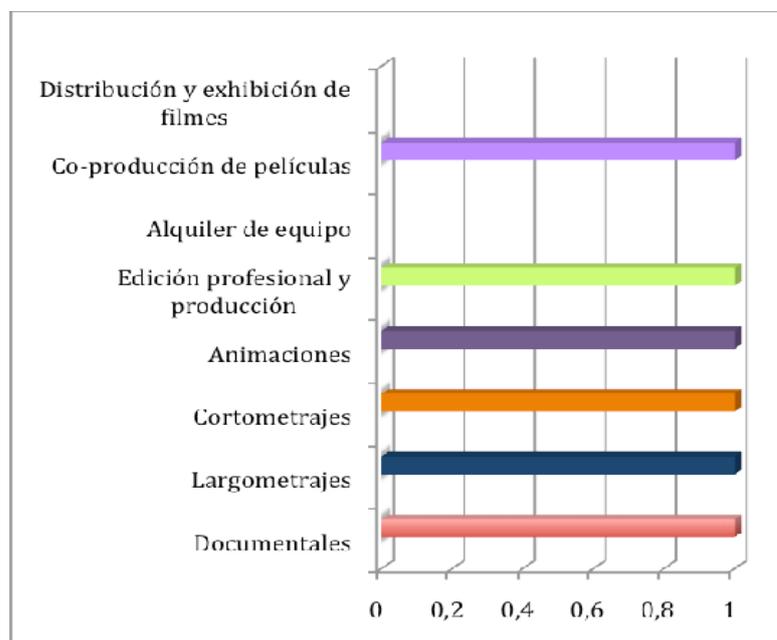
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 30**  
**Ámbito geográfico**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 31**  
**Productos y servicios que ofrece**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

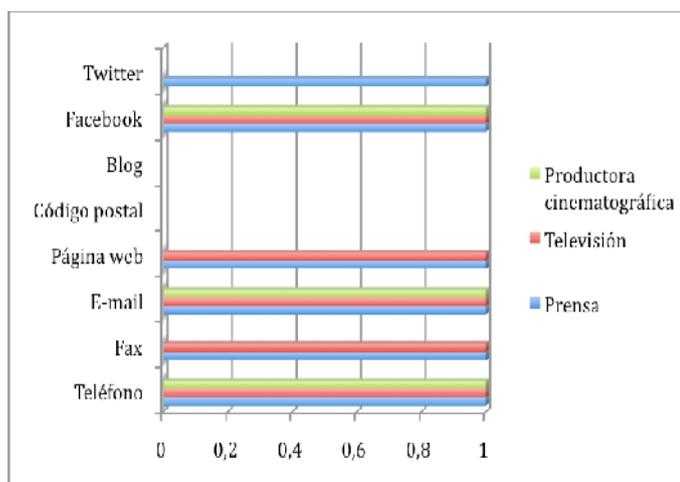
### 3.3 PRESENTACIÓN DE CRUCES DE INFORMACIÓN EN CUADROS ESTADÍSTICOS

#### Información general y legal

Para hacer el cruce de información utilice las tres empresas de los distintos sectores: Prensa, televisión y productora cinematográfica.

**Gráfico N. 32**

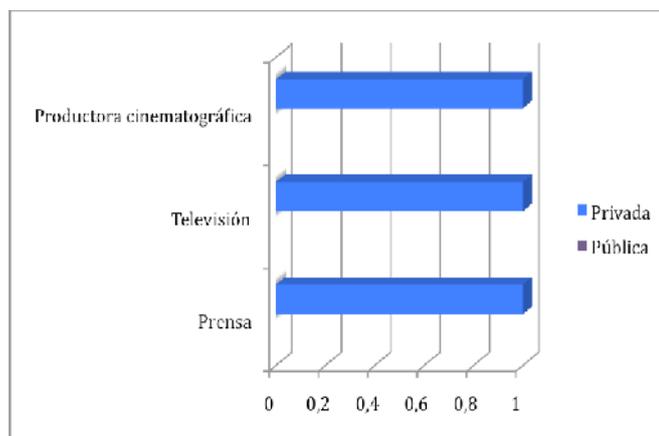
#### Datos de ubicación



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

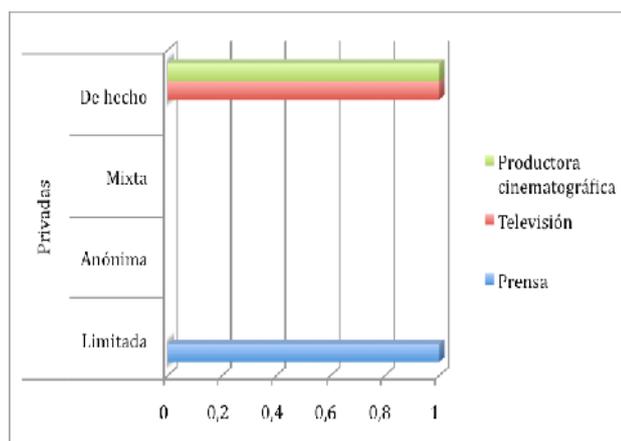
**Gráfico N. 33**

#### Organización social



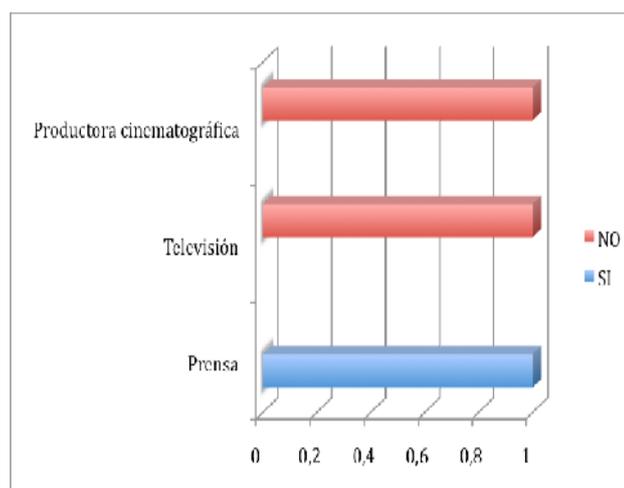
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 34**  
**Tipo de capital**



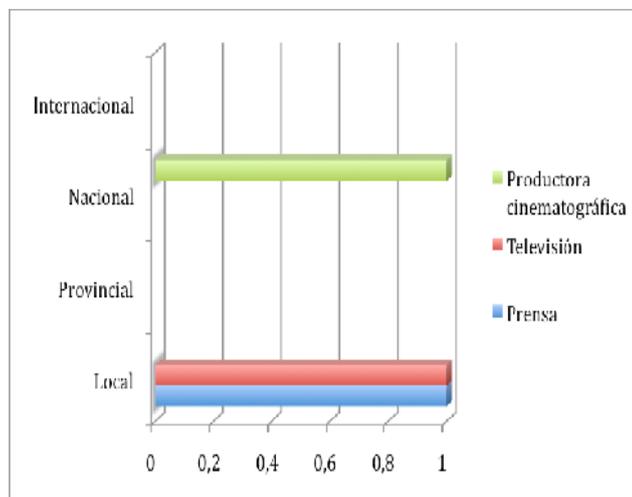
Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N. 35**  
**Pertenece a un grupo de empresas**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

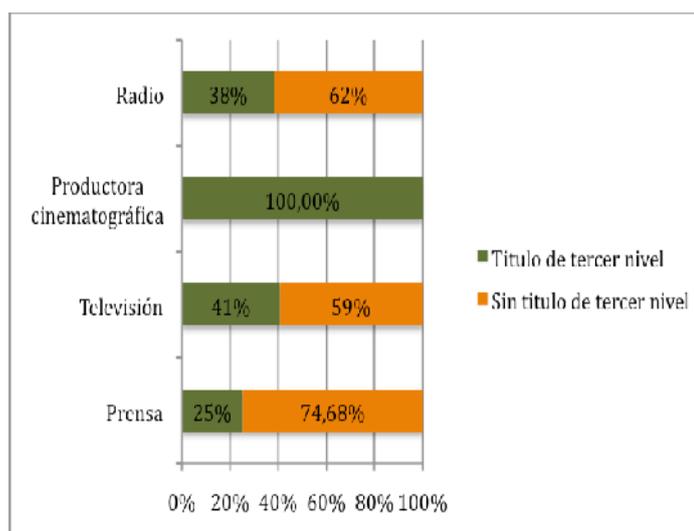
**Gráfico N. 36**  
**Cobertura**



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

**Gráfico N.37**  
**Empleados con un título de tercer nivel**

Cruce de información con todos los sectores entrevistados:



Fuente: Elaboración de S. V. Castillo

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS**

Para la presente investigación se tomó en cuenta los siguientes sectores:

- **Empresas de Comunicación:**
  - 1 Productora Cinematográfica.
  
- **Medios de Comunicación**
  - 15 Radios
  - 1 medio impreso
  - 1 medio televisivo

De un total de 18 empresas existentes actualmente se pudo extraer información indispensable para la elaboración del mapa de medios de comunicación del Ecuador.

#### **4.1 Análisis individual de resultados de las empresas y medios de comunicación investigados**

Con las fichas aplicadas a las empresas periodísticas, pudimos acercarnos hacia las realidades del periodismo ecuatoriano, cual es su verdadero trabajo, conocer las instalaciones que tienen los medios de comunicación, ser receptivos frente a cualquier detalle que en la ficha no consta, ser analíticos con los datos proporcionados y averiguar a través de varias herramientas como la web, información que no fue proporcionada por los entrevistados.

A continuación un breve análisis de cada empresa.

#### **Sector Radio**

##### **Radio Matovelle**

Radio Matovelle pertenece al grupo de Misioneros Oblatos del Ecuador, tiene al aire veinte años, con dos frecuencias 720 AM y 100.1 en FM, su misión es llegar a la comunidad con un mensaje cristiano, apoyado en actividades cotidianas como el deporte, la música e información para el oyente.

Radio Matovelle actualmente está dirigida por Víctor Hugo Macas Gonzáles, tiene 13 horas de programación diarias y posee una repetidora, su cobertura es local y es una estación comercial.

Al momento que se realizó esta entrevista , pude evidenciar que en esta radio se cobra cierto valor por un Servicio Social.

### **Radio Centinela del Sur**

Radio Centinela del Sur fue una de las primeras radios de Loja, tuvo en sus inicios grandes precursores como José Coronel Illescas (+) quien fue uno de los grandes personajes de la radiodifusión en Loja.

Radio Centinela del Sur tiene su señal en AM 12.10, aunque sus propietarios también administran Radio “La Hechicera” 88.9 en FM.

### **Ecotel Radio**

Ecotel Radio hizo su primera emisión radiofónica en el año 2009, en la actualidad cuenta con 2 repetidoras, programación dedicada a las noticias y el deporte, con microinformativos a cada hora.

Esta radio también tiene su señal en el internet a través de [www.ecotel.fm](http://www.ecotel.fm).

Sus propietarios Erdwin Cueva y Ramiro Cueva también fundaron hace 14 años 1 canal de televisión con el mismo nombre. Ecotel Radio funciona en el segundo piso de la casa de Cristóbal Cueva (Padre de los Hnos. Cueva) casa en donde también funciona Ecotel TV.

### **Radio Súper Láser Panamericana**

Súper Láser es una radio local con gran aceptación en la población lojana según manifestó su propietario el Lic. Gonzalo Ojeda.

Súper Láser inició sus actividades el 17 de junio de 1992, en la actualidad también cuenta con un espacio interactivo en la web a través de [www.superlaserfm.com.ec](http://www.superlaserfm.com.ec).

Su programación está dirigida a un público joven y adulto contemporáneo; informan, entretienen e interactúan con la comunidad.

Súper Láser es una empresa familiar:

En la Dirección financiera: Mirtha Valarezo esposa de Gonzalo Ojeda.

Dirección Ejecutiva: Álvaro Ojeda Valarezo hijo de Gonzalo Ojeda.

Con programación las 24 horas al día Súper Láser tiene contenidos variados, con locutores jóvenes que le brindan a la radio modernidad y trascendencia.

### **Radio Rumba Stereo**

Esta estación hizo sus primeras emisiones en el año 2006, actualmente se encuentra en las calles Manuel José Aguirre y Venezuela 13-76.

Su fundador y propietario es el Ing. Marlon Mejía. En esta empresa trabaja su hermana la Ing. Lisbeth Mejía quien labora en el departamento administrativo como representante legal de la emisora.

Radio Rumba se define como la radio sonera mayor para Loja y su provincia con música, noticias, cultura, deportes y entretenimiento. Es una radio privada con capital autorizado, su señal es 106.9 en FM y cuenta con 2 repetidoras para llegar a Loja y la Provincia.

Cecilia Macas secretaria de Radio Rumba manifestó que la estación tiene una programación destinada a la gente que labora en vehículos, para quienes trabajan en industrias y oficinas, su programación ofrece a sus oyentes ánimo y entretenimiento musical las 24 horas del día.

### **Radio Ecuasur**

Radio Ecuasur funciona en Cariamanga en la calles Eloy Alfaro y Padre Esteban y en la ciudad de Loja con una oficina ubicada en las calles José Antonio Eguiguren y 18 de Noviembre.

Radio Ecuasur se fundó en el año 1997, su propietario y fundador es el Dr. Javier Cabrera Mena.

Radio Ecuasur tiene su frecuencia en 102.1 FM.

### **Radio Satelital**

Radio Satelital forma parte del grupo empresarial Calva y Calva, quienes manejan firmas dedicadas a la distribución de productos de primera necesidad.

Radio Satelital ofrece su programación las 24 horas, cuenta con 2 repetidoras y en ella laboran 25 personas dedicadas a la locución, dirección y administración.

Su producto de mayor demanda es la publicidad, aunque también ofrecen servicios sociales para la comunidad.

Radio Satelital funcionaba anteriormente en el cantón Macará, su señal llega hasta los pueblos cercanos de Perú; actualmente tiene sus oficinas en Loja en la Av. Manuel Agustín

Aguirre y Azuay.

Sus propietarios y fundadores son: Martín Calva, Mario Calva, Patricio Salinas y Ramón Calva.

Radio Satelital inició sus funciones en octubre del 2002.

### **Radio Cariamanga**

Con su lema "Ser líderes en comunicación en el sur del país" inicia sus funciones Radio Cariamanga el 24 de julio de 1983, su fundador el Dr. Jorge Montero maneja un además un canal de televisión TVSur y la Escuela Superior Politécnica Ecológica "Servio Tulio Montero Ludeña" de la ciudad de Cariamanga.

Radio Cariamanga pertenece al grupo empresarial MOBER S.A. En la actualidad funciona en las Colinas de San Juan de Cariamanga, cuenta con 2 repetidoras y ofrece programación las 24 horas del día.

Entre los productos y servicios que ofrece podemos mencionar la publicidad, menciones en vivo y propagandas políticas.

### **Vilcabamba Stereo**

Vilcabamba Stereo funciona en la parroquia de Vilcabamba en la calle Bolívar, el acceso a la radio no es directa, no existe señalización, funciona en una casa ubicada a varios metros de la calle Bolívar, ingresando por un camino de tierra.

En la radio nos recibió Oscar Santín hijo del propietario el Sr. Oliberto Santín, quien nos comento sobre la actividad periodística de la radio.

La radio tiene su dial en 102.5 FM, su cobertura es local y ofrece una programación de 18 horas al día. Entre sus colaboradores están varios estudiantes universitarios de la Universidad Nacional de Loja, quienes trabajan en los espacios que ofrece la radio a la comunidad.

Vilcabamba Stereo Inicio sus actividades el 3 de mayo de 2004.

### **Radio Boquerón**

Esta radio funciona en la ciudad de Catamayo, tiene su dial en 93.7 FM. Boquerón Stereo antes llamada Dinamita Mil cuenta en la actualidad con 2 repetidoras su cobertura es local y posee una programación completa de 24 horas al día.

Jonathan Castillo trabaja como locutor y nos cuenta que la radio inició su labores en mayo del año 2000, su programación es variada y destinada a informar a la colectividad de Catamayo sobre los sucesos más importantes.

En Radio Boquerón trabajan actualmente 8 personas dedicadas a la administración, dirección y locución.

### **Radio Celica Súper Stereo**

Llegamos al cantón Celica para visitar Radio Celica Súper Stereo ubicada en las calles García Moreno y Promotor de Educación.

Radio Celica es una empresa privada de carácter comercial, inicio sus actividades en julio del 2004, su representante es Fausto René Sánchez,. A través de su única repetidora llega al público local con una programación de 18 horas diarias que están destinadas a cubrir las noticias de Celica y sus alrededores, con servicios sociales y menciones en vivo.

### **Radio Mix FM**

Radio Mix FM funciona en Amaluza cabecera cantonal de Espíndola, ubicada en la región sur oriental de la provincia de Loja.

Radio Mix ofrece su programación las 24 horas, tiene su dial en 105.7 FM, cuenta con una repetidora que le permite llegar a las 7 parroquias; una urbana que es la cabecera cantonal Amaluza y seis parroquias rurales que son: el Ingenio, Jimbura, 27 de Abril, Bellavista, Santa Teresita y el Airo.

Su propietario el Sr. Wuilman Tillaguango nos comentó que a través de la radio se ayuda al desarrollo económico y comunicacional de Espíndola. La radio ha sido testigo de varios acontecimientos del Cantón, ofreciendo a sus oyentes programas culturales e informativos los siete días de la semana.

### **Radio Olmedo**

Radio Olmedo es una radio local de tipo comercial que cuenta con una repetidora y una programación de 22 horas diarias, controlada desde la ciudad de Loja Radio Olmedo ofrece a sus oyentes información, servicios comunitarios y música.

Tiene como fundadores y promotores a Raúl Armijos, Leonidas Armijos y Franklin Armijos. Radio Olmedo no pertenece a ningún grupo empresarial, su misión es contribuir al desarrollo local a través de la comunicación social y rescatar la cultura olvidada. Su producto más demandado es la publicidad.

### **Radio Planeta Sur**

Radio Planeta Sur, pertenece a la Corporación Vivanco, funciona en Loja en la calle Imbabura 15- 84 y 18 de Noviembre en el mismo edificio de Diario La Hora.

Planeta Sur cuenta con una repetidora, su programación esta a disposición las 24 horas del día y está dirigida a un público adulto que le gusta la buena música, su producto más demandado es la publicidad.

Mariangel Carpio, secretaria de la radio nos comenta que aunque Planeta Sur es eminentemente musical, también cuenta con servicios comunitarios e información eficiente a la comunidad.

### **Radio Integración**

Radio Integración está ubicada en Alamor en la cabecera cantonal de Puyango en las calles 10 de agosto y Sucre, su cobertura es provincial a través de 103.3 en FM con una programación de 8 horas diarias.

Radio Integración es una radio comunitaria que cuenta con la ayuda del Municipio de Puyango. En este medio laboran 11 personas dedicadas a la dirección administración y locución. Su producto más demandado son los comunicados, es una de las pocas radios que ofrecen radio novelas.

## **Sector Prensa**

### **Diario La Hora**

Diario la Hora nos recibió agradablemente en sus instalaciones, Cecilia Correa fue quien nos ayudo con la entrevista, ella forma parte de el área directiva de esta empresa.

Diario la Hora es un periódico regional con sede en Loja, ubicado en las calles Imbabura 15-84 y 18 de Noviembre. La empresa consta en el Servicio de Rentas Internas SRI como EDILOJA Compañía Limitada, su número de RUC es 1190082152001. Diario La Hora es un medio privado con capital suscrito, pertenece a un grupo de empresas denominado Grupo Diario La Hora.

Sus fundadores y propietarios son: Dr. Luis Eduardo Vivanco, Dr. Francisco Vivanco y el Ing. Ramiro Palacios.

Su representante legal es: Dr. Luis Eduardo Vivanco

Actualmente cuenta con el Ing. Ramiro Palacios como presidente, y el Dr. Luis Eduardo Vivanco como Gerente.

Diario La Hora Loja fue fundado el 14 de julio de 1997, con el objeto de editar Diario La Sora desde esta localidad.

La Hora tiene un formato Tabloide a full color, la frecuencia de circulación es diaria, tiene de 13 a 16 secciones, entre ellas se puede destacar los temas político, social, económico, deportes, opinión, actualidad, educación, mundo, ciencia, clasificados y judiciales.

La hora se edita con 42 páginas regularmente, posee 3 cuadernos: Sección A: Información Local, Sección B: Información Nacional y Sección C: Servicios Sociales y Clasificados; además presenta 3 suplementos: Artes: Dedicada a la cultura y las expresiones artísticas, Gente: Trata temas de actualidad y sociales y Just Today: Una revista educativa en inglés y español para niños.

La Hora Loja también ha colaborado en años anteriores con la publicación de libros con autores locales.

La Hora Loja cuenta con un total de 79 empleados, entre los que se destacan 3 directores, 5 subdirectores, 2 editores , 8 redactores, 2 fotógrafos, 3 diseñadores e ilustradores, 12 corresponsales, 12 vendedores de publicidad, 10 personas en personal administrativo; en donde su mayoría se encuentran realizando su profesionalización para la obtención de un título de tercer nivel.

La Hora Loja Ofrece: publicidad, publireportajes, clasificados, servicio de diseño gráfico, sociales, publicaciones externas, Insertos. Entre sus productos más demandados están los Judiciales. Clasificados y la Publicidad de Marcas.

## **Sector Televisión**

### **Ecotel TV**

Ecotel TV está liderado por el Lic. Ramiro Cueva, empresario y comunicador que inició sus labores en Telecentro (Actual TC Televisión), cuenta con más de veinte años en el ejercicio informativo.

Esta empresa periodísticas es una de las pioneras en lo que a televisión se refiere, tienen varios corresponsales en la provincia, lo que le permite establecer un vínculo de cercanía con la ciudadanía.

A pesar de ser un canal local su cobertura es amplia con información de índole nacional, con un corresponsal en Quito e internacional con corresponsales en las principales ciudades del mundo.

## **Sector Productoras Audiovisuales**

### **FODA Producciones**

José Paúl Morerira propietario y fundador de FODA Producciones nos recibió en su casa para hablarnos de la trayectoria que ha tenido con su productora.

Entre los trabajos que ha desarrollado están: Made In Ecuador un cortometraje producido en Quito, Mercedes de Jesús Molina un documental sobre la vida de este personaje religioso del país, Atrapan al Santo, largometraje cómico que se rodó en la ciudad de Loja con la participación en su mayoría de actores de la localidad y “Saraguros historia con sangre Inca”, largometraje que cuenta la historia y costumbres de esta nacionalidad indígena. Fue rodado en el cantón de Saraguro en el año 2009 y 2010. Contó con la participación de actores reconocidos de Loja como es el caso de José Gómez quien también actuó en la primera producción de Moreira en Loja.

En la actualidad trabaja en un documental sobre la Virgen de El Cisne en donde trabajan 18 personas dedicadas al la ejecución de este proyecto que cuenta con el apoyo económico del Ministerio de Cultura.

## **4.2 ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS DE LAS ÁREAS INVESTIGADAS EN LOS MEDIOS Y EMPRESAS DE COMUNICACIÓN**

### **Organización Social**

Después de efectuar el trabajo de investigación se pudo determinar que de un total de 20 empresas asignadas, 2 de ellas pertenecientes al sector radio ya no existen en la actualidad, diez radios que representan el 67% son privadas, mientras que cinco radios equivalente al 33% son radios públicas.

Si nos referimos al sector Prensa podemos decir que Diario la Hora que fue el único medio asignado es una organización privada.

En lo que a televisión se refiere Ecotel TV es una organización privada.

La productora audiovisual FODA producciones es una empresa privada.

### **Cobertura**

La cobertura que cada sector dispone para poder llegar con su señal es la siguiente:

En el sector Radio de un total de 15 radios entrevistadas el 47% equivalente a 7 emisoras disponen de cobertura local mientras que el 53% equivalente a 8 emisoras son de alcance provincial.

En el sector prensa observamos que Diario la Hora posee una cobertura regional.

En el sector televisión Ecotel TV trabaja con una cobertura local y en sector de productoras cinematográficas FODA producciones tiene una cobertura nacional.

### **Empleados con título de tercer nivel**

Los resultados de la investigación en las empresas y medios asignados, indican que en Radio, existe un 38% de personal con título de tercer nivel mientras que un 62% de empleados que no poseen un título de tercer nivel

En el sector televisión de un total de 37 personas, 15 cuentan con un título de tercer nivel equivalente al 40% mientras que 22 de los empleados que representan el 60% no poseen un título de tercer nivel.

En el sector prensa de un total de 79 empleados solo 20 equivalente al 30 % poseen un título de tercer nivel, mientras que 59 de ellos que representan el 70% no cuentan con un título de tercer nivel.

En la productora cinematográfica existe la presencia de 1 sola persona que si cuenta con un título de tercer nivel.

### **Productos y servicios**

Los servicios y productos que presentan las empresas de comunicación tienen relación directa con el ámbito comercial; spots, gingles, menciones, clasificados y productos audiovisuales son parte de las estrategias comunicacionales.

En el sector radio notamos que los productos más demandados tienen que ver con la publicidad aunque también existe el servicio social. El producto más demandado es la publicidad a través de spots, gingles, menciones en vivo y propagandas políticas.

En el sector prensa los productos que se ofertan son destinados a la publicidad con anuncios y clasificados; pero también ofrece un espacio destinado a publicaciones judiciales y otro dedicado al acontecer social y cultural de la ciudad y provincia de Loja.

En el sector televisión el panorama es claro su mayor fuente de ingreso es la venta de publicidad a través de spots, menciones en vivo y propagandas políticas que se fusionan con los distintos productos audiovisuales que ofrece el medio.

La productora cinematográfica FODA producciones ofrece productos audiovisuales como el documental, el largometraje, las animaciones, la edición de videos. Esta empresa también trabaja en la distribución y exposición de Filmes de cine y DVD.

## CONCLUSIONES

- La creciente influencia de la comunicación y las nuevas tecnologías de la información en Ecuador son notorias. Sin embargo, no podemos olvidar el control de los grupos económicos sobre los medios, la presencia del estado en 16 empresas informativas durante el desarrollo de este trabajo, la progresiva transformación de la información en mercancía que amenaza a los derechos de libertad de expresión y de prensa.

Requerimos una comunicación que respete las opiniones de los distintos sectores, que haya valoración de la diversidad de raza, género, origen y cultura; que todas las voces tengan su espacio en los medios.

Las nuevas tecnologías deben estar guiadas a derribar la brecha existente entre los ciudadanos y los medios, pues cada persona debe comenzar a desarrollar la comunicación, dando a conocer los hechos que suceden en su entorno.

- Queremos hablar también del periodista social, que deja de lado los temas tradicionales de los medios y se inclina hacia un cubrimiento de la noticia desde los ciudadanos, permitiendo que estos tengan su propia historia y que esta pueda ser conocida a través de la televisión, la radio o la prensa.
- La información expuesta en este proyecto investigativo, nos permitió distinguir la realidad presente en los distintos sectores de la comunicación. La misión de Informar, formar y entretener fue una constatación en cada medio de comunicación entrevistado, quienes cada vez más se alejan de su objetivo inicial, dejando de lado su deber, dan más importancia a lo comercial. Ahora a pesar de existir normas éticas y reguladoras no es elemental ser comunicador para tener o formar parte de un medio de información, basta con saber manejar bien una empresa o vender apropiadamente los productos que cada medio oferta.

Las personas que trabajan dentro de una empresa periodística debe tener en cuenta sus principios deontológicos como personas y como profesionales, respetando los derechos y libertades universales.

- El presente estudio sobre el mapa de medios de comunicación para el Ecuador tuvo como pilar fundamental el trabajo de campo, la investigación cuantitativa permitió dar informaciones claras y precisas al momento de ejercer un juicio sobre el país y sus medios.

La experimentación nos permitió saber que hay una división mediática notoria en donde las distintas empresas permitieron darle al Ecuador su primer mapa de medios de comunicación.

La capacidad que cada individuo tendrá para analizar temas como la situación empresarial, la ubicación, la preparación, y los servicios que ofrece cada medio será un legado importante para los ecuatorianos. Ahora será más fácil encontrar a las distintas empresas periodísticas, sabremos cuales son sus intenciones al momento de comunicar, quienes trabajan en la empresa, y como debemos codificar los contenidos para rescatar el mensaje sin que importe el mensajero.

Este será un sistema de transparencia para el sector de comunicación en el país, que antes de este estudio tenía un acceso limitado a sus líderes de opinión, sabía poco o nada de las empresas informativas, no se conocía la relación que estos tenían con los grupos de poder.

- Ecuador debe estar preparado para ofrecer un periodismo basado en la educomunicación, un término que aparece con la unión de la educación y la comunicación a través de mecanismos que respeten los valores individuales, que se concentren en el ciudadano y no en los intereses económicos, que logren la identificación del espectador con su entorno, que investiguen antes de lanzar cualquier información al aire. Solamente obedeciendo a estos parámetros estaremos hablando de un verdadero cambio de la comunicación en el país.

No servirá de nada formular y redactar normas si cada individuo no analiza su trabajo y es conciente de su aporte al país, pues todos queremos reclamar pero nadie quiere sentirse culpable de los errores que presenta actualmente el periodismo en el Ecuador. Necesitamos personas con criterio, periodistas que lean, que opinen, que estén ligados con las nuevas tecnologías.

- El presente trabajo permitió analizar la situación general y legal de las empresas, su cobertura, su morfología, sus productos y servicios. Cada empresa tiene sus fortalezas y debilidades marcadas por el lugar desde donde se desarrolla la comunicación, la tecnología que utilizan para llevar a cabo su labor, la preparación de cada individuo para desarrollar su trabajo y el interés que cada medio le da a los distintos temas. Podemos decir que en Ecuador la programación es la función más importante del negocio audiovisual y escrito, porque es el medio ante el público. Para el consumidor, una radio, un periódico, o un canal de televisión no son más que una serie de programas o temas combinados (algunos más atractivos que otros) a lo largo de todos los días del año. La combinación de los programas y temas es clave para generar credibilidad y lealtad en el público. Todos los demás factores del negocio dependen de ello: la programación define a un público, y el público define a las empresas periodísticas; por ello hay que ser conscientes con el formato del medio. Consistencia en el tiempo significa crear, mantener y alimentar las expectativas que el público tiene frente a la empresa de comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Villamarín, José. (1997) *Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo*. Quito-Ecuador, Proyectos Editoriales Radmandí.
- Napoleón, S.G; Vásquez, L. (2005). *Ecuador y su realidad*. Fundación de Investigación y promoción social José Peralta. Quito Ecuador.
- Feldmann Erich. (1977). *Teoría de los medios masivos de comunicación*. Editorial Kapelusz, S.A. Buenos Aires, Argentina.
- CIESPAL. Ed. Antología. (1990). *La Radio en el área Andina: "Tendencias e Información"* Colección Encuentros. Quito, Ecuador.
- Bassets, Lluís, (1981) *De las ondas rojas a las radios libres*, GG MassMedia, Barcelona.
- García Camargo Jimmy. (1998). *El mundo de la Radio*, CIESPAL, Editorial Quipus.
- Cardoso Martha, (2009). *Historias de Radio*, Cuenca .
- UNESCO.(2006). *Radiotelevisión de Servicio Público: Un manual de Mejores prácticas*. UNESCO. 1 ed, San José CR.
- Jordán, R y Panchana, A. (2010). *Quantum Informe*.
- Hallo, W (1992). *Síntesis Histórica de la Comunicación y el Periodismo en el Ecuador. Don Francisco Javier Eugenio De Santa Cruz y Espejo*. Quito: Fundación Hallo, Ediciones El Sol.
- UNESCO. (2011). *Análisis de Desarrollo Mediático del Ecuador*. Quito. Organización de las Naciones Unidas para la Educación.
- Ulloa Tapia, C. (2006). *Apuntes de Comunicación*. Loja-Ecuador. Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.
- Villanueva, E. (2008). *Derecho de la Información*. Editorial "Quipus", CIESPAL. Quito, Ecuador.
- Navarro G.(2006), *Los Poderes Fácticos*. Quito. Zittra.
- Godoy, S. (1999) *Gestión de Radio y televisión*. Universidad Católica de Chile Teleduc. Salesianos S.A.
- Timoteo Álvarez, J. (1990) *Historia y Modelos de la Comunicación*.  
Badeni, Georgino. (1991). *Libertad de Prensa*, Buenos Aires. Abeledo-Perrot,

- Ramonet, I. (2003). *Mentiras de Estado*. Le Monde Diplomatique. Edición española.
- 
- David Crowley. Paul Heyer. (1997). *La Comunicación en la historia, tecnología, cultura y sociedad*. Bosch Casa Editorial, Barcelona.
- Sabino, C. (1992), *El proceso de investigación*, Publicado también por Ed. Panamericana, Bogotá, y Ed. Lumen, Buenos Aires.
- García Canclini, Néstor. (1989). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México DF. Grijalbo.

#### **Páginas y Sitios Web, Enlaces:**

- Blog: Comunicación e Ideología(en línea) disponible en:  
<http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/>
- LÍDERES es otro producto editorial del Grupo EL COMERCIO. ( En línea) Disponible en:  
<http://www.revistalideres.ec/default.aspx>
- Casa de la Cultura Ecuatoriana. (2010). *Los inicios de la radiodifusión en Ecuador / Radio "El Prado"* En línea. Disponible en:  
<http://www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html>
- Jordán, R y Panchana, A. (2010) *Quantum Informe*. (En línea). Quito Ecuador. Disponible en :  
<http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- Scolari, C. (2008) *REVISTA ACADÉMICA DE LA FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL*. (En línea) disponible en:  
<http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf>
- FUNDAMEDIOS, (2011) *espacio digital especializado en temas de comunicación y observatorio de medios* (En línea) Quito Ecuador. Disponible en:

<http://www.fundamedios.org/home/index.php>

- Punín. M, I.(2011). RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación ( En línea) disponible en: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).
- Mapa de medios de Argentina. (En Línea) disponible en:<http://nehuenescalada.com.ar/mapa-de-medios-y-grandes-grupos-en-la-argentina>
- Directorio de medios de comunicación” Virtual MDS 2 ( En Línea) disponible en : <http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Ecuador.htm>
- Mapa de Medios 2011 CADENAS INTERNACIONALES DE TELEVISIÓN PAGADA EN AMERICA LATINA. (En línea) disponible en: [http://issuu.com/revistasenal/docs/mapa\\_medios\\_2010-11](http://issuu.com/revistasenal/docs/mapa_medios_2010-11)
- María Cristina Martínez. cofundadora y coordinadora de diadelblog.com. (En Línea) Santo Domingo Ecuador. Disponible en: <http://www.blogger.com/profile/08328273948988293577>
- ECUADOR COMUNICACIÓN / GUIA DE MEDIOS / AS PRODUCCIONES (En línea) disponible en: [http://www.rosaliaarteaga.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=534&Itemid=128](http://www.rosaliaarteaga.com/index.php?option=com_content&task=view&id=534&Itemid=128)
- <http://www.slideshare.net/esalcedoavila/mapa-conceptual-medios-de-comunicacion-masiva>
- [www.elnuevoempresario.com/noticia\\_1194\\_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php](http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php):
- [cveraq@gmail.com](mailto:cveraq@gmail.com)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_Internet)
- [http://www.tendencias21.net/Las-redes-sociales-transforman-los-medios-de-comunicacion\\_a3410.html](http://www.tendencias21.net/Las-redes-sociales-transforman-los-medios-de-comunicacion_a3410.html)
- <http://srtamartinez.blogspot.com/2010/09/medios-e-integracion-de-audiencias-una.html>

- [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI\\_444-TRIBUNA-TELOS-Comunicacion\\_masas/seccion=1188&idioma=es\\_ES&id=2011042711520001&activo=4.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI_444-TRIBUNA-TELOS-Comunicacion_masas/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2011042711520001&activo=4.do)

## ANEXOS 1

### Fichas



MAPA DE COMUNICACION DEL ECUADOR 1974-2011

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
**ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL**

VIA Comunicaciones

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Fecha para levantar información.

INFORMACION GENERAL Y LEGAL									
1	Nombre de la Empresa								
2	Razón social								
3	RUC								
4	CUC								
5	Dirección física								
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Sitio web:	Web:	Teléfono:	Fax:	E-mail:
7	Nombre de promotores / fundadores								
8	Nombre de propietarios (económicos)								
9	Nombre de representantes legal								
10	Nombre de directivos								
11	Pertenece a un grupo de empresas?								
12	Fecha de fundación								
13	Objeto social (Misión)								
14	Organización social								
15	Tipo de capital	Pública ( )		Privada ( )		Mista ( )		Otra ( )	
16	Sector al cual pertenece	¿De qué tipo?		¿De qué tipo?		¿De qué tipo?		¿De qué tipo?	
		Ahorro ( )		Valor por acción ( )		Acción ( )		Acción ( )	
		Préstos o créditos ( )		Reventa ( )		Televisión ( )		Asociación de consumidores y productores ( )	
		Prensa ( )		Revista ( )		Televisión ( )		Asociación de consumidores y productores ( )	

**SECTOR PRENSA**

<b>17 Morfología de la Empresa</b>		Local ( )	Provincial ( )	Regional ( )	Nacional ( )
1	Cobertura del periódico	Doble tablote ( )	Tablote ( )	Otros especificar:	
2	Formato del periódico	Full color ( )	B/N ( )	Mixto ( )	
3	Modo impresión	Diaria ( )	Semanal ( )	Quincenal ( )	Mensual ( ) OTRA: _____
4	Frecuencia de circulación	Menor a 12 ( )	Entre 13-16 ( )	Entre 17-20 ( )	Mayor a 21 ( )
5	Número de secciones del diario	Política ( )	Deportes ( )	Economía ( )	Ciencia ( )
6	Secciones del periódico	Opinión ( )	Actualidad ( )	Local ( )	Mundo ( )
7	Número de páginas del periódico				Otras ( ) Especifique: _____
8	Número de cuadernos de periódicos	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) Mas de 6 ( ) Especifique: _____
9	Número de suplementos				
10	Nombre de los suplementos				
11	Número de publicaciones en portada de cada cuaderno				
12	Número de publicaciones en páginas internas				
13	Número de páginas de clasificados				
14	Número de publicaciones externas en portada y contraportada en los suplementos				
15	Número de publicaciones en páginas internas de los suplementos				
16	Promociones	Libros ( )	Cd ( )	Coleccionables ( )	Otros ( ) especificar _____

<b>18, Recursos Humanos</b>		Número directores	Número subdirectores	Número editores
1	Staff de dirección			
2	Número redactores y reporteros			
3	Número fotógrafos			
4	Número de personal de dibujantes e infografía			
5	Número de corresponsales			
6	Número de freelancer			
7	Número de personal de ventas			
8	Número de personal administrativo			
9	<b>Número total de empleados</b>			
10	Número de empleados con título de tercer nivel			
11	Número de empleados sin título			

<b>19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN</b>		( )
1	Publicidad	( )
2	Publireportajes	( )
3	Clasificados	( )
4	Servicio de diseño gráfico	( )
5	Sociales	( )
6	Publicaciones externas	( )
7	Insertos	( )
8	Otros productos y servicios:	
9	Producto o servicio más demandado:	
<b>Anexar tarifa de producto y servicio</b>		
Fin de la encuesta <b>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</b>		

**Nombre de la persona que nos proporciona la información:** \_\_\_\_\_

**Correo Electrónico:** \_\_\_\_\_

**Teléfono:** \_\_\_\_\_

**Firma y Sello de la institución:** \_\_\_\_\_

**Observaciones Generales de la entrevista:** \_\_\_\_\_



**SECTOR RADIO**

**17. Morfología de la Empresa**

1 Tipo de estación:	Comercial ( )	Comunitaria ( )	Pública ( )
2 Frecuencia:	AM ( )	FM ( )	SW ( )
3 Número de frecuencia radial	Otra: especificar _____ Web ( ) _____		
4 Cobertura:	Local ( )	Provincial ( )	Internacional ( )
5 Número de repetidoras	_____		
6 Tiempo de programación al día	_____ horas		
7 Anexar parrilla de contenidos por periodos / temporadas del año	_____		

**18. Recursos Humanos**

1 Staff de dirección	Número Directores	_____
	Número Subdirectores	_____
2 Número de editores de audio	_____	
3 Número de locutores de radio	_____	
4 Número de personal administrativo	_____	
5 <b>Número total de empleados</b>	_____	
6 Número de empleados con título de tercer nivel	_____	
7 Número de empleados sin título	_____	

**19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN**

1 Spot	( )
2 Jingle	( )
3 Perifoneo y audio móvil	( )
4 Presentadores y animadores	( )
5 Publicidad	( )
6 Servicios para computadoras	( )
7 Clasificados menciones en vivo	( )
8 Servicios comunitarios	( )
9 Propagandas políticas	( )
10 Otros productos o servicios:	( )
11 Producto o servicio más demandado:	( )
<b>Anexar tarifa de producto y servicio</b>	
<b>Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACION</b>	

**Nombre de la persona que nos proporciona la información:**

**Correo Electrónico:**

**Teléfono:**

**Firma y Sello de la institución:**

**Observaciones Generales de la entrevista:**

**EMPRESAS DE TELEVISION**

**17. Morfología de la Empresa**

1 Tipo de estación	Comunitaria ( )	Privada ( )	Estatal ( )
2 Número de frecuencia del canal de televisión			
3 Cobertura:	Local ( )	Provincial ( )	Nacional ( )
4 Número de repeticiones			
5 Anexo: familia de contenidos por períodos / temporadas del año			Internacional ( )

**18. Recursos Humanos**

1 Staff de dirección para programación de TV.	Número de directores	( )
	Número de directores generales	( )
	Número de jefes de programas	( )
	Número de programadores	( )
	Número de asesores de discusión	( )
	Número de asistentes de producción	( )
2 Número de redactores		
3 Número de personal de documentación		
4 Número de corresponsales		
5 Número de freelancers		
6 Número de locutores de TV		
7 Número de productores		
8 Número de realizadores		
9 Número de personal de scripts		
10 Número de editores de TV		
11 Número de camarógrafos		
12 Número de sonidistas		
13 Número de técnicos en iluminación		
14 Número de asistentes técnicos de producción		
15 Número de personal de vestuario, peluquería y maquillaje		
16 Número de personal de ventas		
17 Número de personal de decorados y escenografía		
18 Número de personal administrativo		
19 <b>Número total de empleados</b>		
20 Número de empleados con título de tercer nivel		
21 Número de empleados sin título		

**19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN**

1	Scripts publicitarios	( )
2	Campañas publicitarias	( )
3	Propaganda	( )
4	Casificados manzanas en vivo	( )
5	Productora	( )
6	Presentadores y Animadores	( )
7	Otros productos o servicios:	
8	Producto o servicio más demandado:	

**Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACION**

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Correo Electrónico:

Teléfono:

Firma y Sello de la institución:

Observaciones Generales de la entrevista:

---



---



---



---

**PRODUCTORAS CINEMATOGRAFICAS**

<b>17. Morfología de la Empresa</b>									
1. Formato de producción	8mm ( )	Super 8 ( )	17 mm ( )	35 mm ( )	Min DV ( )	DV ( )	HD ( )	Otros, especificar: _____	
2. Ambito geografico:	Local ( )	Provincial ( )	Nacional ( )	Internacional ( )					
3. Sucursales	SI ( )	NO ( )	Especificar ciudades: _____						
4. Circulación del producto / exhibición.	Local ( )	Nacional ( )	Internacional ( )	Web ( ) Especificar: _____					
5. Premios o reconocimientos	Nacional ( )	Especificar: _____							
6. Filmes realizados	Especificar nombre de la filmación y año: _____								

<b>18. Recursos Humanos</b>	
1. Staff de dirección	Número de directores _____ Número de productores _____ Número de asistentes de dirección _____ Número de asistentes de producción _____ Número de actores/ actrices _____ Número de guionistas / storyboards _____ Número de camarógrafos _____ Número de fotógrafos _____ Número de encargados de escenarío y cámaras _____ Número de encargados de la iluminación _____ Número de encargados de vestuario y maquillaje _____ Número de soundistas _____ Número de utileros _____ Otros: _____
2. Staff de producción	Número de editores _____ Número de encargados de la comercialización y exhibición del filme _____
3. Staff de postproducción y comercialización	Número de personal administrativo _____ Número total de empleados _____ Número de empleados con título de tercer nivel _____ Número de empleados sin título _____

<b>19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN</b>	
1. Documentales	( )
2. Largometrajes	( )
3. Cortometrajes	( )
4. Animaciones	2D ( ) 3D ( )
5. Edición profesional y postproducción	( )
6. Alquiler de equipo cinematográfico	( )
7. Co-producción de películas	( )
8. Distribución y exhibición de filmes (Cine, DVD)	( )
9. Otros productos o servicios:	_____
10. Producto o servicio más demandado:	_____
<b>Anejar tarifario de producto y servicio</b>	
<b>Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACION</b>	

Nombre de la persona que nos proporciona la información: \_\_\_\_\_

Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Firma y Sello de la institución: \_\_\_\_\_

Observaciones Generales de la entrevista: \_\_\_\_\_

## ANEXO 2

### Oficio para entregar a las empresas de comunicación



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
La Universidad Católica de Loja



**MODALIDAD DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA**

\_\_\_\_\_

Estimado (a) \_\_\_\_\_  
Gerente de \_\_\_\_\_

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial y atento saludo de parte de la Universidad Técnica Particular de Loja. El motivo del presente es para solicitarle de la manera más comedida se sirva proporcionarnos los datos que el estudiante \_\_\_\_\_, egresado de la Escuela de Comunicación Social Modalidad Abierta, solicitará por medio de una ficha de levantamiento de datos, elaborada por la Universidad, en relación al medio o empresa que usted acertadamente dirige.

El propósito de este trabajo es aportar en la realización del primer "Mapa de Comunicación del Ecuador", que tiene previsto nuestra Escuela en común acuerdo con el Citte Vía Comunicaciones en este año 2011. Además, la información es un referente del tema de tesis que deben cumplir nuestros egresados, previo a la obtención del título de pregrado.

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, desde ya le quedamos muy agradecidos.

Atentamente,

  
Lic. María Tsábel Punín  
Directora (F) Escuela de Comunicación Social UTPL

### ANEXO 3

#### Fotografías de los medios

Radio Centinela del Sur



Radio Súper Láser



**Ecotel Radio FM**



**Radio Boquerón FM**



**Radio Ecuasur**



**Ecotel TV**



### Diario La Hora Loja



### FODA Producciones



## ANEXO 4

### Fichas de las empresas de comunicación en la base virtual

#### INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Boquerón

Razón social:\* Radio Boquerón

RUC:

<b>Región:</b>	Sierra
----------------	--------

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Eloy Alfaro y 24 de Mayo

Teléfono:\* 072677067

Fax: 072677067

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación:

E-mail:\* bqradio@hotmail.com

Web:

Facebook:

Twitter: radioboqueron

Nombre de promotores/fundadores: Marlon Torres Ordóñez radio Boqueron 93.7 FM

Nombre de propietarios (accionistas) Marlon Torres Ordóñez

Nombre de representante legal: Nora Arias

Nombre de directivos: Marlon Torres Ordóñez

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 2000-05-01

Objetivo social (misión): Informar a la colectividad de Catamayo.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vannessa Sheila Vannessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Jonathan Castillo

Correo electrónico: eldivertido1625@hotmail.com

Teléfono: 072571917

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Diario La Hora Loja  
 Razón social:\* EDITORIAL LA HORA DE LOJA EDIHOA CIA. LTDA.  
 RUC: 1190082152001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Imbabura 15-84 y 18 de Noviembre

Teléfono:\* 072577099

Fax: 072577099 ext: 112

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación:

E-mail:\* Loja@lahora.com.ec

Web: www.lahora.com.ec

Facebook:

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: Dr. Luis Eduardo Vivanco, Dr. Francisco Vivanco, Ing. Ramiro Palacios.

Nombre de propietarios (accionistas) Dr. Luis Eduardo Vivanco, Dr. Francisco Vivanco, Ing. Ramiro Palacios

Nombre de representante legal: Dr. Luis Eduardo Vivanco

Nombre de directivos: Presidente: Ing. Ramiro Palacios, Gerente: Dr. Luis Eduardo Vivanco

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre: DIARIO LA HORA

Fecha de fundación: 1997-07-14

Objetivo social (misión): Editar el Diario La Hora Loja. Edición de revistas y más ediciones La Hora.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Prensa

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Cecilia Correa

Correo electrónico: ccorrea@lahora.com.ec

Teléfono:

Observaciones generales de la entrevista: Diario La Hora además ofrece suscripciones, impresiones, entre otros. La Fundación de este medio se la realizó el 14 de julio del año 1997.

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Ecotel Radio

Razón social:\* CUEVA ATARIHUANA ERDWIN CRISTOBAL

RUC: 1102775713001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* 18 de Noviembre 13-15 y Lourdes

Teléfono:\* 072581337

Fax: 072571025

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación:

E-mail:\* ecotelradio@ecotel.fm

Web: www.ecotel.fm

Facebook:

Twitter: @ecotelradio

Nombre de promotores/fundadores: Erdwin Cueva y Ramiro Cueva

Nombre de propietarios (accionistas) Erdwin Cueva y Ramiro Cueva

Nombre de representante legal: Erdwin Cueva

Nombre de directivos: Erdwin Cueva Director General y Ramiro Cueva Director Ejecutivo

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre:

Fecha de fundación: 2009-02-27

Objetivo social (misión): Información y entretenimiento para la comunidad.

Organización social: Privada De que tipo? Hecho

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Erdwin Cueva

Correo electrónico: ecueva@ecotel.fm

Teléfono: 099423702

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Ecotel TV.  
 Razón social:\* CUEVA ATARIHUANA GERMAN RAMIRO  
 RUC: 0909406811001

Región:	Sierra
---------	--------

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* 18 de Noviembre 13-15 y Lourdes

Teléfono:\* 072578971

Fax: 072571025

Datos de ubicación: Código postal:

Blog:

E-mail:\* ramirocueva@ecotel.tv

Web: www.ecotel.tv

Facebook:

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: Ramiro Cueva y Edwin Cueva

Nombre de propietarios (accionistas) Ramiro Cueva

Nombre de representante legal: Ramiro Cueva

Nombre de directivos: Ramiro Cueva (Gerente General), Geovanna Martinez (Gerente Ejecutivo), Carlos Serra

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre:

Fecha de fundación: 0000-00-00

Objetivo social (misión): Transmisión de espacios Informativos para Televisión.

Organización social: Privada De que tipo? Hecho

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Television

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Lic. Ramiro Cueva

Correo electrónico: ramirocueva@ecotel.tv

Teléfono: 072578971

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* FODA Producciones  
 Razón social:\* MOREIRA MORALES JOSE PAUL  
 RUC: 1101929550001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Av. Eduardo Kigman 21-41 entre Catamayo y Amaluza

Teléfono:\* 072456382

Fax:

Datos de ubicación: Código postal:

Blog:

E-mail:\* josepaulmo@yahoo.com

Web:

Facebook:

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: José Paúl Moreira Morales

Nombre de propietarios (accionistas) José Paúl Moreira Morales

Nombre de representante legal: José Paúl Moreira Morales

Nombre de directivos: José Paúl Moreira Morales

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 1994-01-09

Objetivo social (misión): Producción de Programas de Televisión y Cine

Organización social: Privada De que tipo? Hecho

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Productoras  
Cinematograficas

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: José Paúl Moreira Morale

Correo electrónico: josepaulmo@yahoo.com

Teléfono: 072456382

Observaciones generales de la entrevista: En la Producción de una Película sobre la Historia de la Virgen de El Cisne trabajan actualmente 18 personas en FODA Producciones, de las cuales solamente 1 tiene un título de tercer nivel.

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Mix 105.7 fm Radio  
 Razón social:\* Wuilman Tillaguango  
 RUC: 1103001192001

Región:	Sierra
Provincia:	Loja
Ciudad:	Espíndola
Estado:	Existe en la actualidad
Dirección física:*	Frente al Parque Central de Amaluza, al lado de la Iglesia Matriz (Segundo piso)
Teléfono:*	072653001
Fax:	072653290
Código postal:	
Blog:	
Datos de ubicación: E-mail:*	wuilmanmix@hotmail.com
Web:	
Facebook:	no posee
Twitter:	

Nombre de promotores/fundadores: Wuilman Francisco Tillaguango Rosillo  
 Nombre de propietarios (accionistas) Wuilman Francisco Tillaguango Rosillo  
 Nombre de representante legal: Wuilman Francisco Tillaguango Rosillo  
 Nombre de directivos: Presidente: Leonardo Piedra

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre:

Fecha de fundación: 2004-06-14

Objetivo social (misión): Promover la Cultura y la Comunicación.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vannessa Sheila Vannessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Wuilman Francisco Tillaguango Rosillo

Correo electrónico: wuilmanmix@hotmail.com

Teléfono: 072653001 / 099557488

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Planetsur Cia.Ltda.

Razón social:\* Planetsur Cia.Ltda.

RUC: 1190082160001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Imbabura 15-84 y 18 de Noviembre

Teléfono:\* 072577099 Ext 102.

Fax:

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación:

E-mail:\* marcar85@hotmail.com

Web:

Facebook:

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: Dr. Luis Vivanco Cell. Planeta Sur

Nombre de propietarios (accionistas) Dr. Francisco Vivanco

Nombre de representante legal: Dr. Luis Eduardo Vivanco

Nombre de directivos:

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre: Corporación Vivanco

Fecha de fundación: 0000-00-00

Objetivo social (misión): Música de las grandes orquestas - 24 horas de música instrumental.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vannessa Sheila Vannessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Mariangel Carpio

Correo electrónico: mcarpio@lahora.com.ec

Teléfono: 072577099 ext. 102

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Cariamanga

Razón social:\* MOBER S.A

RUC: 119171206001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Calvas

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Colinas de San Juan. S/N

Teléfono:\* 072687917

Fax: 072687322

Datos de ubicación: Código postal:

Blog:

E-mail:\* radiocariamanga@gmail.com Web: www.radiocariamanga.com.ec

Facebook: no posee

Twitter: no posee

Nombre de promotores/fundadores: Dr.Jorge Montero y Ab. Fátima Bermeo

Nombre de propietarios (accionistas) Dr.Jorge Montero y Ab. Fátima Bermeo

Nombre de representante legal: Ab.Fátima Bermeo

Nombre de directivos: Ab. Fátima Bermeo

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre:

Fecha de fundación: 1983-07-24

Objetivo social (misión): Ser Líderes en Comunicación radial en el Sur del Ecuador.

Organización social: Privada De que tipo? Anónima

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Nelvia Montero

Correo electrónico: nmontero81@gmail.com

Teléfono: 072687222

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Celica Súper Stereo

Razón social:\* Radio Celica Súper Stereo

RUC:

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Celica

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* García Moreno Y Promotor de Elucación Esquina - 3er Piso

Teléfono:\* 2657545

Fax: 2657179

Datos de ubicación: Código postal:

Blog:

E-mail:\* radiocelica@hotmail.com

Web:

Facebook:

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: Fausto René Sánchez Gonzáles

Nombre de propietarios (accionistas) René Sánchez Gonzáles

Nombre de representante legal: René Sánchez Gonzáles

Nombre de directivos: Gerente: René Sánchez Gonzáles

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 2004-07-31

Objetivo social (misión): Informar a la colectividad de Clica, sobre los sucesos más importantes del Cantón y su provincia.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Glenda Lanchi Cuenca

Correo electrónico: glenda\_ml@hotmail.com

Teléfono: 093409650

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Centinela del Sur  
 Razón social:\* Radio Centinela del Sur Cia Ltda  
 RUC: 1191739716001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Olmedo 11-56 entre Mercadillo y Azuay

Teléfono:\* 072562270

Fax: 072562270

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación: E-mail:\* centineladelsur1210am@gmail.com Web:

Facebook: Centinela del Sur

Twitter: @freddy\_aponte

Nombre de promotores/fundadores: José Coronel Illescas

Nombre de propietarios (accionistas) Guadalupe Coronel, Marcos Coronel, Fabian Coronel, Franz Coronel, Katy Coronel,

Nombre de representante legal: Sonia Sarango

Nombre de directivos: Fabian Coronel, Sonia Sarango

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 1956-11-18

Objetivo social (misión): La radiodifusión en Loja.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Gina Torres

Correo electrónico: centineladelsur1210am@gmail.com

Teléfono: 072561166

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Ecuasur

Razón social:\* CABRERA MENA ANGEL JAVIER

RUC: 1100478542001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Calvas

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Jose. A. Eguiguren y 18 de Noviembre ./Cariamanga: Eloy Alfaro y Padre Esteban

Teléfono:\* 072577995

Fax: 072687687

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación: E-mail:\* ecuasurfmradio@hotmail.com Web: www.ecuasurfmradio.com

Facebook: Radio Ecuasur Fm

Twitter: @ecuasurfm

Nombre de promotores/fundadores: Dr. Javier Cabrera Mena

Nombre de propietarios (accionistas) Dr. Javier Cabrera Mena

Nombre de representante legal: Dr. Javier Cabrera Mena

Nombre de directivos: Gerente: Mauricio Cabrera

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre:

Fecha de fundación: 0000-00-00

Objetivo social (misión): Servir a la Comunidad, informar sobre lo que ocurre en Loja y su provincia.

Organización social: Privada De que tipo? Hecho

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Bolivar Carrión

Correo electrónico: bolo884@yahoo.es

Teléfono: 097625017

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Integración  
 Razón social:\* CONSORCIO PARA EL FORTAL. DE LA COMUN. Y EL DES. DEL CANTON PUYANG  
 RUC: 1191700607001

---

Región: Sierra  
 Provincia: Loja  
 Ciudad: Puyango  
 Estado: Existe en la actualidad  
 Dirección física:\* 10 de agosto entre Sucre y Colón

Teléfono:\* 072680763 Fax: 072680763  
 Código postal: Blog:  
 Datos de ubicación: E-mail:\* radiointegración1033@gmail.com Web: www.radiointegracionfm.com.  
 Facebook: www.facebook.com/profile.php?id=100016506914480

Nombre de promotores/fundadores: Rocío Granda, Homar Rogel, Luis Loján, Ana Encalada  
 Nombre de propietarios (accionistas) Municipio de Puyango, Consorcio para el Fortalecimiento de la Comunicación y el Desa  
 Occidente de la Provincia de Loja.

Nombre de representante legal: Homar Rogel  
 Nombre de directivos: Victor Tinoco : Presidente

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 1999-10-10

Objetivo social (misión): Radio Integración aporta al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de  
 la región sur del Ecuador, fortalece la identidad cultural y la organización social de  
 los pueblos, promueve el manejo sustentable de los recursos naturales, apoya  
 procesos de comercio justo, economía solidaria y justicia social, a través de una  
 comunicación alternativa, pluralista y democrática.

Organización social: Pública De que tipo? Limitada  
 Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos  
 proporcionó la información: Homar Rogel Encalada J.  
 Correo electrónico: homarcito@gmail.com  
 Teléfono: 072680763

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Matovelle  
 Razón social:\* CONGREGACION DE MISIONEROS OBLATOS LOJA  
 RUC: 1190081229001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Bernardo Valdivieso 10-54 Azuay y Miguel Riofrío

Teléfono:\* 072570150

Fax: 072570150

Datos de ubicación:

Código postal:

Blog:

E-mail:\* radiomatovelleloja@hotmail.com

Facebook: www.facebook.com/profile.php?id=1000248866407

Nombre de promotores/fundadores: Congregación de Misioneros Oblatos del Ecuador

Nombre de propietarios (accionistas) Congregación de Misioneros Oblatos del Ecuador

Nombre de representante legal: Victor Hugo Macas

Nombre de directivos: ongregación de Misioneros Oblatos del Ecuador

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre:

Fecha de fundación: 1989-11-30

Objetivo social (misión): Mensaje Cristiano, Deportes, Música e Información con servicio Social.

Organización social: Privada De que tipo? Hecho

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vannessa Sheila Vannessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Victor Hugo Macas

Correo electrónico: radiomatovelle@gmail.com

Teléfono: 072572014

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Olmedo Stereo

Razón social:\* Fecha : 14-08-2011 Razón Social: ARMIJOS BARRERA ANGEL FRANKLIN

RUC: 1100853421001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Olmedo

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Loja-Olmedo 25 DE OCTUBRE SN Y SUCRE

Teléfono:\* 072650061

Fax:

Datos de ubicación: Código postal:

Blog:

E-mail:\*

Web:

Facebook:

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: Raúl Armijos, Leonidas Armijos, Franklin Armijos,

Nombre de propietarios (accionistas) Ángel Franklin Armijos

Nombre de representante legal: Ángel Franklin Armijos

Nombre de directivos: Raúl Armijos

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Diganos su nombre:

Fecha de fundación: 2004-09-28

Objetivo social (misión): Contribuir al desarrollo local, a través de la comunicación social. Rescatar la cultura olvidada.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Raúl Armijos

Correo electrónico:

Teléfono: 072578928

Observaciones generales de la entrevista: No poseen correo electrónico.

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Radio Satelital

Razón social:\* CALVA MARTIN FRANCISCO RAFAEL

RUC: 1102093596001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Av. Manuel Agustin Aguirre y Azuay

Teléfono:\* 072563444

Fax:

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación:

E-mail:\* patosalinas59@hotmail.com Web: www.radiosatelital.com.ec

Facebook: http://facebook.com/radiosatelital

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: Martín Calva, Patricio Salinas, Mario Calva, Ramón Calva

Nombre de propietarios (accionistas) Calva y Calva.

Nombre de representante legal: Martín Calva

Nombre de directivos: Martín Calva y Patricio Salinas

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre: Calva y Calva

Fecha de fundación: 2002-10-01

Objetivo social (misión): Servicio Social a la Comunidad.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos  
proporcionó la información: Mario Calva

Correo electrónico: marioefrencalva10@hotmail.com

Teléfono: 087956010

Observaciones generales de la entrevista: Cobertura hasta la parte Norte del Perú.

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Rumba Stereo

Razón social:\* Rumba Stereo

RUC: 1103075428001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Manuel José Aguirre y Venezuela 3er piso 13-76

Teléfono:\* 072583139

Fax: 072576012

Código postal:

Blog: <http://rumbafmloja.blogspot.com>Datos de ubicación: E-mail:\* [radorumbaloja@yahoo.es](mailto:radorumbaloja@yahoo.es) Web:Facebook: Radio Rumba Stereo  
106.9 FM

Twitter: @RumbaStereo

Nombre de promotores/fundadores: Ing. Marlon Mejía

Nombre de propietarios (accionistas) Ing. Marlon Mejía

Nombre de representante legal: Ing. Lizbeth Mejía Luzuriaga

Nombre de directivos: Ing. Lizbeth Mejía Luzuriaga

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 2006-07-07

Objetivo social (misión): Radio Rumba. La sonera mayor para Loja y su provincia con música, noticias, cultura, deportes y entretenimiento.

Organización social: Privada De que tipo? Hecho

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Cecilia Macas

Correo electrónico: [cecimacash@yahoo.es](mailto:cecimacash@yahoo.es)

Teléfono: 072562089

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Súper Láser Panamericana

Razón social:\* Súper Láser Panamericana

RUC: 1101356093001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Colón y Bernardo Valdivieso Edificio siglo XX piso 2 Oficina 1

Teléfono:\* 072571797

Fax:

Código postal:

Blog:

Datos de ubicación: E-mail:\* super.laser105.@hotmail.com Web: www.superlaserfm.com.fm.

Facebook:

Twitter:

Nombre de promotores/fundadores: Gonzalo Ojeda, Mirtha Valarezo, Alvaro Ojeda

Nombre de propietarios (accionistas) Gonzalo Ojeda Feijoo

Nombre de representante legal: Gonzalo Ojeda Feijoo

Nombre de directivos: Gonzalo Ojeda Feijoo: Director General, Mirtha Valarezo Gerente Ejecutiva

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 0000-00-00

Objetivo social (misión): Fue pensado en un target para público juvenil y adulto contemporaneo. Que informe, entretenga e interactúe con la Comunidad.

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Autorizado

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Gonzalo Ojeda Feijoo

Correo electrónico: super.laser105@hotmail.com

Teléfono: 094027779

Observaciones generales de la entrevista:

## INFORMACION GENERAL Y LEGAL

Nombre de la empresa:\* Vilcabamba Super Stereo

Razón social:\* Vilcabamba Super Stereo

RUC: 1100044641001

Región: Sierra

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Estado: Existe en la actualidad

Dirección física:\* Calle Bolivar SN

Teléfono:\* 072640034

Fax:

Datos de ubicación: Código postal:

Blog:

E-mail:\* vilcabambastereo@hotmail.com Web: www.vilcabambastereo.jimdo.c

Facebook: vilcabamba stereo la nitro Twitter: @vilcastereo1025

Nombre de promotores/fundadores: Oliberto Santín

Nombre de propietarios (accionistas) Oliberto Santín

Nombre de representante legal: Oliberto Santín

Nombre de directivos: Oliberto Santín

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si: No: Díganos su nombre:

Fecha de fundación: 2004-05-03

Objetivo social (misión): Informar a la colectividad de la parroquia Vilcabamba

Organización social: Privada De que tipo? Limitada

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Radio

Nombre del alumno responsable:: Sheila Vanessa Sheila Vanessa

Nombre de la persona que nos  
proporcionó la información: Oscar Santín

Correo electrónico: Oscaref24@hotmail.com

Teléfono: 072640034

Observaciones generales de la entrevista: