

REPÚBLICA DEL ECUADOR



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES

LA UNIVERSIDAD DE POSTGRADO DEL ESTADO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICA

**MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
DESARROLLO SOCIAL 2017-2019**

TESIS DE INVESTIGACIÓN

**PODER E INSTRUMENTALIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN
LA PERIFERIA ECUATORIANA: CASO DE ESTUDIO CANTÓN QUININDÉ.**

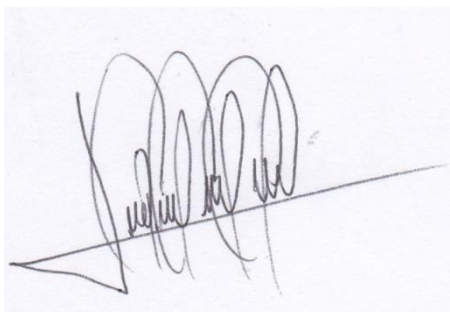
Autora: Sandra Rocío Segura Angulo

Directora: PhD. Palmira Chavero

Quito, marzo 2021

AUTORÍA

Yo, Sandra Rocío Segura Angulo, con CC 0803775592, declaro que las ideas, juicios, valoraciones, interpretaciones, consultas bibliográficas, definiciones y conceptualizaciones expuestas en el presente trabajo, así como los procedimientos y herramientas utilizadas en la investigación, son de absoluta responsabilidad de la autora del trabajo de titulación. Asimismo, me acojo a los reglamentos internos de la universidad correspondientes a los temas de honestidad académica.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sandra Rocío Segura Angulo', written over a horizontal line. The signature is stylized with large, overlapping loops.

CC: 0803775592

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, Sandra Rocío Segura Angulo cedo al IAEN, los derechos de publicación de la presente obra por un plazo máximo de cinco años, sin que deba haber un reconocimiento económico por este concepto. Declaro además que el texto del presente trabajo de titulación no podrá ser cedido a ninguna empresa editorial para su publicación u otros fines, sin contar previamente con la autorización escrita de la universidad.

Quito, marzo 2021

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored surface. The signature is highly stylized and cursive, appearing to read 'Sandra Rocío Segura Angulo'. The signature is written over a horizontal line.

SANDRA ROCÍO SEGURA ANGULO

CC: 0803775592

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo académico a mis padres, soy producto de su esfuerzo; a ellos que no tuvieron la oportunidad de recibir una educación gratuita y de calidad, a ellos que debieron dejar los libros por labrar la tierra, a ellos que por educarme se sacrificaron tanto.

AGRADECIMIENTO

A mi tutora Palmira Chavero por el acompañamiento brindado en este largo camino de
titulación

A mi co-tutor, gran amigo, camarada, compañero de luchas, una de las personas más honestas
y justas que conozco, un excelente ser humano y extraordinario profesional, Fernando Casado.

A todos los docentes que contribuyeron en mi formación académica

Y, finalmente, al Instituto de Altos Estudios Nacionales que me abrió sus puertas y al que
llegué llena de ilusiones...

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar el poder e instrumentalización de los medios de comunicación en la periferia ecuatoriana, específicamente, en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas, lugar que fue objeto de nuestra investigación para lo cual se elaboró un marco teórico con los conceptos de poder, periferia e instrumentalización que fue sustentado por autores como: Daniel Hallin, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Denis de Moraes, Manuel Castells, entre otros autores que permitieron sustentar este marco teórico.

La metodología que utilizamos en nuestro trabajo fue la cualitativa y como primer paso realizamos un extenso análisis de documentos tanto de autores que habían abordado este tema como de instituciones públicas tales como: Arcotel, Supercias, SRI, lo que nos sirvió para sustentar el trabajo de campo realizado y acercarnos a los objetivos planteados. También se realizaron entrevistas abiertas y semi estructuradas a periodistas y propietarios de los cuatro medios de comunicación de Quinindé. Así como la técnica de observación participante en el medio de comunicación más grande de Quinindé, con lo que pudimos acercarnos a las dinámicas del trabajo periodístico, las líneas editoriales y las circunstancias en las que se desarrolla la actividad de los comunicadores en los medios de comunicación de Quinindé.

Una vez realizada la investigación de campo pudimos conocer que en los medios de comunicación de Quinindé, existen dos tipos de instrumentalización (política y económica) que es ejercida tanto por los propietarios, como por los comunicadores de los cuatro medios de comunicación de Quinindé.

PALABRAS CLAVE: Instrumentalización; poder; periferia; medios de comunicación; Quinindé.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the power and instrumentalization of the media in the Ecuadorian periphery, specifically, in the Quinindé canton, province of Esmeraldas, the place that was the object of our research for which a theoretical framework was developed with the concepts of power, periphery and instrumentalization that was supported by authors such as: Daniel Hallin, Guillermo Mastrini, Martin Becerra, Denis de Moraes, Manuel Castells, among others that allowed to support this theoretical framework.

The methodology we used in our work was qualitative and as a first step we conducted an extensive analysis of documents both from authors who had addressed this issue and from public institutions such as: Arcotel, Supercias, SRI, which helped us to support the field work conducted and to approach the objectives set. We also conducted open and semi-structured interviews with journalists and owners of the four media outlets in Quinindé. As well as the technique of participant observation in the largest media of Quinindé, with which we were able to approach the dynamics of journalistic work, the editorial lines and the circumstances in which the activity of the communicators in the media of Quinindé is developed.

Once the field research was conducted, we learned that in the Quinindé media there are two types of instrumentalization (political and economic) that are exercised by both the owners and the communicators of the four Quinindé media.

KEY WORDS: Instrumentalization; power; periphery; media; Quinindé.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	
AUTORÍA.....	1
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	7
ÍNDICE DE GRÁFICOS	8
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE ANEXOS	8
INTRODUCCIÓN	10
Problema de investigación	12
Preguntas directrices.....	14
Objetivos	14
Objetivo General	14
Objetivos específicos.....	14
Hipótesis.....	15
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	16
1.1. Caracterización de Quinindé	17
CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN NUESTRA SOCIEDAD.....	22
2.1. Concentración de los medios de comunicación.....	23
2.2. La orientación empresarial de los medios de comunicación	24
2.3. Medios de comunicación en Ecuador.....	25
2.4. Metodología.....	28
CAPITULO III MARCO TEÓRICO.....	37
3.1 Poder.....	37
3.1.2. Poder de los medios de comunicación.....	41
3.2 Periferia	45
3.2.1 Definición de periferia.....	47
3.2.2 Características de la periferia	48
3.2.3 La periferia desde una mirada decolonial.....	50

3.3 Instrumentalización de los medios de comunicación	55
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	61
4.1. Medios de comunicación en Quinindé	61
4.1.1. Megavisión Cable S.A.....	62
4.1.2. Digital Cable S. A	74
4.1.3. Radio Magia Satelital S.A	76
4.1.4. Radio Estéreo Quinindé.....	79
4.1.5. Medios digitales de Quinindé.....	83
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES	85
BIBLIOGRAFÍA	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa del cantón Quinindé	17
Gráfico 2. División centro- periferia	46
Gráfico 3. Conglomerados de Centros y Periferias en Ecuador	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de la población de Quinindé.....	18
Tabla 2. Autoidentificación étnica de la población de Quinindé	19
Tabla 3. Actividades de la población de Quinindé.....	20
Tabla 4. Tabla de documentos consultados.....	31
Tabla 5. Datos periodistas entrevistados	33
Tabla 6. Datos de propietarios de medios de comunicación	35
Tabla 7. Características de Centros y Periferias	49
Tabla 8. Características de Centro- Periferia en Ecuador.....	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista a periodista Megavisión Cable S.A	95
Anexo 2. Entrevista a periodista de Digital Cable S.A	99
Anexo 3. Entrevista a periodista radio Estéreo Quinindé.....	103
Anexo 4. Entrevista a propietaria de Megavisión Cable S.A	105

Anexo 5. Entrevista periodista de Megavisión Cable S.A	109
Anexo 6. Entrevista a periodista independiente	112
Anexo 7. Entrevista a periodista radio Magia Satelital S.A	116
Anexo 8. Entrevista anónima a periodista de Quinindé	119
Anexo 9. Entrevista a periodista de Megavisión y radio Magia.....	120
Anexo 10. Entrevista a propietario de radio Magia.....	123
Anexo 11. Entrevista a periodista de radio Magia Satelital S.A	126
Anexo 12. Entrevista a periodista Megavisión Cable S.A	129
Anexo 13. Entrevista a propietario de Digital Cable S.A.....	131
Anexo 14. Entrevista a propietaria de radio Estéreo Quinindé	138
Anexo 15. Entrevista a periodista de Digital Cable.....	142
Anexo 16. Entrevista anónima- periodista de Quinindé.....	144
Anexo 17. Entrevista anónima- periodista de Quinindé.....	145
Anexo 18. Entrevista a funcionario de Arcotel	148
Anexo 19. Resolución Arcotel Retiro de Frecuencia a Radio Estéreo Quinindé	150
Anexo 20. Resolución Retiro de Frecuencia Radio Magia Satelital	152
Anexo 21. Listado de los Sistemas de audio y video por suscripción autorizados en el cantón Quinindé (Arcotel)	154
Anexo 22. Registro de los medios de comunicación de Quinindé (Supercias).....	154

Título: Poder e instrumentalización de los medios de comunicación en la periferia ecuatoriana: Caso de estudio cantón Quinindé.

INTRODUCCIÓN

Estudiar las relaciones de poder mediático, político y económico resulta interesante para comprender si la comunicación, hoy en día, está al servicio de los ciudadanos, o responden a intereses de grupos o personas que los poseen, o tienen algún tipo de influencia sobre ellos, tal como afirma Vicente Romano (2000, p. 1) “la comunicación se ha convertido en un sector estratégico a nivel económico, cultural y político”.

Desde su aparición los medios de comunicación y sus propietarios han estado, estrechamente, relacionados con los poderes político y económico; los medios de comunicación priorizan su crecimiento económico por encima de su objetivo principal que es informar, es bastante común que los medios de comunicación reciban favores económicos a cambio de un buen titular, que beneficie a personajes relacionados con el poder político o económico (Miguel y Pozas, 2009, p. 45).

El presente trabajo de investigación busca analizar las relaciones de poder entre los sectores político, económico, mediático y la instrumentalización en los medios de comunicación fuera de las grandes urbes del Ecuador, específicamente, en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas. Para este proyecto, se realizará una investigación a profundidad sobre la situación de los medios de comunicación y los periodistas en Quinindé.

Este trabajo constará de cuatro capítulos que detallaremos a continuación:

En el capítulo I, es necesario elaborar unos antecedentes que nos permitan conocer los estudios que se han hecho en torno al tema que investigamos y servirnos de aquellos con los que podamos sustentar nuestra investigación, aquí se hará un recorrido por estudios realizados en América y Europa, especialmente, por autores como: Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Daniel Hallin, Ignacio Ramonet, Ben Bandiagkan, Juan Carlos de Miguel, Víctor Pozas, Ramón Reig, Fernando Casado, entre muchos otros que han abordado estos temas, y realizan aportes importantes en cuanto al poder e instrumentalización de los medios de comunicación, mismos que nos sirven de soporte para sustentar nuestra investigación.

En el Capítulo II, elaboraremos un estado del arte que nos permita ubicarnos en un contexto y desde ahí partir con nuestra investigación. Aquí también se expondrá una metodología con la que podamos desarrollar un proceso de investigación concreto, ordenado y sistemático. La metodología constará de un análisis bibliográfico, de la realización de entrevistas a periodistas y propietarios de medios de comunicación en Quinindé, de un análisis de piezas informativas, de la técnica de observación participante que aplicaremos en un medio de comunicación en concreto.

En el capítulo III, es fundamental elaborar un marco teórico para asentarnos en los conceptos que utilizaremos a lo largo de esta investigación, en este marco teórico se desarrollaran los conceptos bases de nuestra investigación que corresponden al poder, periferia e instrumentalización, estos conceptos nos servirán de sustento para el análisis de los resultados que realizaremos en el penúltimo capítulo.

En el Capítulo IV, aterrizaremos en un trabajo de campo que arrojará unos resultados con relación al poder e instrumentalización en los medios de comunicación de Quinindé. En este capítulo se resumirán los conceptos recogidos durante la elaboración del marco teórico, luego se realizará un análisis de los datos recogidos a través de la revisión de documentos, de piezas informativas, de entrevistas y observación participante en los medios de comunicación del cantón Quinindé.

Finalmente, en el Capítulo V, se elaboran las conclusiones mismas que son producto del trabajo completo de investigación, aquí podremos verificar si la hipótesis y preguntas planteadas al inicio de esta investigación corresponden con los resultados obtenidos del trabajo de campo que hemos realizado.

Esta investigación aportará con una serie de elementos que permitan identificar cómo se desarrolla la comunicación en las ciudades pequeñas de Ecuador, las dinámicas periodísticas, y las relaciones de poder entre los sectores mediático, político y económico del cantón Quinindé.

Cuando hablamos de instrumentalización también nos referimos a la relación de poder que se produce cuando una misma persona o familia, además de poseer medios de comunicación también tienen otras empresas o forman parte de la política (Hallin y Mancini, 2004). Esta situación también la investigaremos en Quinindé.

Problema de investigación

Los medios de comunicación desde su aparición han estado ligados a los sectores de poder, tanto económico y político, siendo dueños de medios empresarios o personajes inmersos en la política, su relación se produce con las primeras informaciones las cuales eran restringidas y consideradas herramientas de dominación, por lo tanto solo las clases dominantes y sectores de poder tenían acceso a ella (Mastrini y Becerra, 2011).

Comenzaremos conceptualizando a los medios de comunicación y su función en la sociedad, para lo que tomaremos como referencia a Patrick Champagne (1999) quien define a los medios de comunicación como un instrumento o herramienta que permite la difusión de diversos temas sociales y construcción de opinión pública.

Los medios de comunicación marcan agendas ordenando las prioridades en los temas que, posteriormente, son cubiertos por ellos. Orientan la atención de los ciudadanos hacia diferentes situaciones que consideran relevantes para ser presentadas en sus diferentes espacios informativos (Casero, 2009).

Noam Chomski y Edwar Herman (1990) revelan que los medios de comunicación son funcionales al sistema capitalista y su oficio consiste en defender “intereses especiales que dominan la actividad estatal y privada” en este contexto podríamos comprender sus reiteradas omisiones y énfasis en algunos temas que quisieran posicionar (p.1).

Debemos tener en cuenta que los medios de comunicación tienen dos tipos de clientes: por un lado está el público o la audiencia que no siempre son tomados en cuenta en este proceso de producción y tampoco saben lo que quieren, exactamente, por otro lado están los clientes de los medios, quienes tienen como objetivo llegar a la mayor cantidad de audiencias para impactarlas “esto tendrá como consecuencia que los anunciantes tengan una importante influencia sobre la elección de la información que el medio dará a conocer” (Casado 2013, p. 45).

La información, finalmente, es producto de un pacto que se da entre el dinero y el poder, realmente, son estos dos elementos los que están detrás de la producción informativa y los que van a decidir lo que se publica o no (Chomski y Herman, 1990).

Para reforzar esta crítica hacia los medios de comunicación citamos a Califano, quien habla sobre la postura de los medios de comunicación y su rol político en las sociedades:

Los medios de comunicación son actores políticos con intereses particulares que se mueven en un campo atravesado por relaciones de poder. Entendemos que poseen un papel activo no sólo en la formación de la opinión pública, sino también en el desarrollo del proceso político. En este sentido, argumentamos que es posible rastrear algunas estrategias políticas trazadas por las empresas de medios de comunicación a partir del análisis, de la selección, inclusión o exclusión de los acontecimientos en sus agendas mediáticas, y de la jerarquización y el tratamiento periodístico que reciben (Califano, 2015, p. 3).

A los medios de comunicación no le es indiferente el poder político y económico y los ciudadanos se han dado cuenta de ello y tienen cierta desconfianza porque los contenidos no están pensados en responder sus necesidades y en ocasiones ocultan temas de fondo que podrían resultar peligrosos para la estabilidad del sistema capitalista del que también forman parte los medios de comunicación (Ramonet, 2011).

También influyen en el posicionamiento de determinados temas que la sociedad toma como referencia para su día a día “crean en cada momento los referentes que la sociedad tiene sobre la realidad dejando, prácticamente, de existir para la colectividad lo que no aparece en los medios” (Casado, 2013, p. 18).

Para posicionar u ocultar determinados temas utilizan el método de la repetición que consiste en difundir una y otra vez la misma noticia para situar ante la ciudadanía su visión de la realidad o lo que consideran importante. En este proceso, claramente, subjetivo de selección tratan de ‘mantener’ su postura de neutrales e independientes, escondiendo su ideología e intereses económicos, mostrándose como confiables ante las audiencias (Chomski y Ramonet, 1998).

Pero sabemos que ni los medios de comunicación, ni sus mensajes son neutrales, mucho menos objetivos. Toda información refleja un juicio de valor por parte de quien lo construye, estos juicios de valor están presentes incluso en la elección de términos que se usan para construir las noticias. En todo este proceso se encuentra presente la subjetividad del medio y del periodista, al final lo que le llega a la audiencia es una suma de interpretaciones sobre determinados temas que los muestran como realidades absolutas (Informe MacBride, 1968).

Sobre la posición de los medios, es importante señalar que ellos afirman no tener posición, ser neutrales y objetivos. Esta afirmación se realiza a diario cuando se promocionan a sí mismos: informativos objetivos y veraces, decir únicamente la verdad, transmitir desde el lugar de los

hechos. Los medios con estas frases pretenden significar que observan la realidad social y la describen sin tomar postura y sin ninguna mediación de sus intereses [...] (Sánchez, 2010, p. 8).

Como éste trabajo de investigación busca analizar el poder y la instrumentalización en los medios de comunicación en la periferia ecuatoriana, específicamente, en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas se realizará una investigación en profundidad sobre la situación de los medios de comunicación y los periodistas en Quinindé.

Para lo cual nos hemos planteado las siguientes preguntas directrices y unos objetivos que los iremos desarrollando a lo largo de esta investigación.

Preguntas directrices

Para la presente investigación hemos elaborado unas preguntas que se desarrollan en torno al poder e instrumentalización en los medios de comunicación de Quinindé; estas preguntas surgen de nuestra preocupación por indagar sobre la manera en que se desarrolla la actividad periodística en la periferia ecuatoriana.

¿Cuál es la relación existente entre los poderes político, económico y mediático de Quinindé?

¿Existe instrumentalización en los medios de comunicación de Quinindé, en caso de existir cómo se manifiesta y de qué tipo es esta instrumentalización?

¿Cómo se desarrolla la actividad periodística en los medios de comunicación de Quinindé?

Objetivos

Objetivo General

Analizar las relaciones de poder entre los medios de comunicación y los sectores económico-político de Quinindé, y la instrumentalización de estos medios de comunicación situados en este cantón de la provincia de Esmeraldas en Ecuador.

Objetivos específicos

Comprender la estructura, propiedad y relación del poder político y económico de los medios de comunicación en Quinindé.

Conocer el cotidiano de los periodistas, las dinámicas de su trabajo periodístico, las líneas editoriales y las circunstancias en las que se desarrolla la actividad de los comunicadores en los medios de comunicación de Quinindé.

Hipótesis

La estrecha relación entre los sistemas político, económico y mediático en el cantón Quinindé, podría ser la responsable de la instrumentalización de los medios de comunicación en este cantón de la provincia de Esmeraldas, mismos que anteponen sus intereses personales por encima de sus deberes informativos.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

En esta parte del trabajo se abordarán temas realizados sobre la instrumentalización de los medios de comunicación, principalmente, aquellos que se han hecho en América y Europa, que nos sirven de soporte para nuestra investigación.

Juan Carlos de Miguel y Víctor Pozas (2009) en el artículo “¿Polarización ideológica o económica?: relaciones entre los medios y el poder político y corporativo” explican que los medios de comunicación en España están limitados tanto por el poder político como económico, debido a que se prioriza la rentabilidad económica o su afinidad con los gobiernos de turno por encima de sus deberes informativos.

Daniel Hallin, por su parte identifica la existencia de un clientelismo político en medios de comunicación europeos y latinoamericanos, los que se mueven en función de sus clientes. También, evidencia una fuerte instrumentalización de medios en ambos continentes y afirma que el poder político y económico usan estos medios para beneficio de sus intereses (Hallin, 2002).

En Italia, por ejemplo, diario *Il Giorno* fue establecido por la petrolera estatal ENI para apoyar los intereses del sector estatal, y estuvo cerca de sectores de los Partidos Demócrata Cristiano y Socialista. Giovanni Agnelli de Fiat controla *La Stampa* y *Corriere della Sera*, Carlo DeBenedetti de Olivetti controla *La Repubblica* y *L'Espresso* y Raul Ferruzi de Montedison Chemicals controló *Il Messaggero* durante muchos años. Cada uno es un jugador en la política italiana, y en ocasiones han estallado grandes luchas-a menudo para ser resueltas por la negociación del partido - sobre el control de la prensa (Hallin, 2002, p. 178).

Otro estudio realizado por Andreu Casero, nos muestra que los medios de comunicación y la información periodística juegan un rol fundamental en la percepción que la ciudadanía tiene sobre ciertos temas, y como esta influencia se convierte en eje transversal para expandir influencia social “uno de los principales ámbitos que aspira a controlar, bajo este prisma, la información periodística, es el sistema político” (Casero, 2009, p. 8).

Un elemento que fortalece la instrumentalización de los medios de comunicación es la concentración mediática, Dennis de Moraes explica que durante las décadas de 1980 y 1990, en América Latina, se formaron grandes grupos mediáticos: *El Clarín* en Argentina, *Globo* en Brasil, *Televisa* en México, *Cisneros* en Venezuela, entre otros.

Hace décadas que la mayoría de estos grupos mediáticos regionales pertenece a dinastías familiares. Entre las familias que controlan los medios de comunicación están Marinho, Civita, Frías, Mesquita, Sirotsky, Saad, Abravanel, Sarney, Magalhães y Collor (Brasil); Cisneros y Zuloaga (Venezuela), Noble, Saguier, Mitre, Fontevecchia y Vigil (Argentina); Slim y Azcárraga (México); Edwards, Claro y Mosciatti (Chile); Rivero, Monasterios, Daher, Carrasco, Dueri y Tapia (Bolivia); Ardua Lulle, Santo Domingo y Santos (Colombia); Verci y Zuccolillo (Paraguay); Chamorro y Sacasa (Nicaragua); Arias y González Revilla (Panamá); Picado Cozza (Costa Rica); Ezerski, Dutriz y Altamirano (El Salvador); Marroquín (Guatemala), y Canahuati, Roshental, Sikaffy, Willeda Toledo y Ferrari (Honduras). Además, se dan casos de multiplicación de familias propietarias dentro de un mismo país. En Ecuador, 19 familias controlan 298 de las 348 frecuencias de televisión abierta. Y 45 familias mantienen el dominio de un 60% de las 1.196 concesiones de radio AM y FM (De Moraes, 2005, p. 37).

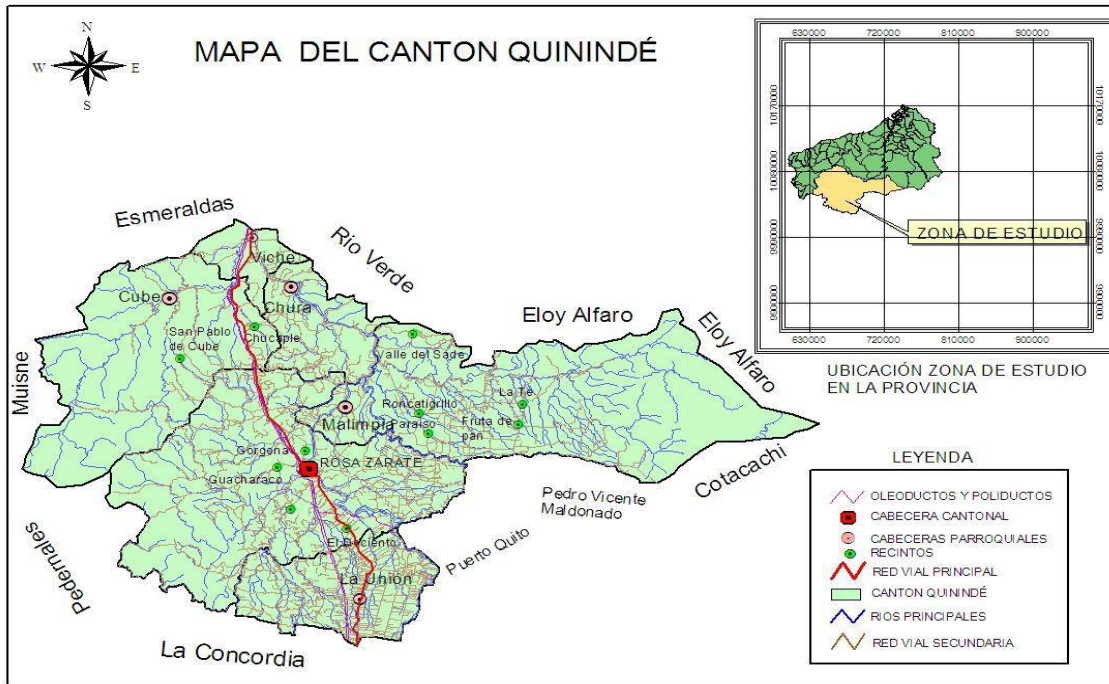
Los medios de comunicación latinoamericanos comparten ciertas características entre sí. Mantienen una lógica comercial en sus industrias culturales. Los medios públicos cumplen un papel discursivo de los gobiernos de turno. Existe una concentración de medios de comunicación. Se evidencia una centralización de los contenidos informativos y de entretenimiento en las principales zonas urbanas de cada región “sistemas poco regulados pero fuertemente controlados por la relación que mantuvieron con los gobiernos” (Becerra, 2014 citado en Barredo, Oller y Hernández, 2015, p. 45).

Gabriela Báez (2018) en su tesis doctoral “Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina: un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente” realiza una comparación entre los medios de comunicación de ambos países, y destaca que el problema fundamental con los medios latinoamericanos, es, por un lado, la escasa regulación del Estado, así como irregularidades en la entrega de frecuencias con favoritismos políticos y predominio de empresas privadas en el ámbito de la comunicación. Por otro lado, la existencia de una concentración monopólica o familiar de los medios de comunicación que les ha dejado una puerta abierta de incidencia en la esfera política de la sociedad.

1.1. Caracterización de Quinindé

Como nuestra investigación se centrará en el cantón Quinindé, procederemos a caracterizar este cantón del Ecuador, su conformación poblacional, economía, principales actividades, entre otros datos importantes que nos permita tener un contexto amplio en el plano social, político, económico de Quinindé.

Gráfico 1. Mapa del cantón Quinindé



Fuente: GAD prov. Esmeraldas 2010.

Quindé es un cantón de Esmeraldas, ubicado al sur este de la provincia, es el segundo cantón más grande de Esmeraldas, en el que habitan 122.000 personas, aproximadamente, población que está distribuida en 28.928 habitantes en la zona urbana y 93.642 en la rural. Cuenta con seis parroquias, una urbana y cinco rurales. La población está compuesta por mestizos, afroecuatorianos y montuvios, especialmente. Sin olvidar que en Quindé se encuentra gran parte de la población Chachi, una población indígena que conserva su propio idioma, costumbres, tradiciones y forma de vida.

Tabla 1. Distribución de la población de Quindé

Distribución de la población	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Urbano	14.301	14.627	28.928

Rural	49.840	43.802	93.642
Total	64.141	58.429	122.570

Fuente: INEC. VII Censo de Población y VI de Vivienda, Año 2010.

Tabla 2. Autoidentificación étnica de la población de Quinindé

Etnia	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Indígena	1.629	1.528	3.157
Afroecuatoriano/a	5.808	5.530	11.338
Negro/a	3.729	3.340	7.069
Mulato/a	5.234	5.095	10.329
Montubio/a	3.192	2.593	5.785
Mestizo/a	39.030	35.307	74.337

Blanco/a	5.344	4.864	10.208
Otro/a	175	172	347
Total	64.141	58.429	122.570

Fuente: INEC. VII Censo de Población y VI de Vivienda, Año 2010.

Según datos tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la actividad principal de los habitantes de Quinindé se basa en la agricultura, ganadería, caza, pesca y selvicultura seguido por la manufactura, construcción, comercio y enseñanza. Al ser Quinindé un cantón agrícola, manufacturero y comercial, especialmente, la mayoría de personas se dedica a realizar actividades relacionadas con estas ramas.

Tabla 3. Actividades de la población de Quinindé

Rama de actividad	Sexo			Área		
	Hombre	Mujer	Total	Urbana	Rural	Total
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	20.790	2.056	22.846	1.601	21.245	22.846
Explotación de minas y canteras	60	8	68	31	37	68
Industrias manufactureras	1.329	311	1.640	742	898	1.640
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	30	5	35	24	11	35
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	76	18	94	62	32	94
Construcción	1.392	23	1.415	758	657	1.415
Comercio al por mayor y menor	2.344	1.819	4.163	2.234	1.929	4.163
Transporte y almacenamiento	1.425	51	1.476	708	768	1.476
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	237	700	937	494	443	937
Información y comunicación	85	69	154	100	54	154
Actividades financieras y de seguros	36	47	83	58	25	83
Actividades inmobiliarias	10	8	18	12	6	18
Actividades profesionales, científicas y técnicas	164	94	258	172	86	258
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	431	145	576	294	282	576
Administración pública y defensa	526	329	855	592	263	855
Enseñanza	582	1.070	1.652	786	866	1.652
Actividades de la atención de la salud humana	121	285	406	234	172	406
Artes, entretenimiento y recreación	78	54	132	78	54	132
Otras actividades de servicios	228	259	487	270	217	487
Actividades de los hogares como empleadores	54	1.274	1.328	401	927	1.328
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	1	-	1	1	-	1
No declarado	3.822	3.089	6.911	1.226	5.685	6.911
Trabajador nuevo	785	542	1.327	598	729	1.327
Total	34.606	12.256	46.862	11.476	35.386	46.862

Fuente: INEC. VII censo de población y VI Vivienda, Año 2010.

Otro dato importante que debemos tomar en cuenta es que la mayoría de la población quinindeña tiene un nivel de educación primario y secundario, a esto quizás se deba la escasez de profesionales quinindeños en áreas de trabajo, en el que se incluye al campo de la comunicación (INEC, 2010).

En el Ecuador se ha hablado de los grandes medios de comunicación, de la estructura que tienen, y su relación con el poder económico y político, pero poco se ha dicho desde lo local y periférico y cómo esas relaciones de poder podrían resultar un obstáculo para el ejercicio de la actividad periodística. Quinindé es considerado periferia porque cumple unas características específicas, como la realización de actividades primarias, se localiza en una zona alejada de las ciudades consideradas céntricas. Sus cuatro medios de comunicación radio Estéreo Quinindé, radio Magia, Digital Cable, y Megavisión Cable, son pequeños y cuentan con pocas programaciones propias, la mayoría de su programación es replicada de otros medios nacionales e internacionales, y de acuerdo a los datos que obtuvimos de nuestra investigación existe precarización laboral para los periodistas que trabajan en estos medios.

CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN NUESTRA SOCIEDAD

En nuestro segundo capítulo elaboraremos un estado del arte que contendrá algunos subtemas, en los que se analizarán estudios relacionados con nuestro tema de investigación. En este capítulo también se incluirá a la metodología misma que usaremos para la realización de nuestro trabajo de campo y posterior análisis de resultados.

En esta parte haremos un recorrido por los avances más importantes sobre los temas relacionados con el poder e instrumentalización de los medios de comunicación. Nuestro estado del arte nos permitirá ubicarnos en un contexto desde el cual podamos averiguar lo que otros autores han investigado y han dicho sobre nuestro tema de interés.

Los medios de comunicación “son actores políticos con intereses particulares que se mueven en un campo atravesado por relaciones de poder” dándole a los ciudadanos solo una parte de la realidad, solo lo que les interesa que se conozca. Priorizan sus intereses de mercado, difunden su visión de la realidad, lo que consideran importante, lo que quieren que se conozca, todo esto con el fin de moderar a las sociedades (Califano, 2015, p. 2).

Para los medios de comunicación los ciudadanos son “solo” receptores, es decir quienes consumen los productos informativos, educativos, culturales, publicitarios, de espectáculo producidos por los distintos medios de comunicación, o dicho en otras palabras son los que mantienen de pie a los medios de comunicación, son el soporte que necesitan para conseguir la mayor cantidad de pautas publicitarias (Sampedro, 1997).

El negocio de los medios de comunicación consiste en vender ciudadanos a los anunciantes, cuanto más audiencia tiene un medio de comunicación más rentable se vuelve y más altos son los ingresos por pautas publicitarias “la otra modalidad comercial del periodismo consiste en vender espacios publicitarios a otras empresas, de forma que éstas tengan acceso a las audiencias que el medio penetra” (Casado, 2013, p. 42).

La información está circulando como una mercancía, no según las leyes de la información, sino según las leyes de la oferta y la demanda y para mejor funcionar están cambiando su naturaleza y se están adaptando para venderse mejor,

se adaptan a las leyes retóricas, no de la información, sino las dominantes de la esfera de la cultura de masas (Ramonet, 2007, p. 4).

Hay que tener en cuenta que con el desarrollo de las nuevas tecnologías la gente puede informarse de inmediato sobre un sinnúmero de temas que no aparecen en los medios de comunicación. Pero no debemos olvidar que la inmediatez tiene dos aristas, por un lado permite que la gente conozca de forma casi instantánea hechos que ocurren al otro lado del mundo y por otro pone en riesgo formas de producción informativa que requieren ser investigadas con más detalle (Casado, 2013).

2.1. Concentración de los medios de comunicación

Hablar de concentración en la propiedad mediática es comprender que una gran parte de medios de comunicación se encuentran en posesión de una minoría que controla la mayor cantidad del flujo informativo, y agrupa monopolios y oligopolios que controlan el mercado de la comunicación, es decir que aunque veamos diversidad de información todas provienen de una misma fuente (Castells, 2008).

Como la comunicación por sí sola ya no genera tanta rentabilidad fusionarse es la alternativa que han encontrado los medios para consagrar grupos mediáticos gigantescos, que además, de agrupar radio, televisión, prensa e internet generan jugosos ingresos económicos, estos oligopolios y monopolios de la comunicación han estado y están presentes en casi todos los países del mundo (Mastrini & Becerra, 2011).

El fenómeno de la concentración de la propiedad de los medios ha sido abordado en los últimos años desde distintas perspectivas teóricas, que han ido más allá de los tradicionales estudios de la economía política de la comunicación desde una perspectiva crítica. Esta última corriente históricamente ha tratado de establecer en qué medida las relaciones de propiedad de los medios de comunicación forman parte de un sistema que procura justificar las relaciones de estratificación social existentes (Murdock & Golding, 1974, citado en Becerra y Mastrini, 2011, p. 52).

Para mantener su poder los medios de comunicación recurren a diferentes estrategias siendo la principal aumentar la concentración del capital “con el propósito de obtener economías de escala y liderazgo en el mercado por medio del poder financiero; y buscan proteger sus ventajas tecnológicas por medio de derechos de registro, leyes de licenciamiento y derechos de propiedad intelectual” (Harvey, 2004, p. 85).

Todas estas estrategias no habrían sido materializadas sin el desarrollo de las nuevas tecnologías. Estas juegan un papel fundamental en el fortalecimiento de los grandes grupos mediáticos y su reproducción en todo el mundo “gracias al perfeccionamiento de las tecnologías con comando a distancia, las organizaciones interconectan sus inversiones bajo la protección de una particular racionalidad empresarial” (De Moraes, 2008, p. 34).

De la concentración de medios se deriva la estrecha relación entre los gigantes mediáticos y los poderes político y económico, los cuales defienden sus intereses entre sí. El poder mediático asume un papel político “sus organizaciones corporativas o empresariales ejercen presiones sobre los gobiernos y las instituciones internacionales para quebrar los marcos jurídicos que limitan las concentraciones o que impiden la constitución de posiciones dominantes” (Mastrini y Becerra, 2006, p. 14).

Todos tenemos en mente el modelo (Silvio) Berlusconi, que se transforma en la primera fortuna gracias a la construcción de edificios y en la primera fortuna de Italia, cuando adquiere el primer grupo mediático de Italia. Estos dos poderes, automáticamente y democráticamente, le van a dar el poder político. Por consiguiente, hoy está la idea de que esa pareja infernal entre el poder financiero y mediático no admite cualquier resistencia. La resistencia tiene un nombre: la voluntad política. Todo sistema que opone voluntad política, a la voluntad de dominar el mundo, inmediatamente, se ve sancionada (Ramonet, 2007, p. 10).

En palabras de José García de Madariaga (2006) los grandes medios de comunicación no pretenden informar a la audiencia, sino generar ingresos económicos, y controlar la opinión pública.

“De los ingresos mundiales de 1,6 billones de dólares con medios y entretenimiento en 2011, solo siete megagrupos, Disney, New Corporation, Time Warner, CBS, Viacom, CC Media Holdings y Live National Entertainment acumularon juntos 145 millones de dólares en doscientos países”, es decir que el negocio de la comunicación deja enormes ingresos económicos sólo para los más poderosos (De Moraes, Ramonet y Serrano, 2013, p. 26).

Un patrón que se repite en cuanto a las estructuras mediáticas y culturales tanto en Europa como en América es el de la concentración de medios de comunicación, la cual ha desarrollado una serie de estrategias para mantener su posición en el mercado y frente a las audiencias para de esta forma mantener el control en la sociedad (Mastrini y Becerra, 2006, p. 33).

2.2. La orientación empresarial de los medios de comunicación

Michel Collon (1995) define a los medios de comunicación como vendedores de mercancía donde “el vendedor no tiene un gran interés en vender la mejor calidad, puesto que la calidad no

es necesariamente lo que más beneficios le va a aportar, el negocio de la información no antepone la máxima calidad, sino el crear una fascinación, un hábito” (p. 142).

Al mismo tiempo que los medios de comunicación se convierten en empresa, con una orientación mercantil, principalmente, y la información se convierte en un bien que se pone a la venta se presentan como “un servicio público y un bien social con determinados privilegios” que responden a intereses ciudadanos cuyo único fin es el de mantener informada a la audiencia (Casado, 2013, p. 43).

A decir de Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2011) los medios de comunicación son instituciones que cumplen una doble función, por un lado son intermediarios entre los ciudadanos y la realidad, por otro lado actúan de acuerdo a intereses que pueden estar relacionados con cuestiones políticas o económicas.

Los medios de comunicación a través de sus distintos mensajes intentan adueñarse del poder del mercado, es decir colocando ideas nuevas o reforzando las que ya existen con el fin de conseguir dinero e influencia en la sociedad “sobre el papel todo es muy democrático, pero hay otra realidad que va por debajo, una realidad de la cual los medios informan poco y forman menos (Reig, 2004, p. 24).

Esta orientación empresarial de los medios de comunicación impide la realización de una actividad periodística en favor de las necesidades ciudadanas porque los intereses y posturas ideológicas de los medios de comunicación y de sus dueños son distintos a los de la ciudadanía, mientras los medios de comunicación quieren obtener ganancias, las audiencias aspiran a recibir información de calidad.

2.3. Medios de comunicación en Ecuador

En este apartado profundizaremos la situación e historia de los medios de comunicación en Ecuador, para finalmente, aterrizar en el análisis de los medios de comunicación en el cantón Quinindé, lugar que es objeto de nuestra investigación.

Hasta el 2008, la actividad periodística en el Ecuador estaba regida por la “Ley de Ejercicio Profesional del Periodista” de 1975. En ese mismo año con la aprobación de la Constitución, se

reconoce como derechos el acceso a la información y libertad de expresión. Hasta que en el año 2013, entra en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación.

Revisando la historia de los medios de comunicación ecuatorianos encontramos que diario El Telégrafo, fue el primer periódico ecuatoriano y se fundó en 1860; posterior a ello aparecieron los dos diarios con mayor circulación a nivel nacional, El Comercio en 1906 y El Universo en 1922 (Chavero y Oller, 2015).

Según datos de 2010, existen unos 35 diarios a nivel local, nacional y regional. En el ámbito de la radio y teledifusión, según los datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones, en diciembre de 2010 existían 1.205 radioemisoras en onda corta, AM y FM, y 444 canales de televisión, incluyendo las estaciones matrices y repetidoras de señal abierta en VHF y UHF, tanto de propiedad privada como pública y comunitaria. Según la misma institución, el 83% de las televisiones eran de propiedad privada, el 17% de servicio público y las comunitarias no tenían representación (0%). En cuanto a los radios, el 89% son de naturaleza privada, el 10,8% de servicio público y apenas el 0,2% comunitarias (Chavero y Oller, 2015, p. 46).

Si queremos entender la comunicación en Ecuador es necesario remontarnos al gobierno de la Revolución Ciudadana, encabezado por Rafael Correa Delgado, quien impulsó la creación de una ley de comunicación, que entró en vigencia en el año 2013, convirtiéndose en una de las actuaciones más importantes en la rama de la comunicación en el país; “se apostó por el reconocimiento de ciertos derechos y garantías jurídicas antes no reconocidas y por la redistribución equitativa del espectro radioeléctrico como principales medidas” (Chavero y Oller, 2017, p. 116).

Los gobiernos que promulgaron leyes en cuanto a comunicación se refieren fueron, fuertemente, criticados y atacados por los grandes medios de comunicación, y los tacharon de opresores, autoritarios y opositores a la libre expresión de los pueblos.

Es que en el ideal de algunos actores de Ecuador y América Latina está muy presente aquella doctrina de la autorregulación, misma que intenta remplazar a la regulación estatal; “la libertad de expresión comercial se inscribe en tensión con la libertad de expresión ciudadana. Toda crítica a esta reducción de la democracia al coto cerrado de la global democratic market place es fustigada como un intento de restauración de la censura” (Mastrini y Becerra, 2006, p. 10).

En el caso, específico, de Ecuador, la comunicación ha adquirido una doble dimensión como resultado de una normativa jurídica impulsada por el gobierno de Rafael Correa, quedando la comunicación establecida como un derecho y un servicio público, lo cual implica la protección

y garantía por parte del Estado y también la responsabilidad social de quienes ejercen la comunicación, novedad nada agradable para las empresas ecuatorianas de comunicación, las que desde siempre se han resistido a una normativa regulatoria (Casado y Sánchez, 2018, p. 265).

En Ecuador los medios de comunicación han estado relacionados con el poder político y económico. Para ejemplificar tomaremos como referencia a Fidel Egas, quien en 2010, era propietario de Teleamazonas, además, accionista principal del Banco de Pichincha, revista Diners, plásticos Ecuatorianos Indulana, Internacional de Materiales, Ingenio La troncal, compañía Minera Gribpe, EICA, Filantravel, Inmobiliaria Ridas, Compañía Ecuatoriana de Pavimentos, Internacional Valores, Inversiones Urbanas, Seguros Rocafuerte, Satelcom TV cable, televisión del Pacífico, Cadena ecuatoriana de Televisión canal 10 CETV, organizaciones Radiales CIA. Ltda. Carrousel, Diario La Razón (Sánchez, 2010, p. 11).

El principal socio de El Universo es, Carlos Pérez Perazo, quien es el ex propietario del banco de préstamos, dueño de algunas emisoras de Guayaquil y de la revista El Financiero. Y el grupo propietarios del diario El comercio es el grupo Mantilla, cuya socia y ejecutiva principal es Guadalupe Mantilla socia del Banco del Pichincha, y de Diners, dueños del Diario El Comercio, El Vespertino, La Revista Familia, Carburando, La pandilla, Radio Platinum FM, agencia de noticias en Ecuadoradio, de radio AM en Quito y de una empresa editora offsetec. Como podemos apreciar estos son grandes grupos de poder, económico y político del país, quienes además siempre han estado relacionados con intereses económicos y políticos internos y externos específicos (Sánchez, 2010, p. 11).

En Ecuador tenemos unos medios de comunicación politizados que responden a intereses particulares. Sus producciones informativas son poco profundas y en su mayoría carecen de contextualización y contrastación de fuentes. Otra de las características de los medios de comunicación ecuatorianos es que se sitúan más cercanos “a los actores políticos que a los civiles, pues acuden en mayor medida a fuentes políticas que a los ciudadanos” (Chavero y Oller, 2017, p. 131).

Los medios de comunicación ecuatorianos tienen sus propios intereses y prefieren tener una libertad absoluta y nada de regulación para “sostener un modelo de negocio como el del diario *Extra*, por ejemplo, donde puedes vender a una mujer desnuda y acompañarla de sangre y eso le permite vender 215 mil ejemplares diarios. Ese modelo de negocio nos afecta cuando empezamos a hablar de derechos” (Casado y Sánchez, 2018, p. 273).

El sistema mediático cumple una doble función, por un lado el de agente económico y por otro el de agente “idologizante”, fija sentidos e ideologías, forma opiniones y traza líneas en el

imaginario social “elabora y difunde contenidos, imponiendo sus reglas propias sin permitir otras opciones, modificaciones o visiones” (De Moraes, 2013, p. 41).

2.4. Metodología

Para la realización de nuestro trabajo de investigación es necesario completar una serie de pasos, entre ellos la elaboración de una metodología que nos permita indagar la estructura de los medios de comunicación en Quinindé, en el marco de los parámetros de la economía política de la comunicación.

Nuestro trabajo de investigación pretende analizar la manera en que se desarrolla la actividad periodística en los medios de comunicación de Quinindé y la relación que estos mantienen con los sectores de poder político y económico del cantón e investigar la existencia de una posible instrumentalización en dichos medios de comunicación.

Al hablar de estructura y economía política de la comunicación nos referimos a lo que se encuentra detrás de la producción informativa, es decir la propiedad de los medios de comunicación, su estructura social, política, económica y cultural. Adentrarnos en este tema es necesario para comprender el funcionamiento de los medios de comunicación y lo que hay detrás de cada información difundida (Casado, 2013).

Y para ello hemos decidido utilizar una metodología con enfoque cualitativo. Nuestra metodología cualitativa nos permite realizar un proceso de investigación flexible, evolucionario y recursivo, es decir que el diseño de la investigación se avanza a medida que esta se va elaborando y no antes como en la investigación cuantitativa, lo que nos permitirá recoger unos datos ricos en contenido que nos aporten mucho más en nuestra investigación, además que nos permitirá realizar una descripción detallada de los fenómenos existentes (López, 2002).

Para la investigadora De Souza Minayo (2010) la investigación cualitativa es una de las que más datos nos van a aportar y esto se debe a que este tipo de investigación entiende y comprende que vivimos en un mundo intersubjetivo y que cada hecho o acontecimiento es observado de una manera distinta por los diferentes sujetos y que por ello es importante recabar datos de los sujetos que intervienen en el proceso de investigación.

Como la primera tarea de todo investigador es conocer la documentación existente sobre el tema que está investigando nuestro primer paso metodológico fue realizar un análisis bibliográfico y documental que nos permitió adentrarnos en el tema que es de nuestro interés, es decir el poder y la instrumentalización de los medios de comunicación; esto nos dio paso para elaborar nuestro marco teórico y estado del arte de una forma rigurosa, clara y precisa, de modo que nuestro posterior análisis de datos no sea dudoso o impreciso. También, a través del análisis documental pudimos conocer la estructura de los medios de comunicación en Quinindé, años de funcionamiento, principales ingresos y toda la información que nos fue de utilidad para su posterior caracterización.

El análisis de contenido ya sea documentos escritos como libros, revistas o visuales como fotografías o videos constituye el vestigio documental más importante dentro de la investigación cualitativa “no obstante, en general, el documento escrito, como fuente de observaciones sociales, tiene carácter secundario ya que no ofrece los mismos fenómenos sociales que han tenido lugar, sino el resultado de la percepción e interpretación de ellos por el escritor, que siempre es parcial e incompleta” (López, 2002, p. 171).

Por ello, es obvio que los documentos presentan también un carácter indirecto, ya que no permiten al que los utiliza un contacto directo con los hechos, sino mediato, a través de los documentos. Sin embargo, el texto o discurso grabado no son sólo huellas dejadas por las personas sino Instrumentos privilegiados para estudiar los cambios a través del tiempo (López, 2002, p. 171).

Además, como esta técnica constituye una fuente muy valiosa de datos podemos tener una mejor comprensión de nuestro caso de estudio por medio de una descripción pormenorizada de conceptos y hallazgos encontrados en los documentos revisados.

Los documentos que revisamos para nuestra investigación fueron en primer lugar, registros de medios que pudimos encontrar en la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) en el que constaba el número de medios existentes en Quinindé, la propiedad de los medios de comunicación en Quinindé, años de funcionamiento del medio, cobertura que ocupa, representante legal, frecuencia, años de concesión y otros datos importantes que sirvieron para comprobar la estructura económica de los medios en Quinindé y las posibles incongruencias de la realidad y status legal de estos medios.

Otro de los documentos que revisamos fueron los registrados por los medios de comunicación de Quinindé, en la Superintendencia de Compañías Valores, y Seguros (SUPERCIAS) aquí

pudimos encontrar algunos datos importantes como: principales accionistas de los medios de comunicación de Quinindé, información de estados financieros de las compañías de comunicación, administradores pasados y actuales, kardex de accionistas y otros datos que nos sirvieron para complementar con los ya adquiridos en Arcotel.

Para completar la información obtenida por estas dos instituciones, antes mencionadas, fue necesario realizar una revisión de documentos en el portal del Servicio de Rentas Internas (SRI) esto para conocer si los representantes legales, dueños o accionistas de los medios de comunicación de Quinindé, poseían otras propiedades o realizaban otras actividades económicas a la par con sus respectivos medios de comunicación y así poder corroborar si se estaba cumpliendo con lo dispuesto en el artículo 312 de la Constitución, en el que se establece que los grupos financieros, accionistas, o sus representantes legales no podrán participar, ni invertir en actividades relacionadas con medios de comunicación.

Además, de esto también se revisó documentación existente en el Ministerio del Trabajo, sobre las actividades que le corresponde realizar a los comunicadores sociales, y el sueldo que debieran percibir por su trabajo. Estos datos nos sirvieron para nuestro posterior trabajo de campo en el que se consultó con los periodistas de Quinindé, cuánto dinero perciben por su trabajo y las actividades que desarrollan en su puesto de trabajo.

En la parte que corresponde a la revisión bibliográfica fue necesario el estudio de textos relacionados con poder, instrumentalización, medios de comunicación, periferia; esto para profundizar de manera conceptual la problemática que estamos estudiando y para ello tomamos como referencia a autores latinoamericanos, estadounidenses y europeos, entre los que destacamos a Daniel Hallin, Martín Becerra, Guillermo Mastrini, Denis de Moraes, Ignacio Ramonet, Manuel Castells, entre otros, quienes han hecho estudios relacionados con nuestro tema de investigación y nos han servido de soporte para la construcción de nuestro marco teórico, estado del arte y antecedentes.

Pero también revisamos la Constitución, Ley de Comunicación (LOC), información emitida por los medios de comunicación referente a la LOC, consultas populares y decretos relacionados con la comunicación en el país, esto para complementar lo ya obtenido de las teorías utilizadas.

Además, fue necesario el análisis de tres noticieros difundidos por Megavisión, en los que pudimos analizar algunas piezas informativas que forman parte del análisis de resultados, así

como las propagandas difundidas en este medio de comunicación referente al trabajo del municipio de Quinindé, cuyo alcalde es miembro de la familia propietaria de este medio, para ello usamos el programa In Vivo, mediante el que contamos cuantas veces se menciona al municipio de Quinindé y su alcalde durante los noticieros, esto nos permitió tener una idea del manejo de la información en este medio y a su vez poder analizar el tono en que se presentan este tipo de noticias.

Tabla 4. Tabla de documentos consultados

Documento	Institución	Fecha de consulta
Listado completo de radiodifusión y tv a nivel nacional	ARCOTEL	Mayo 2019
Sistemas de audio y video autorizados a nivel nacional	ARCOTEL	Mayo 2019
Datos de compañías mercantiles (Portal de información pública)	SUPERCIAS	Junio 2019
Salarios mínimos sectoriales 2019	MDT	Julio 2019
Consulta de RUC	SRI	Enero 2020
Ley Orgánica de Comunicación (LOC)	Asamblea Nacional	Enero 2020

Constitución 2008	Asamblea Nacional	Enero 2020
Noticieros	Megavisión	14 de septiembre 2019 17 septiembre 2019 19 septiembre 2019

Para identificar las dinámicas del trabajo periodístico que realizan los comunicadores en los medios de comunicación de Quindé se realizaron entrevistas abiertas y semi-estructuradas a diversos profesionales vinculados a esta actividad periodística, y también a los dueños de los medios de comunicación de Quindé.

Utilizamos a la entrevista cualitativa en nuestra investigación porque es más flexible y posee un carácter subjetivo “se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)”. Con esto se intenta construir significados sobre un tema en particular, y en nuestro caso sobre el poder e instrumentalización de los medios de comunicación en Quindé (Hernández et al., 2014, p. 404).

Las entrevistas semi-estructuradas le permiten al investigador introducir otras preguntas adicionales que pueden ayudar a precisar conceptos y obtener mayor información que quizá las entrevistas estructuradas no lo permitan. Mientras que en las entrevistas abiertas las personas tienen más libertad para interactuar con el entrevistador y tocar temas que quizás no estaban contemplados en la entrevista pero que aportan datos importantes para la investigación. A pesar que las preguntas en las entrevistas abiertas y semi-estructuradas se sustentan en una guía de temas a tratar el investigador tiene la flexibilidad de agregar otros temas que vayan apareciendo a lo largo de la conversación (Hernández et al., 2014).

Para conocer las circunstancias que los periodistas de Quindé atraviesan en el desarrollo de su profesión se recabaron un total de catorce entrevistas realizadas a los comunicadores de los cuatro medios de comunicación de Quindé y a otros comunicadores independientes. También se hicieron entrevistas a los propietarios de los cuatro medios de comunicación; estas entrevistas

nos orientaron sobre si la estructura y propiedad de los medios tiene influencia en las dinámicas periodísticas y líneas editoriales en un cantón periférico con las características que posee Quinindé.

La muestra para realizar las entrevistas abiertas y semiestructuradas tanto a los periodistas como a los dueños de medios de comunicación de Quinindé, fue a la totalidad de la población de este sector; debido a que la actividad comunicativa en este cantón es realizada por cuatro medios de comunicación y un pequeño grupo de comunicadores.

A continuación presentamos un cuadro con la descripción de dichas entrevistas:

Tabla 5. Datos periodistas entrevistados

N°	Cargo	Medio	Fecha de entrevista
1	Director de noticias, reportero, editor, y presentador	Megavisión Cable S.A	14 de septiembre de 2019
2	Reportero, editor y presentador de noticias	Megavisión Cable S.A	13 de septiembre de 2019
3	Reportera, editora y presentadora de noticias	Megavisión Cable S.A	12 de septiembre de 2019
4	Reportero de noticias	Megavisión Cable S.A y radio Magia Satelital	13 de septiembre de 2019
5			

	Presentador de noticias	Digital Cable S. A	11 de septiembre de 2019
6	Productor de noticias	Digital Cable S. A	17 de septiembre de 2019
7	Presentador de noticias	Radio Magia Satelital	15 de septiembre de 2019
8	Presentador de noticias y conductor de programa vivencial	Radio Magia Satelital	11 de septiembre de 2019
9	Reportero de noticias	Radio Magia Satelital	17 de septiembre de 2019
10	Reportero y Presentador de noticias	Radio Estéreo Quinindé	11 de septiembre de 2019
11	Periodista de Quinindé	Anónimo	16 de septiembre de 2019

12	Periodista de Quinindé	Anónimo	22 de septiembre de 2019
14	Periodista de Quinindé	Anónimo	23 de septiembre de 2019 30 de agosto de 2020
14	Periodista de Quinindé	Independiente	30 de septiembre de 2019
	Observación participante	Megavisión Cable Quinindé	09 de septiembre hasta el 19 de septiembre de 2019

Tabla 6. Datos de propietarios de medios de comunicación

N°	Medio	Fecha de entrevista
1	Propietaria Megavisión Cable S.A	11 de septiembre de 2019
2	Propietario Digital TV Cable S.A	12 de septiembre de 2019

3	Propietaria Radio Estéreo Quinindé	11 de septiembre de 2019
4	Propietario Radio Magia Satelital S.A	23 de septiembre de 2019

Para concluir con nuestra metodología utilizamos la técnica de observación participante; esta técnica consiste en la interacción social entre el investigador y los informantes, misma que permite la recolección de datos de modo sistemático y ordenado (Angrosino, 2012).

Es considerada una técnica que da la posibilidad de registrar las acciones de los sujetos en un contexto natural, lo que da paso a la descripción de sucesos, a una comprensión profunda y completa del accionar de los participantes. Para lo cual el investigador o investigadora se integra en la vida de los involucrados en el estudio o investigación realizada “la observación participante toma en consideración los significados que los sujetos implicados atribuyen a sus actos, en tal sentido favorece la intersubjetividad” (Monje, 2011, p. 153).

Al utilizar esta técnica de investigación intentamos por un lado acercarnos a la forma en que los periodistas realizan su trabajo en los medios de comunicación de Quinindé, y por otro a la manera en que se construyen las noticias, indagando en primer lugar si estas cumplen con la debida contrastación y verificación de fuentes, y posteriormente, bajo que parámetros se elabora la agenda de coberturas informativas en los medios de comunicación de Quinindé.

Como nuestro caso de estudio es Quinindé y sus medios de comunicación hemos decido realizar una investigación de campo en los cuatro medios de comunicación, sin embargo la observación participante decidimos realizarla en Megavisión Cable, el medio con mayor cobertura mediática en el cantón. Esta observación participante fue realizada desde el 09 septiembre al 19 de septiembre de 2019.

El objetivo de la observación participante es comprender el comportamiento y las experiencias de las personas como ocurren en su medio natural. Por lo tanto, se interesa en observar y registrar información de las personas en sus medios con un mínimo de estructuras y sin interferencia del investigador (Monje, 2011, p. 153).

Para fines de la observación participante la investigadora estuvo durante dos semanas dentro del medio realizando un seguimiento minucioso al trabajo periodístico que se realiza en este medio

de comunicación y pudo presenciar el proceso de construcción en las noticias, y bajo qué criterios se incluían o excluían los temas noticiosos y quien o quienes decidían lo que se publicaba o dejaba de publicar.

También, acompañó a los periodistas a sus diferentes coberturas informativas tomando nota de todo el proceso que realizaban los comunicadores, desde que se les designaba el tema a cubrir, hasta cuando entrevistaban, editaban y presentaban las noticias en los diferentes espacios informativos.

Lo que intentamos hacer a través de esta técnica de investigación es conseguir un escenario en el que la investigadora y los informantes pudieran tener una interacción fluida, de manera que los informantes olvidaran que estaban siendo observados y obtener unos datos ricos en contenido que aporten en el desarrollo de nuestra investigación.

CAPITULO III MARCO TEÓRICO

3.1 Poder

En general, creo que el poder no se construye a partir de «voluntades» (individuales o colectivas), ni tampoco se deriva de intereses. El poder se construye y funciona a partir de poderes, de multitud de cuestiones y de efectos

de poder. Es este dominio complejo el que hay que estudiar. Esto no quiere decir que el poder es independiente, y que se podría descifrar sin tener en cuenta el proceso económico y las relaciones de producción.

Michel Foucault

Uno de los conceptos claves para nuestro trabajo de investigación es analizar la cuestión del poder y las relaciones que este implica, para lo cual trabajaremos con autores como: Michel Foucault, Max Weber, Pierre Bourdieu, Enrique Dussel, entre otros. La lectura y análisis de sus obras nos ayudarán a comprender lo que es el poder, así como el poder que subyace en los medios de comunicación y la forma en que este podría influir en el pensamiento de los individuos.

El sociólogo alemán, Max Weber, también conocido como el padre de la sociología define al poder como una relación en la cual se impone la voluntad de alguien por encima de otros, aun cuando exista algún tipo de resistencia. El poder aparece de distintas formas en la sociedad, ya sea por medio de la fuerza o la dominación, este último concepto tiene que ver con el ejercicio de poder a través de la disciplina y la obediencia “debe entenderse por dominación la probabilidad de encontrar obediencia dentro de un grupo determinado para mandatos específicos, o para toda clase de mandatos” (Weber, 2012, p. 1).

El ejercicio de poder a través de la dominación es el que está legitimado por la sociedad y para ello Weber identifica tres tipos de dominación. Dominación racional, dominación tradicional y dominación carismática, todos con una misma función. El ejercicio de poder a través de la dominación racional se produce por medio de los aparatos estatales e instituciones como los medios de comunicación por ejemplo. La dominación tradicional está arraigada a las costumbres y tradiciones que están presentes en la sociedad. Y la última es la dominación carismática, la cual se ejerce por medio del heroísmo y el carisma de ciertos personajes, ya sean políticos, religiosos o mediáticos (Weber, 2012).

Michel Foucault, este sociólogo francés, uno de los grandes pensadores del siglo XX, afirma que el poder es la manera en que los individuos se relacionan en su entorno social, para lo cual emplean técnicas de adiestramiento y dominación a través de instituciones como: la familia, las instituciones educativas, la policía, medios de comunicación, y el mismo Estado. Estas relaciones

de poder buscan que los sujetos dominados sigan ciertas normas y reglas que se les ha impuesto, y si estas normas no son acatadas se emplean otras técnicas como el castigo, por ejemplo. En palabras del mismo Foucault, el poder es algo “que no está sólo en instancias superiores de la censura, sino que penetra de un modo profundo, muy sutilmente en toda la sociedad” (Foucault, 1995, p. 25).

Las relaciones de poder tal como funcionan en una sociedad como la nuestra se han instaurado, en esencia, bajo determinada relación de fuerza establecida en un momento determinado, históricamente localizable, de la guerra [...]. Toda relación de fuerza implica en todo momento una relación de poder (que es en cierto modo su forma momentánea) y cada relación de poder reenvía, como a su efecto, pero también como a su condición de posibilidad, a un campo político del que forma parte (Foucault, 1992, p. 144).

Para el sociólogo francés Pierre Bourdieu, un destacado representante de la sociología contemporánea el concepto de poder no dista mucho de anteriores autores, éste también afirma que el poder es una cuestión de dominación de unos privilegiados sobre otros que poco o nada tienen. Este ejercicio de poder se lleva a cabo por medio de la autoridad, misma que es legitimada por los dominados a través de las instituciones educativas, medios de comunicación e iglesia, principalmente, las cuales se encargan de moldear pensamientos y normalizar la existencia de desigualdades sociales “todo poder de violencia simbólica, o sea, todo poder que logra imponer significados e imponerlas como legítimas disimulando las relaciones de fuerza en que se funda su propia fuerza, añade su fuerza propia, es decir, propiamente simbólica, a esas relaciones de fuerza” (Bourdieu, 1977, p. 44).

Hasta las relaciones sociales están atravesadas por el poder, o dicho en otras palabras por relaciones de imposición de “unos sobre otros” esos unos son los grupos de poder que ejercen el poder simbólico sobre esos otros, los más desposeídos. Para el poder es necesario convertir las relaciones arbitrarias de dominación en relaciones legítimas y para ello usan otras significaciones (sobrenaturales, si se quiere) que legitimen el proceso de dominación. (Bourdieu, 1977).

Entre cada punto del cuerpo social, entre un hombre y una mujer, en una familia, entre un maestro y su alumno, entre el que sabe y el que no sabe, pasan relaciones de poder que no son la proyección pura y simple del gran poder del soberano sobre los individuos; son más bien el suelo movedizo y concreto sobre el que ese poder se incardina, las condiciones de posibilidad de su funcionamiento. La familia, incluso hasta nuestros días, no es el simple reflejo, el prolongamiento del poder de Estado; no es la representante del Estado respecto a los niños, del mismo modo que el macho no es el representante del Estado para la mujer [...] (Foucault, 1992, p. 157).

Sin embargo no existe un poder absoluto que domine o controle todo en su entorno. En todas las relaciones de poder existe la posibilidad de resistencia que podría afectar a dominantes y

dominados, pero cuando “la resistencia y el rechazo se vuelven considerablemente más fuertes que el cumplimiento y la aceptación, las relaciones de poder se transforman: las condiciones de la relación cambian, el poderoso pierde poder” [...] y como resultado de este proceso tenemos o un cambio institucional o un cambio estructural, todo depende del cauce que tomen dichas relaciones de poder (Castells, 2009, p. 34).

Para el sociólogo español Manuel Castells, el poder está definido por los valores y las instituciones. Se refiere al poder como un proceso fundamental dentro de la sociedad que posibilita a un actor, social o político influir de manera desigual en las decisiones de otros actores, “el poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones” (Castells, 2009, p. 33).

El miedo es otra de las herramientas que utiliza el poder para mantener bajo su dominio a los ciudadanos, y hoy más que nunca esa herramienta ha cobrado fuerza y juega un papel fundamental en el mundo “el recurso del miedo, empleado por los sistemas de poder para disciplinar a sus poblaciones ha dejado un horrible rastro de sangre derramada” (Chomsky, 2020, p. 1).

Para cerrar este apartado correspondiente al poder citamos al académico, filósofo e historiador argentino- mexicano Enrique Dussel, también reconocido como el fundador de la filosofía de la liberación quien tiene una visión humanista sobre el poder. Para este autor el poder es un ejercicio de obediencia del Estado hacia los ciudadanos. Considera que el poder es fuerza y proviene de la voluntad de vida, de querer vivir bien en una comunidad política, y la sede del poder es el pueblo no lo contrario como veíamos con anteriores autores “el Estado es un aparato obediencial del pueblo y representante del pueblo, elegido por él, y que debe crearse además una participación institucional que el Estado moderno no ha creado” (Dussel, 2017, p. 3).

El poder a fin de cuentas es una situación en la que se necesita mantener el dominio y control sobre situaciones o personas que podrían alterar el orden establecido y el “status quo” sin olvidar que el poder también radica en los dominados, quienes son capaces de lograr cambios estructurales cuando levantan su voz y reclaman sus derechos.

3.1.2. Poder de los medios de comunicación

El hecho que la clase dominante haya conservado sus medios de comunicación confiere a la lucha ideológica un carácter genuino. Para adentrarnos más a fondo en su configuración, hace falta indagar cómo dichos medios se ubican en la estrategia global de ocultamiento e inversión de la realidad que aplican el imperialismo y, por ende, la burguesía criolla. Es decir, delinear el rostro general del poder ideológico del enemigo de clase, desde la especificidad de la comunicación masiva.

Armand Matterlat

Hablar sobre el poder de los medios de comunicación es necesario para comprender que la comunicación no es genuina, ni tampoco inocente, que todo producto comunicacional generado desde los medios de comunicación tiene un fin específico, y que nada de lo que se dice en los medios es casual.

En el presente trabajo de investigación es importante abordar la cuestión del poder porque nos interesa averiguar sobre el poder en los medios comunicación en Quindé, además de estudiar las estructuras de los medios de comunicación, saber su conformación y a quienes pertenecen; si sus dueños forman parte de la política o tienen otras actividades económicas que les impidan manejar sus medios como herramientas informativas, pensando en las necesidades ciudadanas

Existe una relación directa entre el poder y los medios de comunicación. Vicente Romano afirma que la comunicación es un campo de acción deseado por el poder político y económico porque la información es poder y quien la posee es capaz de dominar a los demás “cuando la información está en manos de los pocos, estos pueden utilizarla para el dominio de los muchos, hurtándoles así el conocimiento de la realidad y sus posibilidades de modificación” solo así se entendería que la comunicación sea tan disputada y esté concentrada en pocas manos (Romano, 2000, p. 8).

Los medios de comunicación reciben gran influencia del poder político, pero sobre todo del económico, este segundo es el que controla a los medios de comunicación y los condiciona para el servicio de sus intereses. Y como consecuencia tenemos unos medios de comunicación limitados, que en vez de servir como herramienta para contrarrestar el poder comparten sus mismos intereses, es decir que mantienen una estrecha relación con el poder, lo cual les impide disgustarse y trabajar por separado (Casado, 2013).

Estos intereses en común que mantienen los poderes político, económico y mediático limitan la posibilidad de una distancia crítica con la comunicación. De hecho, el sector de la comunicación es un actor tan importante como lo es el sistema político y económico, como bien lo dice Ramonet, aquel que posee un medio de comunicación o a este de su lado tiene el control total porque la información es una “industria estratégica que tiene una rentabilidad en muchos aspectos (económica, ideológica y política). Hoy en día, el poder mediático está articulado con el poder económico y que esa articulación permite la adquisición del poder político” (Ramonet, 2005, p. 7).

Jesús Martín Barbero (1978) advertía "que la fusión de la fuerza económica y del control de información, fabricación de imágenes, formación de la opinión pública, llámese como se quiera, llegaría a ser la nueva quintaesencia del poder nacional e internacional" (p.26).

A decir de Castells (2008) el poder de los medios de comunicación reside en la capacidad para imponer su voluntad sobre otros actores “todos los sistemas institucionales reflejan relaciones de poder, además de los límites a estas relaciones de poder tal y como han sido negociadas por parte de un proceso histórico de dominación y contra dominación” la comunicación e información son fuentes de poder y contrapoder, es decir que pueden contribuir a la dominación o al cambio social, todo depende de su ideología y visión política (p. 2).

Denis de Moraes describe el poder de los medios de comunicación como algo desmaterializado e invasivo que expande su dominación de una manera silenciosa logrando penetrarse por todos lados incluso por los más recónditos, implantando sentidos e ideologías en el imaginario social, decidiendo y seleccionando lo que se debe dar cobertura o no, creando sus propias reglas “de juego” incluso sus propios códigos deontológicos y de regulación con el objetivo de ubicarse en la cima, incluso por arriba de las instituciones estatales y de los poderes que son elegidos democráticamente por el pueblo (De Moraes, Ramonet y Serrano, 2013).

En palabras de Raymond Williams los medios de comunicación ejercen su poder difundiendo temas que ellos mismos organizan e implementan en sus agendas informativas para fomentar creencias y costumbres que conllevan al consenso social. De esta manera consiguen eliminar otras formas de pensamiento que no van en la misma línea que los medios de comunicación (Williams, 2013).

Hallin y Mancini (2008) en su libro “Sistemas Mediáticos Comparados” describen a los periodistas como publicistas que comprenden que su trabajo consiste en influir en la opinión pública porque los medios de comunicación cumplen el rol de complementar al sistema político y económico “en nombre de alguna facción o causa política y en muchos de los casos los periódicos fueron fundados por iniciativa de los partidos u otros actores políticos, o fueron subvencionados por ellos” (p. 24).

El sistema mediático también ejerce su poder por medio de la fetichización, es decir a través de la creación de representaciones, con las cuales los receptores se sienten identificados y fácilmente pueden ser manipulados.

En tiempos de la antigüedad los fetiches eran ídolos materiales. Y en la comunicación la creación de fetiches se refiere a la creación de modelos de vida, de cultura muy diferentes a lo que vemos en la realidad, es decir que los medios de comunicación a través de sus programas hacen que sus audiencias deseen cosas que no son indispensables en el diario vivir, les venden un modelo de vida casi perfecto, un modelo de vida en el cual el epicentro es el consumo.

Como tal este concepto apunta a borrar todo esquema de estratificación social y ofrecer a los receptores la imagen de una sociedad acéfala, sometida al mismo determinismo indiferenciador. En otras palabras este lenguaje sirve de pantalla, de coartada a un aparato de dominación, de fórmula que permite disolverlo en el universo eufórico de la modernidad, del consumo, de la publicidad (Mattelart, 1978, p. 206).

Al mismo tiempo que los medios de comunicación tienen el poder de la creación mental de realidades, son la realidad en sí misma. Los medios de comunicación también influyen en las formas de participación política de los ciudadanos “ya sea creando una realidad social despolitizada ya sea por la estimulación de técnicas plebiscitarias de encuestas de opinión pública o la simple conversión de las campañas electorales en tácticas de mercadeo”. (Reig, 2004, p. 46).

A pesar que su función no está sometida a un control social quienes trabajan en los medios de comunicación tienen el mismo o más poder de influencia en la toma de decisiones que los

políticos, y a su vez estos medios también tienen la función de educar a sus públicos, de la misma manera que las instituciones educativas a sus estudiantes, con la gran diferencia que ellos (los medios de comunicación) “no se encuentran sometidos a las decisiones democráticas que toda política y decisión educativa acarrea” (Quiroz y Sierra, 2016, p. 222).

Siguiendo esta línea de pensamiento Alberto Moncada (2001) afirma que el poder económico domina todos los espacios de la vida incluyendo el ámbito de la comunicación y que los periodistas se convierten en herramientas útiles del sistema capitalista, y están condicionados a defender los intereses de los medios de comunicación para los que trabajan.

Todo es porque él que ejerce el poder, especialmente el económico, no tiene respeto por los límites del crecimiento. Y la gente no tiene fuerza contra los poderes. Lo que hay es un gran déficit democrático en el sentido de que las democracias están debilitándose. La gente vota menos, participa menos y se está convirtiendo, no en ciudadano, sino en consumidor (p. 1).

Los medios de comunicación a través de la historia han sido recordados por aliarse con sectores que buscan conseguir objetivos muy alejados del informativo. Como ejemplo tomaremos el papel protagónico que tuvieron en la Primera Guerra Mundial y la forma en que convirtieron a una sociedad pacífica en conflictiva, belicista y con sed de venganza. Chomsky y Ramonet a través de sus estudios concluyen que “el poder financiero y empresarial y los medios de comunicación fomentaron y prestaron un gran apoyo a esta operación (La Segunda Guerra Mundial) de la que a su vez, obtuvieron todo tipo de beneficios” (Chomsky y Ramonet, 2008, p. 9).

Cuando los medios de comunicación se alían a los sectores de poder, ya sean económicos o políticos pierden la esencia para lo que fueron creados, es decir una herramienta de información para contrarrestar a los poderes antes mencionados y terminan convirtiéndose en un ente opresor y manipulador con los ciudadanos que se informan a través de sus canales. Pero si los ciudadanos no los utilizan o no tienen acceso a ellos, no forman parte del intercambio social de información (Romano, 2000).

Las estrechas relaciones entre el poder económico, político y mediático provocan que los medios de comunicación olviden el fin para el que fueron creados, y pasan a compartir sus mismo intereses y objetivos “los lectores, destinatarios finales de la información, no logran ni siquiera sospechar el carácter de los medios hegemónicos como instrumento de dominación de la clase

privilegiada, reproductores del modelo de sociedad que perpetúa el statu quo. (Casado, 2018, p. 16).

Los autores que hemos revisado para elaborar esta parte de nuestro trabajo de investigación coinciden en que los medios de comunicación tienen en sus manos el poder de crear realidades y presentarlas de acuerdo a su visión o intereses particulares. También, que los medios de comunicación están condicionados tanto por el poder político como económico y esto es lo que les impide trabajar en favor de las necesidades ciudadanas, y ya no sirven para contrarrestar el aparato de poder sino que son parte de este y lo fortalecen sin que los ciudadanos en ocasiones lo noten. Los medios de comunicación no solo forman parte de la estructura de poder sino que están en la cima.

Entonces estudiar el poder que se ejerce desde los medios de comunicación es relevante en nuestra investigación porque de esta manera podemos comprender que estos tienen sus propios intereses y no siempre responden a las necesidades ciudadanas incluso en ocasiones omiten u ocultan temas relevantes para los ciudadanos quienes de alguna manera confían en ellos.

Es necesario para nuestra investigación hablar sobre el poder de los medios porque de esta manera podremos averiguar si en Quindé, los medios de comunicación están ligados a sectores de poder y con qué intereses o ideología difunden sus distintas producciones informativas, qué es lo que los ciudadanos reciben finalmente.

3.2 Periferia

Para continuar con nuestro trabajo de investigación es necesario adentrarnos en el concepto de periferia uno de los conceptos claves en la elaboración de nuestro marco teórico.

Si queremos entender el concepto de periferia hay que explicar la correlación existente entre centro-periferia, este concepto lo vamos a desarrollar con autores-pensadores de la teoría crítica como: Raúl Prebisch, Armand Mattelart, Immanuel Wallerstein, Theotonio dos Santos, Juan Díaz Bordenave, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), principalmente, pero también utilizaremos otros autores con otra línea de pensamiento que nos ayuden a conceptualizar esta parte de la investigación.

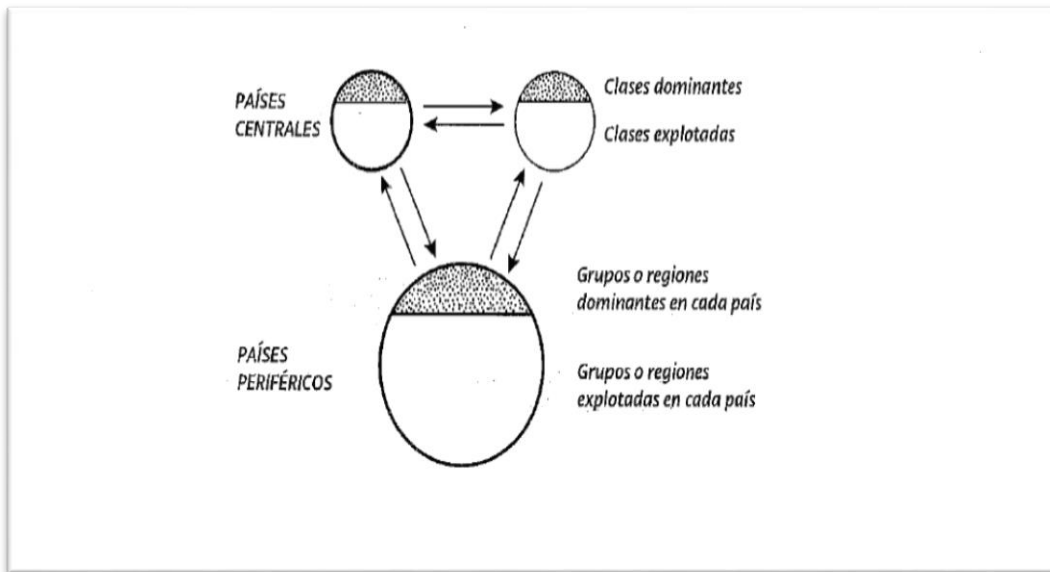
En términos generales el centro-periferia hacen referencia a las desigualdades tanto económicas, sociales, culturales, políticas que pudieran existir entre determinados lugares, países o sectores pero también se refiere a conceptos como: primer mundo, tercer mundo, norte, sur siendo los segundos la periferia, es decir lo otro, lo que está fuera o alejado de lo céntrico, lo inculto y subdesarrollado como veremos más adelante en este mismo capítulo.

Raúl Prebisch y la CEPAL, a mitad del siglo XIX desarrollaron los conceptos de centro-periferia con un enfoque latinoamericano, definiendo a los primeros como naciones desarrolladas, poseedoras de una gran infraestructura que incrementaron sus riquezas con base a la explotación de las periferias, es decir de los países de Latinoamérica, mientras que los centros con la división internacional del trabajo eran los generadores de progreso técnico y desarrollo industrial, la periferia era explotada tanto en recursos naturales como en mano de obra.

Immanuel Wallerstein define a los centros como naciones desarrolladas que explotan a las periferias tanto en mano de obra como en recursos naturales, más que concepto la periferia es un sistema económico que surgió en el siglo XVI, cuando las potencias europeas que tenían sus colonias en América, principalmente, comenzaron a explotar riquezas de tierras que habían conquistado, pero ya en el siglo XIX, la mayor parte del mundo había optado por este sistema de producción quedando así esta división de centro-periferia, cada uno con sus respectivas características, que profundizaremos en este capítulo (Wallerstein, 1974).

Los países desarrollados o considerados centros elaboran productos complejos con base a la tecnología y dependen de los productos naturales o materias primas proporcionados por las periferias. Los centros, finalmente, venden sus productos con elevados precios, mucho más que las periferias sus materias primas. La dominación de los centros hacia las periferias se manifiesta mediante una serie de aspectos siendo los principales dependencia mental, social, económica, cultural, educacional, que han ido presentándose de manera sistemática (Díaz Bordenave y Martins, 2015).

Gráfico 2. División centro- periferia



Fuente: Juan Díaz Bordenave

La zona central dispone de una economía industrializada y dominan el sistema-mundo. Cuanto más al centro del sistema, mejor acceso y posibilidades de mantener una situación favorable, mientras que cuanto más periférico, mayores dificultades de desarrollo. Se configura, de este modo, el sistema-mundo donde las naciones del centro se disputan la hegemonía; los semiperiféricos, el acceso al centro; y los periféricos, la salida de la peor posición de influencia (Wallerstein, en revista Akal, 2017, p. 3).

Podríamos decir que la dualidad centro- periferia es un concepto que va mucho más allá de lo económico y abarca aspectos desiguales que tienen que ver con lo social, político, económico, cultural, educacional. Estos aspectos desiguales se intensifican con la división internacional del trabajo, con la que los centros se convierten en referentes de desarrollo para los países periféricos es en este proceso que los países del primer mundo se apropian de la plusvalía creada por la clase trabajadora (Wallerstein, 1974).

Los centros y periferias no deben ser entendidos, solamente, como zonas de una determinada geografía, sino también como formas distintas de producción que desde luego, también conforman distintos espacios geográficos con una determinada estructura social, política, económica y cultural que está influenciada por el sistema capitalista global.

3.2.1 Definición de periferia

Raúl Prebisch define a la periferia como un conjunto de desigualdades económicas, sociales, políticas que han sido aprovechadas por los centros para enriquecerse a sí mismos. Las periferias tienen unas condiciones de desigualdad en comparación con los centros siempre al margen de

todo el proceso de industrialización como resultado de la división internacional del trabajo; a pesar de tener gran cantidad de recursos naturales son explotados en diferentes ámbitos, para ejemplificar diremos que los recursos naturales de las periferias son explotados por los centros quienes luego de manufacturar estos productos los traen de vuelta a los países periféricos con altísimos costos. (Prebisch, 1950).

La palabra periferia es un derivado del griego *periphoreia* (llevar alrededor), la palabra periferia aparecía en los diccionarios más importantes del siglo XIX como la línea que forma el círculo o cualquier figura curvilínea, es decir, el contorno o superficie exterior de un cuerpo geométrico. Este significado no se utilizó en términos geográficos y urbanos hasta los inicios del siglo XX, cuando en forma de neologismo se define como cercanías o alrededores de un lugar. Espacio que rodea un núcleo cualquiera. Los lugares o partes en torno a un centro / La distancia alejada y perimetral con relación a un centro es el concepto básico del cual se parte para definir este nuevo proceso en la ciudad: el espacio urbano construido de forma dispersa más allá de las murallas (Revista Bitácora, 2005, p. 101).

Para Immanuel Wallerstein (1979) la periferia no es otra cosa que un conjunto de desigualdades que se dan entre y dentro de los países siendo los centros quienes controlan la economía, la cultura, la tecnología, la educación a nivel local y global porque dentro de las periferias también podemos hacer esta división centro-periferia. El sistema- mundo de Wallerstein tiene que ver o se relaciona con la división internacional del trabajo en el cual existe intercambio de bienes básicos, flujo de capital y trabajo donde se incorporan distintas formas de producción humana para beneficio del capital.

El concepto de centro-periferia es comprendido como extremos de locaciones geográficas. La periferia está conformada por territorios poco urbanizados, carentes de tecnología y servicios vitales, están distantes de los centros y por lo general son pobres, con altos grados de violencia, carecen de una mano de obra diversificada y son dependientes de los centros, lugares en el que existe una concentración económica y política (Merlín y Choay, 1988).

3.2.2 Características de la periferia

Una de las características principales de la periferia es su ubicación geográfica, siempre están ubicados en los extremos y basan su economía en actividades primarias como la agricultura por ejemplo, tienen mano de obra barata o dicho en otras palabras, la existencia de explotación laboral, a estos países se los considera pobres en el ámbito económico y forman parte de los países subdesarrollados. Las periferias o países periféricos se caracteriza por ser exportadores natos de materias primas hacia los centros o países industrializados, mismos que controlan todo

el progreso técnico por esto es que Prebisch afirma que “el capitalismo periférico se basa en la desigualdad que tiene su origen en la concentración de capital que se da en los centros desde donde se controlan la mayor parte de los medios de producción” (Prebisch, 1950, p. 6).

Las periferias cedían una cuota de los incrementos de su propia productividad a los centros por el hecho de que el sobrante de población activa deprimía las remuneraciones salariales y favorecía una baja de los precios relativos en detrimento de los precios de los productos primarios. Así los trabajadores de las actividades primarias incrementaban sus salarios reales en una proporción menor que el incremento de sus productividades y eran, en última instancia, los damnificados por esta tendencia inequitativa (Di Filippo, 1998, p. 1).

Otra característica importante de la periferia son sus condiciones de sub-urbanidad con unas circunstancias de marginalidad con relación a los centros, de tal manera que el término periferia además de utilizarse para señalar diferencia geográficas entre sectores también es utilizado para caracterizar espacios o lugares con desorden y baja calidad de vida (Merlín y Choay, 1988).

Tabla 7. Características de Centros y Periferias

Centro	Periferia
Alta productividad de trabajo	Baja productividad de trabajo
Extracción de plusvalor relativo	Extracción de plusvalor absoluto

Mayor composición orgánica de capital	Menor composición orgánica de capital
Mejores salarios para la clase trabajadora	Superexplotación de mano de obra por tres vías: intensificación del trabajo, prolongación de la jornada y reducción del consumo obrero

Fuente: Luis Alonso Erazo y Javier Flor Rosero

3.2.3 La periferia desde una mirada decolonial

Para continuar con nuestro trabajo de investigación es necesario que abordemos el término de periferia desde una mirada decolonial, en la cual trataremos de dilucidar otros factores por los que también se puede denominar si un sector es periférico o no, estos factores se complementan con el económico, político, geográfico y cultural del que tanto hemos hablado en párrafos anteriores.

La dualidad centro- periferia también nos sirve para explicar las desigualdades de poder que existen a nivel global y no solamente en el plano político, geográfico o económico como se lo ha explicado, anteriormente, sino que esta clasificación además, de relacionarse a los procesos de producción y al control del trabajo también se relaciona y es funcional “a la estratificación jerárquica de la población en base a la raza, el género, la epistemología y la cultura”. Es así que la dominación y explotación no solo tienen que ver con el factor económico porque a la par del desarrollo de los nuevos modelos de producción también se produjo una dominación y explotación en lo cultural, social, político, subjetivo y religioso (Españeira, 2009, p. 4).

La dominación de los centros hacia las periferias es producto de una serie de dependencias que Theotonio dos Santos las describe como:

Una situación en la cual la economía de determinados países está condicionada por el desarrollo y explotación de otra economía, a las que están sometidas las primeras. La relación de interdependencia entre dos o más países; y entre estos, y el comercio mundial toma forma de dependencia (las dominantes) pueden expandirse y se auto-generadoras, en tanto que otras

naciones (las dependientes) solo pueden hacerlo como reflejo de esa expansión la cual puede tener un efecto negativo o positivo sobre su desarrollo inmediato (Dos Santos, 1971, p. 43).

Juan Díaz Bordenave por su parte asegura que la dependencia mental se manifiesta de algunas formas siendo las principales estas: resistencia a conocer sobre nuestra historia, nuestra identidad, nuestra estructura social y política “somos lo que nos dicen que somos los historiadores de una determinada época y clase social” (Bordenave y Martins, 2015, p. 50)

Siguiendo esta línea de pensamiento Armand Mattelart, define a las periferias como el “locus” de enunciación, lugar desde donde se han gestado grandes luchas progresistas de los países latinoamericanos. Mattelart, también habla del rol de control y dominación cultural que ejercen los medios de comunicación para reforzar la ideología, es decir la ideología impuesta desde los centros porque, evidentemente, existe una concentración de los medios de producción, en la cual se incluye también a la industria cultural y los medios de comunicación.

Podemos decir entonces que en los medios de comunicación también existen los centros-periferias siendo los medios nacionales los que controlan y dominan el contenido que se publica, mientras que en las periferias hay escasa producción propia.

3.2.4. La periferia ecuatoriana

Para comprender el desarrollo económico, social, político y cultural de los países latinoamericanos es necesario entender la dinámica de desarrollo a nivel global porque somos resultado de un proceso del capitalismo, es decir de la división internacional del trabajo y de los centros-periferias a nivel global “nuestras primeras etapas de desarrollo se circunscriben, como no puede ser de otra forma, en la ley de desarrollo desigual y combinado” (Erazo y Flor, 2014).

Debemos dejar claro que la visión centro-periferia si bien es cierto surgió para diferenciar a países industrializados de los productores de materias primas, este término también se lo empleó para describir a la conformación de nuevos centros-periferias que surgieron en las mismas periferias o países periféricos. Como ya se había explicado en párrafos anteriores la división centro-periferia surgió cuando los países europeos colonizaron América, principalmente, y explotaban sus riquezas, pero con el surgimiento de los procesos independentistas las colonias se liberaron de la dominación extranjera, justo allí nace una nueva forma de colonialismo llamado colonialismo interno.

Este colonialismo interno apareció con la necesidad de crear un dominio interno, es decir se produjo una explotación de los criollos hacia los nativos, quienes eran considerados de clase baja, tenían unas condiciones de desigualdad económicas, políticas, sociales, culturales, religiosas mientras que los criollos habían convertido sus espacios en las nuevas colonias, mismas que guardaban características parecidas a las de la colonia extranjera; explotación de recursos naturales desde las periferias, es decir los lugares alejados de las capitales, existencia de un desarrollo desigual entre las distintas regiones, relación de dependencia hacia el centro, realización de trabajos primarios con mano de obra barata, niveles de vida precarios, desigualdades raciales y religiosas (González, 2006).

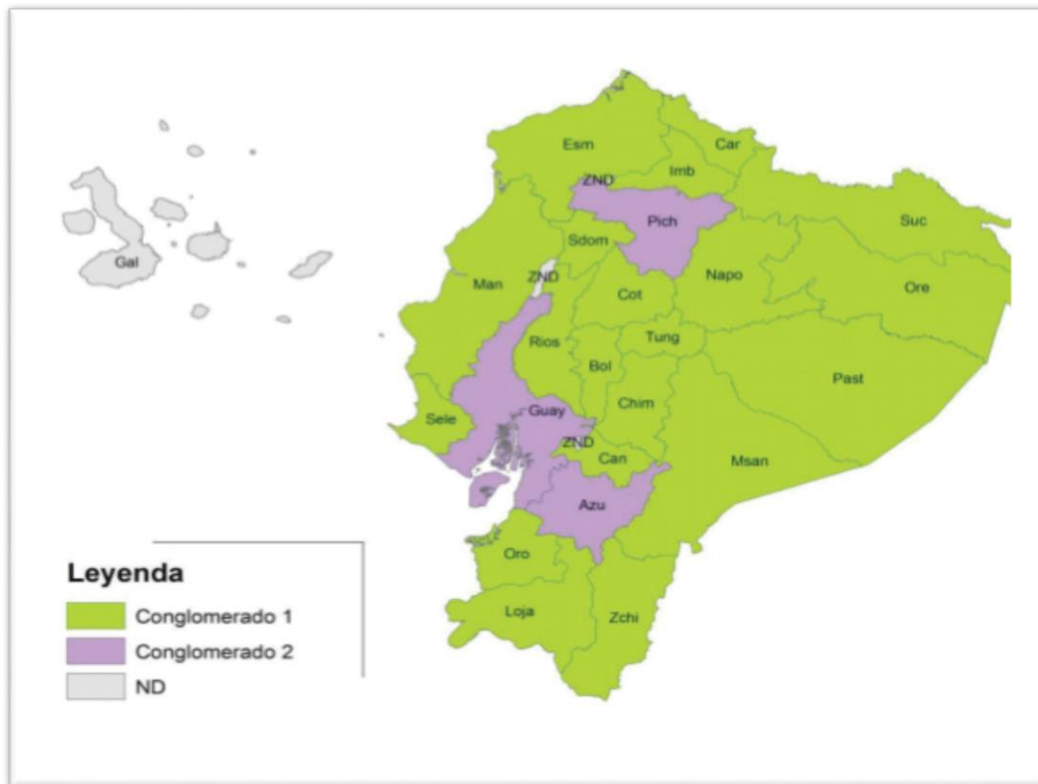
El colonialismo interno corresponde a una estructura de relaciones sociales de dominio y explotación entre grupos culturales heterogéneos, distintos. Si alguna diferencia específica tiene respecto de otras relaciones de dominio y explotación (ciudad-campo, clases sociales) es la heterogeneidad cultural que históricamente produce la conquista de unos pueblos por otros, y que permite hablar no sólo de diferencias culturales (que existen entre la población urbana y rural y en las clases sociales) sino de diferencias de civilización. La estructura colonial se parece a las relaciones de dominio y explotación típicas de la estructura urbano-rural de la sociedad tradicional y de los países subdesarrollados, en tanto que una población integrada por distintas clases (la urbana o la colonialista) domina y explota a una población integrada también por distintas clases (la rural o colonizada); se parece también porque las características culturales de la ciudad y el campo contrastan en forma aguda (González, 2006, p. 198).

Los pueblos indígenas, campesinos, montuvios y afro ecuatorianos a pesar de ser diversos se consolidaron en el llamado Estado-Nación, de manera homogénea y se asentaron en las periferias del Ecuador, conformando así el nuevo Estado ecuatoriano, en el cual los criollos se habían convertido en la nueva clase dominante remplazando a los españoles. Con esta nueva estructura nació un nuevo centro con sus respectivas periferias internas llena de desigualdades de todo tipo, estas periferias desde un inicio se asentaron en los lugares más alejados de los centros, es decir lejos de las grandes ciudades como Quito, Guayaquil o Cuenca que se constituyeron como los principales centros en el país, mientras que dentro de las periferias se conformaron otras periferias con peores condiciones de desigualdad (Pineda y Krainer, 2012).

Gráfico 3. Conglomerados de Centros y Periferias en Ecuador

.

.



Fuente: Luis Alonso Erazo y Javier Flor Rosero

El modo de producción en el primer conglomerado (periferia) corresponde a la caracterización realizada en la construcción teórica de las periferias, que dentro de la división del trabajo destinan la mano de obra a trabajos de baja composición orgánica de capital y limitado valor agregado, mientras que los centros (conglomerado 2) ocupan la mano de obra en tareas con mayor composición orgánica de capital e importante valor agregado, además de extraer el plusvalor de las periferias a través del comercio (Erazo y Flor, 2014, p. 93).

Ecuador a pesar de ser un país periférico conserva una división de centro-periferia de manera interna, es decir que dentro de nuestro país existen centros y periferias con las mismas características de los centros-periferias a nivel de países. Las provincias más grandes y con mayor ingreso per cápita son consideradas centros, mientras que las provincias con menor ingreso y consideradas pobres forman parte de la periferia.

Según la planificación del Plan Nacional del buen Vivir, el territorio ecuatoriano está dividido por las siguientes zonas:

Zona 1: **Esmeraldas**, Carchi, Imbabura y Sucumbíos

Zona 2: Pichincha, Napo y Orellana

Zona 3: Chimborazo, Tungurahua, Pastaza y Cotopaxi

Zona 4: Manabí, Galápagos y Santo Domingo de los Tsáchilas

Zona 5: Santa Elena, Guayas, Los Ríos y Bolívar

Zona 6: Cañar, Azuay y Morona Santiago

Zona 7: El oro, Loja y Zamora Chinchipe

Al revisar esta división territorial pudimos darnos cuenta que Quito, Guayaquil y Cuenca a pesar de estar dentro de las zonas arriba descritas tienen un régimen especial que les permite actuar con independencia, y estas tres ciudades son consideradas centros.

Tabla 8. Características de Centro- Periferia en Ecuador

Centros Ecuador	Periferias Ecuador
Mejores condiciones de trabajo	Condiciones de trabajo precarias
Salarios superiores	Sueldos por debajo del básico
Mejores condiciones de vida	Bajas condiciones de vida
Concentración y centralización del capital	Migración hacia los centros para mejorar las condiciones de vida
Mayor cobertura de educación media y superior	Altas tasas de analfabetismo

Mano de obra calificada	Mano de obra primaria y barata (explotación laboral)
Mayor acceso a servicios básicos	Falta de servicios básicos

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del INEC.

La provincia de Esmeraldas, tanto por su ubicación geográfica como por sus condiciones económicas y sociales es considerada periferia y dentro de esta periferia existe otra periferia que es el cantón Quinindé, lugar en el que realizamos nuestra investigación.

Desde esta perspectiva estudiaremos al cantón Quinindé, en la provincia de Esmeraldas, considerando que este cantón es una periferia dentro otra periferia como lo es Ecuador. Por su ubicación geográfica, su productividad agrícola con mano de obra barata, por su estructura social, política, económica y cultural podemos decir que Quinindé es periferia porque cumple con las características de este concepto que hemos estado estudiando. Como nuestra investigación es sobre los medios de comunicación utilizaremos este concepto para referirnos al funcionamiento de los mismos para ubicarlos dentro de este contexto.

3.3 Instrumentalización de los medios de comunicación

Pensamos que los medios de comunicación son consustanciales a la democracia contemporánea [...] pero hoy en día plantean un problema a la democracia porque no funcionan de manera que satisfagan a los ciudadanos sino que lo hacen al servicio de los intereses de los grupos que los poseen [...] que hacen que cada vez sean menos fiables o menos útiles a los ciudadanos.

Ignacio Ramonet

Para cerrar nuestro marco teórico abordaremos el concepto de instrumentalización de los medios de comunicación y lo haremos bajo la mirada crítica de autores como: Noam Chomsky, Ignacio Ramonet, Daniel Hallin, Paolo Mancini, Ben Bagdikian, Ramón Reig, Denis de Moraes, Guillermo Mastrini y Martín Becerra, principalmente. Estos autores nos ayudarán a comprender como la comunicación se ha convertido en un instrumento del poder dejando atrás ese papel de contrapoder para el que fue creada.

En nuestro trabajo de investigación es necesario abordar este concepto porque nos ayudará a entender si los medios de comunicación de Quindé están siendo instrumentalizados o usados como herramientas para conseguir determinados fines, que están alejados de la actividad comunicativa.

Cuando hablamos de instrumentalización de los medios de comunicación nos referimos al control que actores externos, ya sean sociales, políticos o económicos ejercen sobre estos medios de comunicación que pretenden generar influencia e “intervenir en el mundo de la política” y conseguir beneficios para sí mismos (Hallin y Mancini, 2008, p. 34).

Para Vicente Romano (2000) la instrumentalización de los medios de comunicación tiene que ver con la manipulación mediática, es decir la utilización de la información y sus medios de comunicación para alcanzar fines económicos, políticos o coercitivos, que poco o nada tienen que ver con la actividad comunicativa “lo que importa no es que los medios y los mensajes de la industria de la conciencia sean manipulados o no, sino quién los manipula y en provecho de quién, al servicio de qué intereses lo hace” (p. 5).

A decir de Hallin y Mancini (2008) existen dos niveles de instrumentalización de medios de comunicación, por un lado está el político y tiene que ver con el control de los medios por parte de los gobiernos de turno que utilizan a estos medios de comunicación para mantener el control sobre los ciudadanos y sostener su aparato estatal. Por otro lado está la instrumentalización a nivel económico y tiene que ver con la utilización de los medios de comunicación para concentrar poder y obtener grandes beneficios económicos.

De la mano del paralelismo político y el nivel de profesionalización de los periodistas, la instrumentalización de la política es otro concepto clave para comprender que “los medios de comunicación son, en un sentido muy importante, una institución política, pero también son (y cada vez con mayor frecuencia) empresas que están determinadas por factores económicos” (Hallin y Mancini, 2008, p. 44).

Estas dos aristas la política y económica han comprendido que la información está cargada de poder, un poder simbólico que, fácilmente, puede convertirse en instrumento para controlar a la sociedad y puede darse el caso que se constituyan alianzas entre el sector mediático, político y económico para favorecer a los dos últimos, ahí la comunicación termina convirtiéndose en una herramienta que sirve para reforzar intereses que nada tienen que ver con la comunicación “los esfuerzos de los actores políticos están destinados a influenciar el proceso de producción de la realidad informativa en beneficio propio” (Casero, 2009, p. 2).

Conocer sobre la propiedad de los medios de comunicación, su estructura y sus principales anunciantes nos ayudará a comprender la manera en que funciona el negocio de la comunicación; solo así se entendería que los medios de comunicación responden a unos intereses particulares que casi siempre se relacionan a sectores de poder, ya sea porque sus dueños son políticos o manejan grandes grupos económicos, los cuales desean proteger y los medios de comunicación son la herramienta que les ayudan a cumplir esos objetivos (Bourdieu, 1997).

Daniel Hallin (1997) en su artículo “Comercialidad y profesionalismo en los medios estadounidenses” asegura que los medios de comunicación en Estados Unidos, a partir del siglo XXI, han adquirido un objetivo comercial, el cual lo materializan en sus noticieros, que están destinados a satisfacer su actividad comercial más que informar a sus audiencias. Por buscar beneficios a corto plazo los medios de comunicación en Estados Unidos “restringieron la calidad y subieron los precios dejando de lado a los lectores en el transcurso del proceso, en muchos casos han preferido apostar por un segmento más pequeño y económicamente fuerte de audiencia que les sirve como reclamo de tarifas publicitarias más altas” (p. 7).

Cuidar los intereses de sus anunciantes es otro de los fines de los medios comerciales de comunicación. Para los medios de comunicación es más importante mantener contentos a quienes les dan publicidad, que servir a los ciudadanos, y por ello ocultan situaciones incómodas que podrían afectar a sus clientes. Esta prioridad de intereses se da por “la estrecha relación entre empresarios, políticos y medios de comunicación, y muestra la dificultad de la construcción de un sistema de medios que cumplan su papel de proveedores de información independiente de los poderes económicos y políticos” (de Miguel y Pozas, 2009, p. 44).

Es importante resaltar que según el nivel de instrumentalización los comunicadores carecen de autonomía al momento de elegir un tema y posteriormente colocarlo en la agenda mediática, por

lo que, “los criterios políticos, y no los específicamente periodísticos, guiarán las prácticas del periodismo, y los medios de comunicación servirán a intereses particulares antes que funcionar como depositarios de la confianza pública” (Hallin y Mancini, 2008, p. 34).

Los grandes medios de comunicación en América Latina, en su mayoría, han sido creados para fortalecer a los sectores político y económico, y han sido conformados por grupos familiares que aparte del sector mediático poseen otros grupos económicos, o forman parte de la política. Para ejemplificar nuestra afirmación tomaremos como referencia algunos medios de comunicación de América Latina, de los que analizaremos sus estructuras mediáticas, conformación económica e histórica (Mastrini y Becerra, 2016).

Fernando Casado (2018) en su texto “Antiperiodistas” cita a diario El Tiempo de Colombia, el de mayor difusión de ese país y uno de los primeros en América Latina. Señala que desde su aparición, diario El Tiempo, ha estado muy ligado al partido liberal y a la familia Santos, quienes fundaron este medio, pero que en la actualidad han pasado a ser socios minoritarios. Aparte de poseer medios de comunicación hegemónicos la familia Santos, también ha formado parte de la política colombiana, es el caso de Juan Manuel Santos, quien fuera presidente de este país por dos periodos consecutivos (2010-2014) (2014-2018). Otros familiares del ex presidente colombiano Juan Manuel Santos, también han estado involucrados tanto en la política colombiana como en la dirección de diario El Tiempo:

El tío abuelo de Juan Manuel Santos, Eduardo Santos Montejo, quien fundó este medio, también fue presidente de Colombia entre 1938 y 1942. El primo de Juan Manuel Santos, Francisco Santos Calderón, desempeñó el cargo de vicepresidente entre 2002 y 2010 en el gobierno del ex-presidente Álvaro Uribe. El hermano mayor del ex presidente Santos, Enrique Santos Calderón, fue director del diario *El Tiempo* –junto a su primo Rafael Santos Calderón– desde 1999 y hasta la llegada del Grupo Planeta al diario en 2009 (p. 28).

El grupo Televisa en México, es otro caso que mencionaremos en esta parte de nuestra investigación. Es uno de los oligopolios más grandes que existen en América Latina, “este medio abarca (televisión abierta y de pago, video, cine y radio) la producción y distribución editorial (revistas) la producción y distribución discográfica, la organización de espectáculos y de eventos deportivos y la producción y distribución de contenidos en Internet” (Mastrini y Becerra, 2016, p. 215).

El fundador de Televisa fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, desde su creación en 1930, estuvo estrechamente ligado con el Partido Revolucionario Institucional (PRI). Aquí tenemos un claro

ejemplo de lo que es la instrumentalización de medios de comunicación, es decir usar el medio para cumplir fines diferentes a la comunicación, en este caso generar más rentabilidad económica y servir de soporte a un gobierno en particular. En Televisa durante el gobierno del PRI, no se difundía información que estuviera en contra o afectara los intereses del partido. Televisa funcionaba como una gran agencia de publicidad de este partido político.

Otro ejemplo de cómo los medios de comunicación son usados como instrumentos es el caso del Clarín en Argentina, este diario fundado por Roberto Noble, político argentino en 1945, llegó a convertirse el oligopolio de medios de comunicación más grande de Argentina y uno de los principales en América Latina. Este oligopolio mediático tiene una línea editorial poco definida, es decir que se acomoda a los distintos gobiernos siempre y cuando no afecten sus intereses, “apoyó a la dictadura de la junta militar, gracias a la que obtuvo entre otras prebendas la empresa Papel Prensa, para después ir virando hacia otras posiciones que de acuerdo a la coyuntura y sus aspiraciones como empresa podían reportarle mayores beneficios”. No ocurrió lo mismo cuando Ernesto Kirchner, y posteriormente Cristina Fernández asumieron el poder, allí este medio se convirtió en su principal opositor, pero la situación que agudizó la relación entre el gobierno de Fernández y El Clarín ocurre a raíz de la promoción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, donde claramente veían afectados sus intereses económicos (Casado, 2018, p. 53).

El canal RCN, de Colombia es otro de los que pertenece a este grupo que hemos seleccionado para ejemplificar la instrumentalización de los medios de comunicación. Aparte de manejar este emporio mediático Carlos Ardilla Lulle, también posee otras empresas relacionadas “con el mundo de las bebidas gaseosas y la cerveza, los textiles y la industria azucarera adquirió en 1973, RCN Radio, que era una cadena de cerca de 80 emisoras colombianas, número que fue creciendo desde ese momento” (Mastrini y Becerra, 2016, p. 193).

Con la etapa de Ardilla Lulle, RCN comienza a expandirse hacia otras industrias infocomunicacionales, con ramificaciones en la discografía (Sonolux), la producción televisiva (RCN Televisión, en 1976, que suministra contenidos a Colombia y a Estados Unidos) y la gestión de una cadena televisiva a partir de la desregulación de la televisión colombiana, en 1997. RCN Radio emite también en Estados Unidos. El Grupo Ardilla Lulle maneja el club de fútbol Atlético de Medellín, cuenta con empresas agroindustriales (Incauca, Banamal, Ingenio Providencia, CIM), cuenta con actividad en el sector de gaseosas (Postobón), en el textil (Coltejer y Textiles Rionegro), y en el financiero (Coltefinanciera), entre otros (Mastrini y Becerra, 2016, p. 193).

Los medios de comunicación El Tiempo y RCN, en Colombia, El Clarín en Argentina y Televisa en México, logran convertirse en un claro ejemplo de cómo los medios de comunicación pueden

servir como instrumentos para conseguir fines, ya sea de rentabilidad económica en el caso argentino, o posicionamiento político en el caso colombiano, o de los dos en el caso mexicano, “los motivos están muy claros, quien tiene el control económico o político debe tener a su servicio un buen número de medios de comunicación que le brinden buena imagen y nunca le confronten” (Casado, 2018, p. 31).

Como hemos visto en los ejemplos arriba señalados los medios de comunicación mantienen una relación estrecha con el poder económico y político “de acuerdo con las conveniencias mutuas (visibilidad pública, inversiones en publicidad, patrocinios, financiamiento, extensiones fiscales, participaciones accionarias, apoyos en campañas electorales, lobbies, concesiones de canales de radiodifusión etc.” (De Moraes, Ramonet y Serrano, 2013).

Los medios son un instrumento fundamental del capitalismo para el mantenimiento de las relaciones de clases y como coadyuva a eso mediante la organización de la opinión pública. Esos elementos de dominación se analiza en la perspectiva interna pero también en la internacional con la creación de grandes conglomerados mediáticos (Castillo, 2011, pp. 2 y 3).

Alberto Moncada (2001) cuestiona el papel de los medios de comunicación en la sociedad actual y sobre todo la relación que mantiene con el sector económico, especialmente, y afirma que el sector económico maneja la mayoría de medios de comunicación, lo cual impide que estos mantengan distancia con este sector, pues resulta complicado que dos sistemas que están, estrechamente, ligados y forman parte del mismo sistema puedan trabajar de manera independiente.

A decir de Mastrini y Becerra, la propiedad de los medios de comunicación está en manos de sectores dominantes y esto dificulta la existencia de voces opuestas al sistema capitalista:

La conexión entre propiedad y la influencia potencial de los medios, que es el mayor desafío al pluralismo, debe representar el foco principal de todos aquellos que lo promuevan. Su misión será asegurar que los medios de comunicación permitan la expresión del conjunto de las opiniones políticas y no sólo de aquellas afines a los intereses de los propietarios (Mastrini y Becerra, 2016, p. 47).

Y cuando los medios de comunicación están condicionados, fácilmente, se puede evidenciar un sesgo en sus producciones informativas. “Los medios, especialmente, los más grandes, priorizan el crecimiento y la rentabilidad económicas, de forma que la ideología pasa a ser tener un papel secundario”, los frentes de batalla de los medios se sitúa en el campo económico e ideológico (de Miguel, y Pozas, 2009, p. 43).

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Medios de comunicación en Quindé

Llegados a este punto es importante abordar la situación de los medios de comunicación en el cantón Quindé, lugar que es objeto de la presente investigación.

Y para ello es necesario realizar un análisis de la estructura de los medios de comunicación quindeños, análisis fundamental para la comprensión del funcionamiento de estos medios y lo que hay detrás de cada producción informativa y la relación que mantienen con los poderes político y económico del cantón. Las fuentes que utilizamos en nuestra investigación son: registro de medios de Arcotel, portal web de la Supercias, entrevistas a periodistas y propietarios de medios de comunicación de Quindé, análisis de piezas informativas, observación participante en el medio de mayor cobertura mediática del cantón.

En este capítulo también abordaremos la situación de los periodistas que trabajan en los medios de comunicación de Quindé, a través de entrevistas abiertas y semiestructuradas a los comunicadores del cantón junto con los propietarios de estos medios de comunicación. Debemos decir que tanto los propietarios de estos medios como los comunicadores nos dieron la apertura necesaria para realizar las entrevistas; accedieron a conversar con nosotros, pero al mismo

tiempo pudimos notar que la mayoría de los comunicadores fue muy cuidadoso con las respuestas dadas. Esta reacción quizás se deba al temor de perder sus trabajos si decían algo que pudiera comprometer al medio en que laboran.

En general la información que recolectamos tanto de las entrevistas como de la observación participante fue muy valiosa, algunos comunicadores hicieron fuertes revelaciones sobre la situación de los medios de comunicación y periodistas de Quinindé.

Según datos tomados de Arcotel, en Quinindé existen cuatro medios de comunicación. Dos radios: Radio Magia y Radio Estéreo Quinindé; y dos canales de televisión: Megavisión Cable S.A y Digital Cable S.A.

Las dos radios son en frecuencia modulada (FM) y tienen su cobertura en la zona urbana y rural, mientras que los canales de televisión son por suscripción y tienen cobertura, principalmente, en la cabecera cantonal de Quinindé. Estos canales al ser por suscripción son de pago; Megavisión Cable S.A cobra 19,90 USD mensuales y Digital Cable S.A brinda este servicio por 17,50 USD mensuales.

De acuerdo a la investigación realizada en nuestro marco teórico los medios de comunicación quinindeños también son periféricos porque cumplen con todas las condiciones que habíamos mencionado, anteriormente, en el apartado de periferia; carecen de recursos, existe supremacía de la mano de obra barata, se puede evidenciar una fuerte precarización laboral en el trabajo de los periodistas y su ubicación geográfica coincide con una de las provincias del país consideradas periferia.

Una vez dado el contexto cantonal es necesario abordar la estructura de los medios de comunicación de Quinindé y para ello vamos a comenzar describiendo a Megavisión Cable S.A, cuyo nombre comercial es Megavisión Tv, lugar en que se realizó la observación participante.

4.1.1. Megavisión Cable S.A

El medio de comunicación que más cobertura y publicidad concentra en la zona urbana de Quinindé, es el primer canal de televisión en el cantón; empezó a funcionar en 2003, y la renovación de frecuencia se dio el 5 de febrero de 2016 y estaría vigente hasta 2031 (Arcotel, 2019).

Según nuestra investigación la primera vez que se le otorgó la frecuencia a este medio de comunicación fue en 2003, y se lo hizo a nombre del actual alcalde de Quinindé y a quien podemos visualizar en el registro de accionistas de Megavisión Cable S.A, en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Supercias). El objeto social de la compañía es la siguiente: “Actividades de comunicación masiva utilizando como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio video por suscripción” (Supercias, 2020).

Actualmente, como administradores de la compañía figuran otros familiares del alcalde de Quinindé. Respecto al estado financiero de la compañía se registra como patrimonio total neto 371.768,39 USD y como total pasivo y patrimonio 443.984,89 USD, que según datos del SRI también corresponden a otras actividades económicas relacionadas con el cultivo de palma africana.

Tal y como explica Ignacio Ramonet (2007) cuando el poder mediático y económico se juntan, fácilmente, se puede conseguir el poder político. En el caso específico de este medio de comunicación podemos entender que el poder financiero y mediático ha permitido que el alcalde de Quinindé consiga y mantenga ese poder político y más adelante veremos como este medio de comunicación es el principal sostén de la actual administración municipal.

Es importante resaltar que hay ciertas contradicciones entre los datos recabados en Arcotel y las entrevistas levantadas en Quinindé, decimos esto porque cuando se solicitó entrevistar al dueño del medio, la persona que se identificó como propietaria no era la que figura en los listados de Arcotel.

Se debe mencionar que este fue el común denominador en todos los medios de comunicación de Quinindé, cuando se pidió hablar con los dueños de los medios otras personas se identificaron con ese papel. Y cuando a uno de ellos le preguntamos por qué en los registros de Arcotel constaba otro nombre, nos respondió que solo era una cuestión legal y formal, en su caso específico porque se lanzó como candidato a una dignidad de elección popular en el 2014, elección que no ganó, pero que no habría podido participar si no se hubiera hecho el cambio de representante legal, pero que en realidad la compañía como tal seguía siendo de su propiedad. Y que en ese mismo año ocupó un cargo de alto rango en el municipio de Quinindé, que tampoco habría sido posible si la concesión estaba a su nombre.

¿Me contabas que tú pasaste por esta situación que participaste en política y como no podías aparecer como dueño lo pusiste a nombre de otra persona?

Exactamente, de hecho debo ser muy franco, espero no meterme en problemas con este comentario jajajaja... pero, realmente, sí nos ha tocado inclusive deslindarnos de la empresa a nivel de documentos porque nosotros también tenemos aspiraciones, yo creo que son aspiraciones sanas. Tuvimos que ceder espacios inclusive a nivel legal, de representación a personas de confianza y no soy el único por cierto, creo que todos los empresarios de aquí estamos en esa situación y es porque también estamos en el derecho de tener la batuta de lo que se puede aportar en el cantón y con las trabas del gobierno anterior no se puede (Anónimo, comunicación personal, 12 de septiembre de 2019).

La cuestión legal a la que se refiere nuestro entrevistado es el artículo 113 de la Constitución, que hace referencia a lo siguiente:

No podrán ser candidatas o candidatos de elección popular quienes al inscribir su candidatura tengan contrato con el Estado, como personas naturales o como representantes o apoderados de personas jurídicas, siempre que el contrato se haya celebrado para la ejecución de obra pública, **prestación de servicio público** o explotación de recursos naturales (Constitución de Ecuador, 2008, art. 113).

Situación que con las recientes reformas a la LOC, dejan de ser un obstáculo debido a que con dichas reformas la comunicación deja de ser un servicio público. Pero es importante resaltar que desde la aprobación de la LOC, en el año 2013, hasta las nuevas reformas en el 2019, ciertos propietarios de medios de comunicación en Quinindé habrían estado pasando por encima de la ley, al realizar dichos actos.

Siguiendo con nuestro primer medio analizado debemos decir que en Arcotel, el cambio de concesionario de persona natural a jurídica se lo realizó en 2016, como se puede observar en la siguiente resolución del organismo:

Con Resolución ARCOTEL-2016-0548 de 9 de Junio de 2016, la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, constante en las fojas ciento dieciocho a ciento veinticinco (118 a 125), resuelve: ARTÍCULO UNO.- Avocar conocimiento de la solicitud de cambio de titularidad del sistema de audio y video por suscripción bajo la modalidad de cable físico denominado “MEGAVISION CABLE”, para servir a la ciudad de Quinindé, provincia de Esmeraldas; y del contenido del informe emitido por la Dirección Jurídica de Regulación de la ARCOTEL, constante en memorando ARCOTEL-DJR-2016-1174- M. [/] ARTÍCULO DOS.- Autorizar el cambio de titularidad, de persona natural señor Carlos Simón Barcia Molina a la compañía MEGAVISIONCABLE S.A., respecto del sistema analógico de audio y video por suscripción bajo la modalidad de cable físico denominado “MEGAVISION CABLE”, para servir a la ciudad de Quinindé, provincia de Esmeraldas, bajo los términos y plazos previstos en el título original otorgado (Resolución Arcotel, 2016).

Acción que estaría en contradicción con artículo 117 de la Ley de Comunicación, que establece que las frecuencias ya sean de radio o televisión son intransferibles, es decir que no se pueden

vender, trasladar, ceder o alquilar a nadie, quien adquiere la concesión es el responsable de ella hasta la terminación de la misma.

Art. 117.-Las concesiones de frecuencias que sean adjudicadas a cualquier persona natural o jurídica para el funcionamiento de medios de comunicación no forman parte de su patrimonio, y por lo tanto está prohibido todo acto que esté orientado a que otra persona natural o jurídica distinta disfrute o se beneficie del uso de dichas concesiones de frecuencias. Si alguna persona natural o jurídica, usando cualquier formato legal, pretende vender, revender, trasladar, transferir o alquilar las concesiones de frecuencias otorgadas a su favor por el Estado, tales transacciones serán nulas y no generan ningún derecho para quien supuestamente las adquiere; por el contrario, esto será causa suficiente para que las concesiones queden inmediatamente revocadas, y las frecuencias concesionadas vuelvan a la administración del Estado [...] (LOC, 2013, p. 35).

Guiados por este artículo decidimos investigar en Arcotel, por qué si una frecuencia es intransferible fue posible cambiar de concesionario, en este caso de persona natural a jurídica, es decir de Carlos Barcia a Megavisión Cable S.A. Para aclarar nuestras dudas mantuvimos una entrevista con un funcionario de Arcotel, quien al consultarle por el caso específico de Megavisión manifestó lo siguiente: “Puede darse el caso de que siendo la persona natural la poseedora del título habilitante una vez que está por fenecer su título puede solicitar su nuevo título habilitante a nombre de una persona jurídica pero esto se lo podía hacer bajo una Disposición Transitoria en la LOC” (Anónimo, comunicación personal, 24 de enero, 2020).

Cuando le consultamos por el caso específico de Megavisión Cable, y revisando las fechas en que se otorgó y renovó la concesión de dicha frecuencia nos manifestó que no pudo haber sido posible tal acto pero que iba a revisar y luego nos daría respuesta sobre aquello, lo cual no ha ocurrido hasta la fecha a pesar de la insistencia con que se lo ha solicitado.

Revisando la LOC encontramos que los cambios de titularidad solo podían haberse realizado acogiéndose a su octava Disposición Transitoria, la cual dice lo siguiente:

Dentro del plazo de hasta 180 días, contados a partir de la publicación de esta ley en registro oficial las personas naturales que son concesionarias de una frecuencia de radio o televisión de señal abierta podrán constituirse en una compañía mercantil o una persona jurídica sin finalidad de lucro, la cual previa autorización de la autoridad competente pasará a ser titular de dicha concesión de frecuencia, en los términos y plazos previstos en el contrato original de concesión a nombre de la persona natural; para tales efectos la autoridad de telecomunicaciones elaborará el reglamento respectivo (LOC, 2013, p. 36).

De acuerdo a nuestra investigación Megavisión no entra en el grupo de medios que podía haber hecho el cambio de figura legal en su frecuencia, debido a que la concesión fue dada en 2003, y antes de la LOC, las concesiones se otorgaban por diez años, entonces la frecuencia fenecía en

2013, y el cambio de concesionario según registros de Arcotel se produce en 2016, tres años después de haber entrado en vigencia la LOC, y no dentro de 180 días como lo dispone la octava transitoria.

Toda esta secuencia de actos nos lleva a la conclusión que Megavisión Cable, solo cambió de representante legal, pero sigue bajo el control de la familia del alcalde de Quinindé. En palabras de Vicente Romano (2000) esto sería como un tipo de instrumentalización política en la que el medio de comunicación se convierte en el soporte del poder político y en el vocero del gobierno de turno.

Una vez realizado el análisis de la conformación y estructura económica del medio vamos a adentrarnos en los datos que obtuvimos de la observación participante, de las entrevistas abiertas y semiestructuradas realizadas a los periodistas que trabajan en Megavisión, así como a la dueña de dicho canal.

En Megavisión Cable S.A trabajan alrededor de quince personas, tres de ellos periodistas; quienes hacen las veces de reporteros, editores y presentadores de noticias. Trabajan un promedio de ocho a diez horas diarias y el salario que perciben por su trabajo es diferente para los tres comunicadores, por ejemplo el director de noticias quien es reportero, editor y presentador recibe el salario básico para un comunicador con título profesional 817 USD mensuales; mientras que dos periodistas a pesar de tener sus títulos, reciben salarios que se sitúan entre los 400 y 600 USD mensuales (Comunicación personal, periodistas Megavisión, 15 de septiembre de 2019).

Es importante señalar que allí también colabora un periodista que no es de planta, pero se encarga de realizar notas informativas en la zona rural del cantón Quinindé. En una entrevista nos comentó que acompaña al alcalde y principales autoridades en los recorridos que realizan en la zona rural. A pesar que este periodista no es de planta recibe órdenes de la propietaria del canal sobre los lugares y actividades a dar cobertura (Anónimo, 17 de septiembre de 2019).

A través de la observación participante pudimos confirmar que en Megavisión se presentan tres noticieros diarios, en la mañana, tarde y noche. El noticiero de la mañana es el más largo dura una hora y treinta minutos; este noticiero lo presentan dos periodistas, quienes también hacen las veces de comentaristas, decimos esto porque observamos que después de presentar las notas informativas ellos realizan juicios de valor, la mayoría de veces son a favor de la administración municipal y sus autoridades, cuyo alcalde pertenece al núcleo familiar propietario de

Megavisión. Esta afirmación se la realiza luego de haber analizado algunos noticieros difundidos por Megavisión; por ejemplo en el noticiero de la mañana del día 19 de septiembre del 2019, se difundió una noticia sobre un proyecto ambiental que el municipio de Quinindé desarrolla para la recolección de basura en la zona urbana del cantón; al terminar la nota los periodistas comentan los siguiente:

El municipio a través de esta iniciativa busca reducir el índice de contaminación ambiental y que esos plásticos que quizás están botados en la calle sirvan para la realización de obras. Es importante resaltar que todos estos contenedores no le han costado ni un centavo a la administración municipal; gracias al colegio Juan XXIII, colegio Agropecuario, Unidad de Gestión Social; gracias a la autogestión realizada se están ahorrando 2.000 dólares que es lo que habría costado mandar a hacer estos contenedores. Pero no acá, con autogestión, donativos de la empresa pública y privada se ha logrado elaborar nueve contenedores que van a servir para reducir la contaminación ambiental [...] (Noticiero Megavisión, 19 de septiembre 2020).

Cada nota informativa dura dos minutos mientras que su comentario alrededor de tres minutos. Además, hacen salidas en vivo, que son pregrabadas pero él o la periodista dice que se está transmitiendo en directo; esto lo pudimos observar en el acompañamiento que se hizo a los periodistas de Megavisión.

El primer noticiero empieza a las 7h00 am, pero los comunicadores deben estar desde las 6h30 am, para la realización de las diferentes coberturas informativas que, principalmente, se relacionan con actividades del municipio y sus autoridades.

Y a pesar que nos dijeron que las noticias se seleccionaban de manera espontánea y con apoyo de los periodistas, pudimos observar que la dueña del canal enviaba a los periodistas a cubrir actividades de funcionarios del municipio de Quinindé, y si no se encontraba a la fuente se debía comunicarle de inmediato.

Una vez terminado el noticiero de la mañana (8h30 am) del día lunes 12 de septiembre del 2019, los tres comunicadores debieron salir a buscar sus notas informativas y como tuvimos la oportunidad de acompañar a cada periodista en la realización de su trabajo, pudimos observar que la primera fuente a la que recurren es el Municipio de Quinindé, luego está el Cuerpo de Bomberos, departamento de Agua Potable, Policía Nacional, hospital, entre otras instituciones públicas, principalmente.

En el acompañamiento que realizamos a los comunicadores de Megavisión pudimos observar que las entrevistas son direccionadas y se induce a los entrevistados a expresarse a favor de la

autoridad municipal y su gobierno. Los periodistas conocen, perfectamente, la línea con la que deben manejarse y si hay alguna falencia en el municipio intentan persuadir a los entrevistados para que se acuse a los funcionarios anteriores, lo que, evidentemente, es un tipo de instrumentalización del medio de comunicación. Tal y como afirman Hallin y Mancini (2008) los medios de comunicación en su mayoría son usados como herramienta para conseguir beneficios e intereses propios, en este caso el de mantener la buena imagen de la autoridad municipal y su administración.

En uno de los acompañamientos que realizamos se entrevistó al jefe del Cuerpo de Bomberos de Quinindé, quien llevaba poco tiempo en el cargo, el periodista le pide que cuente sobre su trabajo desde que el alcalde lo puso en ese puesto, a lo que el entrevistado responde con palabras de agradecimiento a la autoridad municipal, también manifiesta que el alcalde viene realizando una excelente gestión en beneficio de la ciudadanía quinindeña; al entrevistado además, se le pregunta en tono negativo sobre la administración pasada y sus respuestas las da en ese mismo tono.

La nota textual decía lo siguiente:

Periodista: ¡Muy buenas tardes amigos televidentes! gracias por estar en sintonía de Megavisión, y precisamente, a esta hora de la tarde me encuentro en lo que es el Cuerpo de Bomberos de Quinindé, para dialogar con el jefe encargado, el suboficial mayor Raúl Analuisa quien nos va a dar detalles acerca de las actividades de como se viene trabajando a partir de que asumió la Jefatura del Cuerpo de Bomberos, de cuando llegó al cargo y encontró algunas irregularidades, y sueldos impagos y todo esto se ha ido subsanando ¿en la actualidad como se encuentra la institución y cuáles son algunos de esos retos que todavía tiene que asumir?

Entrevistado: ¡Buenas tardes! y gracias a este canal por la entrevista y dando cumplimiento a lo que me encargó el señor alcalde el 16 del mes pasado. Estamos trabajando con todo mi personal administrativo y operativo para salir adelante del bache que tenía la institución; hoy en día estamos ya casi subsanando todo lo referente al personal, estamos ya al día con ellos, los vehículos se están arreglando poco a poco, ya tenemos los dos vehículos operativos [...]

Periodista: ¿Cuál es el principal impedimento? ¿es de orden económico o burocrático? porque hay un proceso ingresado en el sistema de compras públicas, usted me decía que necesitaba información de parte de la anterior jefa, tal vez no se le entregó la información completa o no sé si hasta la fecha ya le haya entregado la información que usted requería para que ese proceso avance porque si no avanza, evidentemente, no se puede reparar los vehículos y, evidentemente, el proceso se retrasa.

Entrevistado: sí, así es, el proceso aun no me lo han entregado todo como es debido y por eso el proceso está parado y yo desde que asumí tome la responsabilidad mía pero de ellos no tienen ningún proceso y eso trae bastantes consecuencias [...]

Periodista: Señor Analuisa, coméntenos un poco de su situación porque usted va a cumplir dos meses en el cargo de manera encargada ¿qué se le ha dicho va a estar de manera permanente o tal vez va a continuar el proceso que, inicialmente, se dijo cuándo se lo posicionó en el cargo que iba a ser de manera temporal qué sabe o qué conoce?

Entrevistado: Si es que el señor alcalde me quiere seguir manteniendo en el lugar y ve que estamos trabajando, mancomunadamente, para que Quinindé y el Cuerpo de Bomberos avance está muy bien y seguiré trabajando y demostrando mi capacidad administrativa para que esta institución salga adelante (Noticiero Megavisión, 12 de septiembre de 2019).

También verificamos que no se realiza contrastación de fuentes, no van a preguntarle al funcionario saliente si las aseveraciones emitidas son ciertas o no. Si de repente presentan alguna información que es negativa para la municipalidad, lo hacen resaltando que es responsabilidad de la administración anterior, los periodistas sin reparos manifiestan que el alcalde y sus funcionarios van a solucionar o están solucionando aquellos inconvenientes.

Como una forma de parecer imparciales leen mensajes que la ciudadanía les envía sobre temas poco relevantes como una fuga de agua o una alcantarilla mal tapada. El periodista dice “aquí en el canal todo pasamos y no tenemos reparos en decirle al departamento de Agua Potable, Medio Ambiente o Gestión de Riesgos que vayan a solucionar esos problemas” (Noticiero Megavisión, 19 de septiembre de 2019).

Información que no tiene mucha relevancia, ni es de coyuntura, ni tampoco conlleva mayor afectación a la entidad municipal. Lo que sí es importante resaltar que cuando solucionan estos aparentes “problemas” lo dicen en sus espacios noticiosos. Parecería que intentan mostrarse como un vínculo entre la ciudadanía y el municipio y de alguna manera influenciar positivamente en la opinión pública de los quinindeños.

Cuando se trata de instituciones ajenas al Municipio de Quinindé, o de administraciones pasadas la información sale tal cual se está suscitando. Por citar un ejemplo, el 17 de septiembre de 2019, se presentó una noticia sobre la falta de alcantarillado en una ciudadela construida por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), en la parroquia La Unión. En este caso específico el periodista mostró el lado negativo de la noticia, imágenes de las calles llenas de aguas servidas, opiniones negativas de ciudadanos contra este ministerio. De nuevo aquí podemos notar que existen preguntas direccionadas; mientras una ciudadana es entrevistada y está comentando que cuando construyeron las casas no hicieron el alcantarillado, el periodista la interrumpe y le dice “¿y esto era necesario obviamente?” A lo que la entrevistada responde que sí. El periodista textualmente en la nota informativa dice lo siguiente:

Los olores fétidos que emanan las aguas servidas que se observan en las calles de la ciudadela Milagro de Dios, han generado cierta molestia en sus habitantes que mencionan no pueden vivir tranquilos con este ambiente. Ya son siete años que el MIDUVI, entregó estas viviendas, pero no

fue considerado en su proyecto un sistema de alcantarillado con tratamiento, simplemente, unos biodigestores que ya están colapsados. Algunos vecinos evacúan estas aguas pestilentes echándolas a la calle, que de una u otra manera incomodan al resto de moradores. Evidentemente, la competencia recae sobre el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, pues estos terrenos según sus habitantes no han sido legalizados y la contaminación ambiental que se percibe y ve es tremenda (Noticiero Megavisión, 17 de septiembre de 2019).

Como resultado de las entrevistas y la observación participante podemos afirmar que la contrastación, contextualización y verificación de fuentes no son prioridad y, solamente, las realizan cuando una fuente hace alguna denuncia pública y si no encuentran a la contraparte la noticia se difunde con una sola fuente. Mientras hicimos el acompañamiento a los comunicadores no se contrastó, ni verificó ninguna de las fuentes; esto a pesar que algunos funcionarios del municipio realizaban fuertes declaraciones sobre sus antecesores.

Ignacio Ramonet explica que “la información se ve arrastrada por una aceleración general que hace que, aunque la velocidad intrínseca de cada medio no sea la misma, en realidad todos se van a organizar en función de la velocidad dominante, que es la inmediatez” y es en este proceso se pasan por alto la contrastación y verificación de fuentes pasos fundamentales en la construcción de noticias. También explica que cuando los medios de comunicación tienen intereses de por medio suelen pasar por alto estos pasos importantes, ya que lo interesante es posicionar una realidad que favorezca a los intereses de estos medios (Ramonet, 2011, p. 3).

Era el 12 de septiembre de 2019, los comunicadores de este medio se dirigen al municipio de Quinindé y visitan las diferentes direcciones que desprenden de esta institución y donde saben encontrarán la información que necesitan de acuerdo a la línea editorial preestablecida. Mientras acompañaba a uno de los comunicadores observé que en los bajos del municipio estaban algunos ciudadanos protestando, pero ellos siguieron sin prestarles atención, entonces el periodista le dijo al camarógrafo “hay gente de la Unión Manabita, no hay que darles cámaras ¿Para qué?”. Y efectivamente eso se hizo, no entrevistaron a las personas que se encontraban allí. Cuando les pregunté por qué no debían darles cámaras me respondieron que ellos reclamaban “pendejadas” que nada de lo que decían era cierto. Pero de acuerdo a nuestra investigación quienes protestaban eran habitantes de una zona rural que reclamaban por una obra pública insatisfecha en la actual administración municipal.

Aquí podemos entender que los medios de comunicación y la información periodística se convierten en eje transversal para el posicionamiento de temas que son de interés para ellos, es decir que a través de la selección de temas que cubren o dejan de cubrir hay un objetivo o interés

del medio de comunicación. No es fortuito que los periodistas pasen por alto temas que son de interés público pero que podrían afectar a un actor político en particular (Casero, 2009, p. 8).

Detrás de los medios de comunicación y de los periodistas hay toda una estructura de poder que controla el contenido e intenta construir una realidad muy distinta a la existente cayendo en lo que conocemos como manipulación de la información porque al poder no le interesa que la gente tome conciencia de los problemas sociales que afectan a todos “hasta Tocqueville fue consciente de que en nombre de la libertad de prensa, el poder gobernante (sea político o económico) puede convertir directa o indirectamente a la prensa en un potente instrumento manipulador de la opinión pública” (Almiron, 2006, p. 62).

Una vez terminada la cobertura informativa los comunicadores deben regresar al canal, y editar la nota que saldrá en el noticiero del medio día, que dura treinta minutos, en el que también se repiten algunas noticias de la mañana.

Aquí no hay muchas fuentes pero tratamos de manejarnos con lo que hace el municipio de Quinindé, las distintas dependencias que se derivan de ahí y también con lo que sucede en las comunidades rurales o en los barrios. Hacemos mucho periodismo en la comunidad y debemos entregar al menos dos notas diarias. (Anónimo. Comunicación personal, 13 de septiembre de 2019).

Un dato importante que debemos resaltar es que al iniciar el noticiero de la mañana se trasmite un spot publicitario sobre Carlos Barcia y su administración municipal; las imágenes que manejan son de carácter emotivo, de obras públicas, de gente acompañando al alcalde en las calles, de la Unidad de Gestión Social (ex Patronato Municipal) en la que brindan apoyo voluntario a personas de escasos recursos de Quinindé y tienen sus oficinas en el municipio de Quinindé y trabajan para reforzar las actividades de la alcaldía. Una parte del spot publicitario que más llamó nuestra atención fue la siguiente: “vamos que si podemos Quinindé, con Carlos Barcia si podemos”, aquí pudimos notar que este medio de comunicación en particular está instrumentalizado de manera política y sirve de soporte a la administración municipal actual.

Alrededor de los medios de comunicación gira todo un aparataje de poder y de control político y económico que se ejerce a través de la concesión de publicidad o de la propiedad del medio o los medios de comunicación.

Disponer de los medios de comunicación significa, en la actualidad, poseer un poder social, no tanto por el contenido que transmiten sino por el ambiente que crea, la atención

y el mimetismo que despierta. El medio actúa como un espejo que refleja la realidad social y, al mismo tiempo, es el lugar en el que se crea ésta. La intensa presencia de los medios de comunicación y su influencia ha posibilitado que se profiera mucho sobre su poder y de las funciones y posiciones que ocupan en la dinámica política [...] (Castillo, 2011, p. 4).

Al momento que realizamos nuestra investigación de campo Megavisión era el único medio de Quinindé, que transmitía propaganda del municipio. Pudimos observar spot publicitarios referentes a la recolección de basura donde notamos que la intención es mostrar que la entidad municipal trabaja en favor de los quinindeños. Otra de las propagandas que observamos es la de la Unidad de Gestión Social y área de fisioterapia, en la que se muestran imágenes del trabajo que realizan con un sector vulnerable de la población; es importante resaltar que estas propagandas se repetían en todos los cortes comerciales de los tres noticieros y durante el resto de programaciones en el día.

Decimos que era el único medio que transmitía propaganda del municipio, porque los propietarios de los otros medios de comunicación nos confirmaron que no tenían contratos por publicidad con el municipio de Quinindé. Para corroborar los testimonios de nuestros entrevistados hicimos un seguimiento a la programación de los tres medios restantes y en ninguno de ellos se transmitía la propaganda municipal que habíamos visto en Megavisión.

Una de nuestras fuentes nos contó que el municipio no hace ningún pago a Megavisión, por la transmisión de las propagandas arriba mencionadas:

Como el medio es propiedad suya solo lo utiliza para la difusión positiva de las actividades que realiza en su gestión como alcalde, debido a que existen otros medios digitales, especialmente, que intentan desprestigiarlo, y para hacer frente a esas acusaciones está Megavisión (Anónimo, comunicación personal, 31 de agosto de 2020).

A decir de la propietaria de Megavisión, los principales ingresos que obtienen en el canal son por publicidad con locales comerciales de Quinindé, pero no es un negocio tener un medio porque a ellos lo que les permite seguir en el negocio de la comunicación es el apoyo que reciben de la empresa de cable, es decir el pago de sus clientes por el servicio de televisión satelital.

Nosotros subsistimos en parte gracias a la publicidad que tenemos. Tenemos algunas empresas aquí que tienen publicidad en el medio, también vendemos espacio, por ejemplo hay un espacio que se llama Ritmo y Rokola, ellos pagan por el espacio y manejan su propia publicidad. Otro programa musical también nos compra una hora y este se encarga de producir su programa. Lo que son noticieros, programa familiar, farándula son producciones propias y responsabilidad del canal.

¿De dónde proviene esa publicidad?

Principalmente, de empresas privadas porque hasta el momento no tenemos ningún tipo de relación con instituciones públicas. Tenemos algunos clientes pero si nos faltan más pero tenemos el apoyo de Megavisión Cable, la empresa de donde nace Megavisión canal, ellos nos apoyan mucho acá (Anónimo, comunicación personal, 11 de septiembre de 2019).

Un dato curioso que encontramos es que, precisamente, este medio de comunicación era el principal opositor de la administración municipal pasada, incluso un periodista nos confesó haber sido amenazado por las investigaciones que realizaba.

Empezamos a hacer un tema de investigación sobre un recurso que llegó para Quinindé de cinco millones de dólares para la construcción de alcantarillado para el sector del Nuevo Quinindé y una vez que empezamos a investigar esos recursos, como se estaba ejecutando la obra empezamos a buscar criterios técnicos de la gente, de los profesionales, luego vino un proceso de investigación primero fue el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social que determinó los indicios de responsabilidades penales y administrativas de quienes estaban administrando, luego esto pasó a la Contraloría y se hizo un tema judicializado, entonces quienes estaban ejerciendo la administración se sintieron muy presionados y cuando intentábamos llegar al municipio primero nos hacían amedrentar con la gente de seguridad, nos cerraban las puertas, y hubo un momento en que vinieron a inaugurar una obra por parte del Banco del Estado y tratamos de hacer la cobertura y salieron los de seguridad del alcalde y nos empezaron a amenazar con términos soeces y tuvimos que retirarnos del lugar, pero esto no cesó allí, nos mandaron a seguir que inclusive tuvo que intervenir la Fiscalía y la policía dándonos seguridad personal para evitar que estas cosas pasaran a mayores (Anónimo, comunicación personal, 14 de septiembre de 2019).

Decimos que esto es curioso porque ahora este medio de comunicación es el principal aliado del Municipio de Quinindé, lo que antes se investigaba ahora es motivo de aplausos y reconocimiento. Incluso en este canal los días domingos a las 19h00 pm, se transmite una revista audiovisual, en la que se presenta las actividades que el alcalde realiza durante la semana.

Otro dato que rescatamos de la observación participante es que en este canal se generan los memes y videos burlescos contra adversarios políticos del alcalde de Quinindé. El día 15 de septiembre de 2019, observamos que se realizaba un video a un opositor del alcalde, quien criticaba la construcción de un puente sobre el río Blanco, en su intervención se confunde y menciona que el puente es sobre el río Esmeraldas, lo que se prestó para realizar un video donde su confusión parecía una falta de coeficiente intelectual; luego este video fue enviado a páginas de Facebook y grupos de WhatsApp para hacerlo viral.

No es cierto que los medios de comunicación tengan autonomía y puedan decidir por sí solos lo que van a difundir, ellos están condicionados por esta estructura dominante de la que ya hemos hablado, la que no va a permitir que se atente contra sus intereses de mercado, es así que el medio de comunicación “permite presentar un pseudo-autor, elevado al rango de casualidad de fenómenos y procesos sociales de manera indiferenciada, y ocultar tanto la identidad de los

manipuladores como la funcionalidad de las ideas que expanden con el sistema social patrocinado por las clases dominantes” (Mattelart y Siegelaub, 2017, p. 207).

4.1.2. Digital Cable S. A

Digital Cable S.A, es una empresa de comunicación conformada en 2008, es propiedad de una familia quinindeña, que además de manejar este medio de comunicación también se dedica a otras actividades económicas en el sector salud y palmicultor. Digital Cable tiene un total activo-pasivo 107.842,12 USD, y en el kárdex de accionistas aparece la persona que se identificó como dueño de Digital Cable S.A, al momento de realizar nuestra investigación (Supercias, 2019).

Según registros de Arcotel, este canal de televisión empezó a funcionar en el año 2009, y su concesión feneció el 26 de junio de 2019, pero al momento de realizar nuestra investigación aún continuaba transmitiendo producciones nacionales e internacionales.

Al realizar el trabajo de campo confirmamos que este medio había suspendido la producción local por la falta de auspiciantes y publicidad, por lo que no podían seguir pagando a sus funcionarios. También averiguamos que este canal estaba esperando firmar contrato por el servicio de publicidad con el municipio, pero que aún no se concretaba aquello.

En Digital Cable S.A. trabajan al menos siete personas, y cuatro de ellos son periodistas, quienes hacen las veces de reporteros, editores y presentadores. A diferencia de los periodistas de Megavisión, estos no tienen un título de periodistas y tampoco cuentan con un salario establecido.

Por lo general el salario de los comunicadores en Quinindé va desde los 200 a 300 dólares y exagerando llegará a los 400 y en muchas ocasiones es muy complicado cancelarle a todo el personal y por eso se trabaja con producción, es decir que los periodistas consiguen publicidades y con ello se pagan su salario (Anónimo, comunicación personal, 17 de septiembre de 2019).

La principal fuente de información de este canal es el municipio de Quinindé. En una de las entrevistas nos contaron que esta entidad municipal también es el mayor proveedor de publicidad, pero que en ocasiones les han condicionado a no difundir información que atente contra sus intereses. Los pagos por publicidad bordean los 2.000 USD mensuales e incluye propaganda de todas las áreas que conforman la alcaldía.

Hay que ser muy realistas, muchas veces para que los medios de comunicación se puedan abastecer económicamente, les toca alinearse como comúnmente se llama, alinearse a cierta figura política que está al frente de dicha institución en el caso de Quinindé el municipio, y eso hace que muchas veces te limites en el tema informativo. Aunque a mí me gusta ser muy independiente, muchas veces nos toca someternos por la necesidad económica para poder abastecer y poder pagar los salarios de los chicos (Anónimo, comunicación personal, 17 de septiembre de 2019).

Los medios de comunicación que están ligados o sirven de instrumentos al poder político o económico no tienen una distancia, ni postura crítica para informar con responsabilidad social. Por eso Ramonet se plantea algunas interrogantes sobre el funcionamiento de estos medios “¿A quiénes pertenecen los medios? ¿Tienen los dueños de los medios los mismos intereses que los ciudadanos de una sociedad democrática? ¿O tienen unos intereses particulares?” Después de plantearse estas interrogantes llega a la conclusión que cuando los medios de comunicación tienen sus propios intereses defienden lo que les resulta conveniente y no, necesariamente, ello es en beneficio de la sociedad (Ramonet, 2005, p. 2).

En este canal su propietario decide los temas noticiosos y lo hace de acuerdo a lo que considera prioritario, y lo prioritario es lo que ocurre en las instituciones públicas como municipio de Quinindé, hospital, Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos, Subjefatura de Tránsito, entre otras entidades públicas; los temas que interesan al medio son, principalmente, políticos, y de coyuntura.

Los periodistas aunque no siempre están de acuerdo con la forma en que se abordan las noticias no cuestionan, ni opinan por temor a perder sus trabajos.

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

Por lo general no, y es por esta razón que ya no hago entrevistas de forma directa, me refiero al tema de comunicación en las calles, si dirijo y presento las noticias y hay muchas cosas con las que no estoy de acuerdo pero nos toca someternos por el tema de liquidez (Anónimo, comunicación personal, 17 de septiembre de 2019).

La contrastación y verificación de fuentes para este medio tampoco es una prioridad, solamente, contrastan si se trata de algún tema polémico o denuncia, de lo contrario se omite este importante paso.

Cuando los medios de comunicación son instrumentalizados el sistema mediático queda bajo el control de actores externos como el político y económico, especialmente, para el cumplimiento de sus intereses, y es aquí donde los medios de comunicación pierden ese fin social para el que

fueron creados y se convierten en voceros de los gobiernos de turno o del sistema financiero dependiendo el contexto en que se desarrollen (Casero, 2009).

4.1.3. Radio Magia Satelital S.A

Radio Magia es el medio de comunicación radiofónico que más audiencia concentra en la zona urbana y rural de Quinindé, su cobertura llega a las seis parroquias que tiene el cantón.

La primera vez que se otorgó la frecuencia a este medio fue en el año 2001, y el 05 de abril de 2017, su frecuencia fue renovada. Aunque según datos de la misma Arcotel, en mayo de 2019, se le había revertido la frecuencia, pero hasta el momento de nuestra investigación continuaba operando con normalidad (Arcotel, 2019).

[...] y en consecuencia dar por terminado el título habilitante suscrito el 05 de abril de 2017 y dar por terminado, con el señor JORGE WASHINGTON ZAMBRANO GARCÉS, de la estación de radiodifusión sonora FM, denominada “RADIO MAGIA SATELITAL”, frecuencia 88. 1MHz, para servir Rosa Zárate cantón Quinindé [...] por lo que debe disponer que la referida estación deje de operar y que la frecuencia sea revertida al Estado (Resolución Arcotel 0667, 2019).

Esta empresa tiene un total pasivo y patrimonio de 4.932,00 USD, un capital bastante bajo en comparación de los medios analizados al inicio de este capítulo (Supercias, 2019).

El dial de radio Magia es 88.1 FM. Aquí trabajan cinco periodistas y ninguno de ellos posee título de tercer nivel, a decir de nuestros entrevistados todos los que allí trabajan son formados a través de la experiencia y saben lo que deben hacer sin que haya una guía.

La experiencia manda muchísimo y como es un cantón pequeño no hay mucha novedad, ya sabemos el formato que debemos manejar. Un formato en el cual nosotros mandamos la noticia directa, no la editamos porque así es el estilo de la radio y ese ha sido el éxito de la radio y por eso hemos marcado una diferencia con los otros medios de comunicación (Anónimo, comunicación personal, 15 de septiembre de 2019).

No mantienen una reunión editorial para seleccionar los temas a dar cobertura, los periodistas que allí laboran tienen predeterminado y saben lo que deben cubrir. A decir de los mismos periodistas en este medio de comunicación pasan todos los temas sin discriminar ninguno y no editan ninguna noticia “nosotros tenemos participación proponemos temas en base a nuestra experiencia. El medio no tiene editores y como nosotros conocemos las reglas de memoria ya sabemos que hacer” (Anónimo, comunicación personal, 15 de septiembre de 2019).

La mayoría de noticias son difundidas con una sola fuente, sin contrastar ni verificar; a decir de los mismos periodistas, solamente, se contrastan cuando existe una acusación en contra de alguien.

En la medida que los medios de comunicación estén instrumentalizados el nivel de profesionalización será más bajo, los periodistas carecerán de autonomía, los criterios económicos y políticos serán los encargados de guiar la práctica del periodismo, y los medios de comunicación terminarán sirviendo a intereses particulares antes que a la ciudadanía (Hallin y Mancini, 2008)

De las entrevistas levantadas rescatamos que los periodistas no reciben un salario fijo por su trabajo. A estos se les paga por las publicidades que pudieran conseguir, se les da un porcentaje de ésta, lo que representa alrededor de 200 USD mensuales, pero puede ser menos debido a que el mercado en Quinindé es saturado.

Esto no solo ocurre en las ciudades pequeñas, es en todos lados. Por eso es que los comunicadores decimos que si se quiere pertenecer a este mundo primero hay que comerse las verdes y luego disfrutar de todo lo que ha sembrado. Los dueños de los medios nos dicen que podemos buscar publicidad para sostenernos y eso es muy duro. Hay compañeros que dañan la plaza cogen cualquier cosa por venta de publicidad, veinte o treinta dólares al mes (Anónimo, comunicación personal, 16 de septiembre de 2019).

A decir de otro periodista, en Quinindé existe precarización laboral; como los medios de comunicación son pequeños no tienen solvencia y a los periodistas no se les paga por su trabajo, si ellos consiguen publicidad pueden quedarse con el 20% de ésta.

Los periodistas de Quinindé para poder subsistir recurren a prácticas poco profesionales como la que describiremos a continuación:

El negocio consiste en pasar una nota de un personaje político en tono positivo a cambio del dinero que pudieran conseguir. Aquí en Quinindé los políticos son un poco más tacaños, en Esmeraldas los políticos son mano suelta. Como decía alguien por ahí de pronto alguien hizo un contratito y quiere que le tapen sus cosas a veces, pero esto no solo pasa aquí pasa en todo el Ecuador. Que los políticos para tapar sus acciones incorrectas pagan a los medios para que les ayuden a tapar sus cosas. (Anónimo, comunicación personal, 16 de septiembre de 2019).

El funcionamiento de los medios de comunicación se relaciona con una lógica de mercado, cuyo fin es aumentar la audiencia, incrementar publicidad, obtener poder e influencia política; en este sentido la venta de información podría reflejarse como una herramienta que se usa para el mantenimiento del “status quo” e incremento del capital económico (Casado, 2013).

Los personajes políticos son los favoritos para entrevistar en Quindé, los periodistas los prefieren para realizar las notas informativas.

Hay algunos, sin decir el nombre, y no estoy con esto manchando, porque no son todos pero sabemos que por la inestabilidad que tienen, porque de pronto es el único sustento que tienen para ayudar a su familia, y a veces los medios no se abastecen a pagar los sueldos, y como a los periodistas les gusta la profesión a veces les dan publicidad y a veces se mantienen de esa manera. Pero en ocasiones cuando hacen una entrevista a algún político buscan la manera de venderles... bueno te paso la nota ayúdame, lo hacen de esa manera un poco más suave aquí en Quindé. Ese tipo de ayuda que piden no es justificada, es como un poco consciente por una necesidad que el periodista tiene. Pero hay algunos periodistas que si se enojan con algún personaje cuando de pronto no les pagan y le sacan a relucir alguna situación adversa para decirles si tú no me apoyas o no me das te saco cualquier nota que yo sé de ti. Los periodistas hacen eso porque no tienen otra fuente de ingreso y los medios les dan la oportunidad de trabajar pero sin un sueldo, solo con la publicidad que pudieran conseguir. Y esto les sirve para sobrevivir o subsistir porque detrás de ellos hay hijos, hay familia, y por eso se ven obligados a pedir (Anónimo, comunicación personal, 16 de septiembre de 2019).

A decir de Kapuscinski, los medios de comunicación y la información se han convertido en mercancía que compite en el mercado por receptar la mayor cantidad de audiencia y por adquirir mayores beneficios económicos, más que por brindar una mejor calidad en sus distintas producciones.

Desde que se la considera una mercancía, la información ha dejado de estar sometida a los criterios tradicionales de la verificación, la autenticidad o el error. Actualmente se rige por las leyes del mercado. Esta es la evolución más significativa entre todas las que han afectado al campo de la cultura. Consecuencia: los antiguos héroes del periodismo se han visto sustituidos por un impactante número de trabajadores de los medios, casi todos sumergidos en el anonimato (Kapuscinski, 1999, p. 2).

También, averiguamos que éste medio de comunicación ha recibido amenazas por parte de organismos del Estado, por usar fuentes que están en oposición al gobierno actual.

Lamentablemente, la situación que se está dando es muy complicada y de pronto si te lo digo no sé si lo vayas a sacar. Te lo digo después. Es por la cuestión de que los medios han sido parte de la presión de ellos y podemos decir que la línea editorial del medio no encaja con lo que quiere el gobierno actual (Anónimo, comunicación personal, 16 de septiembre de 2019).

Aparte de las cuestiones de propiedad, financiación y regulación de los medios de comunicación, el Estado desempeña un papel importante como fuente de información y definidor primario de noticias con una enorme influencia sobre la agenda y la formulación de asuntos públicos, es decir que los medios de comunicación quieran o no se van a ver afectados por las distintas acciones de los gobiernos de turno (Hallin y Mancini, 2008).

Radio Magia en diferentes ocasiones ha sido atacada por la línea editorial que maneja, que a decir del propietario es una línea incluyente y que no discrimina a ningún actor o fuente.

Un hecho que fue de trascendencia fue la vez que el ex presidente Rafael Correa, estuvo haciendo unas declaraciones en este medio y parece que no fueron del agrado de algunas personas y llegaron acá, hay que destacar que la agresión no era en contra del medio de comunicación sino en contra de las expresiones del ex presidente Correa, pero indudablemente yo asumo la responsabilidad porque tengo que velar porque cada persona tenga derecho a decir lo que siente, sea lo que haya sido, pueda que esté equivocada la otra persona, pero yo tengo la obligación de darle la oportunidad de expresarse a esa persona (Anónimo, comunicación personal, 23 de septiembre de 2019).

La principal fuente de financiamiento de este medio de comunicación es la publicidad de empresas privadas e instituciones públicas del cantón, en palabras del gerente del medio “tener un medio no es para enriquecerse pero si para ofertar un servicio respondiendo a las expectativas de nuestros oyentes y clientes porque la radio necesita dinero para poder seguir haciendo radio, este es un medio de comunicación privado y requiere de fondos para poder seguir operando” (Anónimo, comunicación personal, 23 de septiembre de 2019).

4.1.4. Radio Estéreo Quinindé

Radio Estéreo Quinindé fue el primer medio de comunicación que empezó a funcionar en el cantón. En sus inicios, en los años 70, esta radio se llamaba La Voz de Quinindé, y su frecuencia era la 1702 AM. Esta radio es propiedad de una familia quinindeña que lleva en el negocio de la comunicación varios años. Actualmente, tiene el nombre radio Estéreo Quinindé y tiene como frecuencia 94.9 FM, que da cobertura a la zona urbana y rural del cantón.

A diferencia de los anteriores medios analizados radio Estéreo Quinindé pertenece a una persona natural, y según su gerente general la radio no le genera grandes beneficios económicos.

Resulta muy difícil tener un medio aquí en Quinindé, es muy difícil, en base a lo económico es muy difícil porque los gastos que genera un medio de comunicación son bastantes altos y a veces nos vemos en desventaja por esa situación. No es rentable. Es por la pasión de mi padre que seguimos de pie con este medio (Anónimo, comunicación personal, 11 de septiembre de 2019).

Este medio de comunicación igual que radio Magia tenía su frecuencia revertida desde enero 2019, pero hasta que realizamos este trabajo de campo seguía operando con normalidad (Arcotel, 2019).

Al momento de realizar nuestra investigación en Radio Estéreo Quinindé trabajaba un periodista, quien nos contó que en la radio labora alrededor de doce horas diarias, es reportero y presentador; conduce los dos noticieros que esta radio difunde, en la mañana y al mediodía. No tiene título de tercer nivel, su experiencia es la que le otorga las credenciales para realizar el trabajo comunicacional. Por su trabajo no recibe sueldo alguno, y su sustento proviene de la publicidad que obtiene, con la que genera entre 100 y 200 dólares al mes.

Aquí trabajo casi todo el día por los programas que conduzco y más la labor de reportero que realizo. Soy presentador y reportero voy a buscar la fuente al lugar de los hechos. También, tengo un programa de entretenimiento.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

No me pagan nada, yo consigo mis propios recursos. Yo mismo consigo mi publicidad (Anónimo, comunicación personal, 11 de septiembre de 2019).

En este medio de comunicación los criterios de selección de noticias se dan de manera espontánea, no existe una planificación previa para la cobertura informativa. El periodista se dirige a las instituciones públicas, especialmente, al municipio vuelve a la radio y difunde la información recabada. No existe una reunión editorial para seleccionar los temas a cubrir, por lo tanto el periodista de manera empírica sabe el lugar donde se generan las noticias.

Aunque el periodista no tiene un direccionamiento en cuanto a la agenda informativa existe un sesgo personal por los temas a cubrir. Y al parecer esa libertad que tiene en cuánto a la selección y difusión los temas noticiosos él mismo la limita y se autocensura. El periodista usa esa libertad que tiene para emitir juicios de valor y saltarse pasos importantes en la construcción de las noticias como la verificación y contrastación de fuentes.

De nuestra investigación de campo pudimos entender que la comunicación en la periferia ecuatoriana resulta ser un negocio más que un servicio público o un derecho; en general los propietarios de los medios y los periodistas usan a la comunicación como herramienta para alcanzar determinados fines personales, que nada tiene que ver con informar, lo que desemboca en una precarización de la comunicación, de los periodistas e instrumentalización de los medios de comunicación.

Acá en Quinindé los periodistas hemos estado en precarización laboral, sin un contrato de por medio, sin un horario establecido. Cuando me empezaron a pagar por mí trabajo fue en el año 2000 y allí tanto mis compañeros y yo ganábamos 40 dólares mensuales. Debo decir que ya con una remuneración un poco más digna y con formalidad he podido trabajar desde año 2010, ya conté con un salario más digno, con un contrato definido de trabajo, con un seguro sin que eso regule mi horario de trabajo.

Son los medios los que obligan a los periodistas a recurrir prácticas poco éticas que ocurren a diario porque tienen reporteros que no cuentan con un salario mínimo, no tienen estabilidad laboral, no tienen un salario fijo a lo mucho le da una motivación, una ayuda de vez en cuando eso lleva a que los reporteros, básicamente, recurran al patrocinio y cuando se tiene un sector privado que no tiene cultura de pauta en Quinindé, la única alternativa que le queda a los comunicadores para buscarse la vida es recurrir al patrocinio de autoridades y es ahí cuando se produce una relación incestuosa entre la autoridad que paga un patrocinio a un comunicador y la responsabilidad social de ese comunicador de ser objetivo y crítico y de trabajar en función de una necesidad colectiva y no de una autoridad determinada (Anónimo, comunicación personal, 30 de septiembre de 2019).

La publicidad del sector privado es lo que le permite a Radio Estéreo Quinindé cubrir ciertos gastos como el arrendamiento y mantenimiento de la radio, pero no tienen solvencia económica para pagar el salario del único periodista que labora en el medio. De las entrevistas levantadas pudimos corroborar que este medio de comunicación no poseía contratos con ninguna institución pública.

Ahorita no estamos trabajando con el municipio porque hubo cambio de administración, a veces ellos vienen con otra mentalidad, o no formamos parte de la línea del medio, de la lista de ellos y se ven como un poquito rezagados pero al final ellos entienden que cada cual tiene derecho a ser favorecido por alguna lista. Estamos trabajando indirectamente con ellos porque tenemos que cubrir la información y pasar ciertas notas de municipio que son de interés cantonal. Lo que si no tenemos ahorita es relación comercial con ellos (Anónimo, comunicación personal, 11 de septiembre de 2019).

La práctica más común a la que recurren los periodistas para conseguir dinero es conocida como “centrar” lo que significa pedir dinero a los personajes políticos del cantón a cambio de difundir una nota informativa, en tono positivo. A continuación reproduzco un fragmento de la entrevista realizada a un periodista de Quinindé.

Periodista: Esta mañana en el relajo que tenían los de la Unión Manabita en el municipio, el alcalde cogió 20 dólares y le dijo al guardia me le entrega esto al periodista X.

Investigadora ¿Te sobornó?

Periodista: No, él me los obsequió por voluntad, cariño, gratitud pero no tiene un compromiso conmigo ¿Qué es lo que yo quiero hacer? Yo más tarde lo cojo en el vóley y le voy a decir don “Carlitos” quiero hablar con usted regáleme dos minutos pero que nadie nos interrumpa y le diré don “Carlitos” yo estoy al frente de un noticiero y sé que usted no tiene un buen vínculo con el medio X por esto y por lo otro, pero esas son cosas allá, yo no tengo que ver nada; don Carlos quiero que me de la mano los cuatro años que usted va a estar, póngame un saldo el que usted me va a dar, si quiere factura yo lo hago.

Investigadora: ¿El dueño del medio tiene problemas con el Alcalde?

Periodista: Lo que pasa es que X (dueño del medio) lo atacó mucho en la campaña y eso no debería ser así. X nunca pensó en... y por eso ahora no les dan publicidad (Anónimo, comunicación personal, 22 de septiembre de 2019).

Los medios de comunicación y los periodistas en algunas ocasiones están influenciados por el sistema político o económico porque de ellos depende sus subsistencia y esto provoca que se produzca un clientelismo por parte de los medios de comunicación y terminen sirviendo a sectores de poder en vez de informar de manera integra a las audiencias (Hallin y Mancini, 2008)

Averiguamos que en los medios de comunicación de Quinindé existe un clientelismo político, que la práctica de dar “centros” está muy normalizada en el cantón, incluso fuimos testigos de uno de estos “centros” y lo describiremos a continuación. Todos los lunes en la mañana están un sinnúmero de periodistas, tanto de medios tradicionales como digitales esperando cubrir noticias que resulten de esta institución. Periodista X se le acerca a político X, le hace una entrevista sobre las funciones que realiza, siempre en tono positivo y cuando termina de realizar la entrevista le dice “pásame ese centro” o “deme la bendición” el político X le da la mano como si estuvieran despidiéndose y le pasa 20 dólares, el periodista X se retira y busca otro político para realizar el mismo proceso.

Otro periodista nos confirma que todos los medios de comunicación en Quinindé funcionan como meros reproductores de producción internacional debido a que los recursos económicos son limitados para ellos.

En Quinindé la situación es dramática, tú estás investigando, trabajaste acá y sabes que no miento. En Quinindé tenemos medios que hacen sus noticieros en el horario matutino, que es el horario fuerte, sobre todo para las radios y terminado el horario matutino cierran la puerta del medio de comunicación y a partir de ahí queda una computadora reproduciendo un playlist durante todo el día. No hay esfuerzos en una producción en los medios de comunicación, mucho menos hay esfuerzos periodísticos. Hay medios de comunicación acá que tienen un periodista estrella, y a lo mucho un reportero que hace las veces de reportero todólogo que lo cubre todo y tiene que hacer entre cinco y seis notas diarias, lo cual incide en la calidad de la noticia. Te digo esto de los medios porque yo no diría que son los periodistas que incurren en estas prácticas poco éticas ante la precariedad laboral, yo creo que son los medios los que incurren en estas prácticas poco éticas porque tienen una concesión de un servicio público entregado por el Estado para operar (Anónimo, comunicación personal, 30 de septiembre de 2020).

La situación de la comunicación en Quinindé es compleja nos cuenta otro periodista. Explica que el cantón vive una “prostitución de la comunicación” los periodistas se venden al mejor postor, solamente, son oposición cuando no se les paga, pero mientras haya dinero de por medio puede ser el peor político y los periodistas omiten situaciones que pudiera afectar a estos personajes. Además, los medios de comunicación no serían diferentes al recibir contratos con las instituciones públicas “se venden en cuerpo y alma, al punto que se olvidan del daño que le hacen a la gente omitiendo situaciones graves e incluso mintiendo y aquí en Quinindé, se nos explota

y peor aún hay compañeros a los que ni siquiera les pagan” (Anónimo, comunicación personal, 17 de septiembre de 2019).

El periodismo y los medios de comunicación son instrumentos de poder que sirven para fortalecer el pensamiento hegemónico y mantener el dominio de los poderes económico y político. El sistema mediático se ha convertido en una herramienta que tiene como objetivo preservar el poder establecido a costa de los intereses de la ciudadanía que además es manipulada y última en la escala de prioridades de los medios de comunicación (Reig 2004).

4.1.5. Medios digitales de Quindé

Como consecuencia de la situación compleja que atraviesan los medios de comunicación y los periodistas en Quindé, algunos han decidido trasladarse a las plataformas digitales, con las que generan ingresos económicos y no tienen que entregar ningún porcentaje de la publicidad que obtienen, aunque es escasa les resulta más conveniente. Existen alrededor de diez medios digitales en Quindé, que pertenecen a periodistas locales que antes trabajaban en medios tradicionales y se dedican a cubrir temas políticos, especialmente.

En la actualidad muchos de los periodistas de Quindé, entre aficionados y otros con experiencia han emigrado a redes sociales con la finalidad de sacar allí para sobrevivir, causando un serio daño a la comunicación. Hoy cualquiera se pone un canal en Facebook y se autodenomina "independiente" y desde allí se genera animadversión sobre otros periodistas. Así andan un montón de "periodistas" con canales de Facebook, ya tienen azarados a los políticos del cantón, especialmente, al alcalde; a cada rato lo quieren entrevistar para cobrar, no quitan su micrófono en un solo momento. En esmeraldas también es cosa seria los centros; cuando el alcalde va para allá calculo que debe llevar unos 600 dólares para los centros, se pegan como zancudos y no lo dejan salir si no centra. Cuando hay reuniones con todos los alcaldes en Esmeraldas, cada periodista se hace ese día unos 250 dólares, descaradamente (Anónimo, comunicación personal, 23 de septiembre de 2019).

En palabras de un periodista de Quindé, que migró a los medios digitales le resulta mejor trabajar de manera independiente y en plataformas digitales porque allí tiene la plena libertad de elegir los temas que son de interés público y sin que haya algún tipo de sesgo. Pero en cuanto a los recursos humanos, técnicos si resulta complicado porque una misma persona debe hacer todo sin el apoyo tecnológico que si tienen los medios de comunicación tradicionales.

Otra diferencia fundamental entre los medios de comunicación tradicionales y los digitales es la libertad de poder ser leal a la realidad sin tener ninguna corta pisa, ningún consejo editorial de un gerente, del dueño de un medio que esté sobre ti y esté poniendo límites, creo que es una ventaja sustancial que favorece al buen periodismo porque nos permite explorar campos que a veces son

vetados en los medios tradicionales (Anónimo, comunicación personal, 30 de septiembre de 2019).

Tanto los medios de comunicación tradicionales como los digitales carecen de patrocinio y por ello buscan diversas maneras para subsistir y finalmente los periodistas terminan realizando las mismas prácticas que en sus anteriores medios, es decir buscando “apoyo” de personajes políticos a cambio de un buen titular.

La cosa es seria y causa tristeza que por estas situaciones se tenga a quienes ejercemos esta hermosa profesión como prensa vendida y corrupta, cuando son los mismos políticos quienes se aprovechan de la necesidad de muchos que ven en esta profesión la forma de hacer dinero fácil (Anónimo, comunicación personal, 23 de septiembre de 2019).

Tal y como señala Fernando Casado (2013) los medios de comunicación son usados como herramienta por diferentes actores que ven a la comunicación como un negocio más que un servicio para la ciudadanía donde no importa la calidad de información sino la rentabilidad del medio de comunicación, es decir conseguir cualquier tipo de beneficios.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

Los medios de comunicación por un lado son instituciones políticas pero también empresas que están determinadas por factores económicos, lo que a decir de Hallin y Mancini (2008) desemboca en un clientelismo que hace perder a los medios de comunicación la esencia para lo que fueron creados y se convierten en el sostén de los sectores político y económico.

A través de nuestra investigación pudimos corroborar que en Quinindé, existe una estrecha relación entre el poder político, económico y mediático, que genera un clientelismo en estos dos campos, lo que impide que estos medios desarrollen su actividad periodística con libertad, ya que están condicionados por sus propietarios; en el caso de Megavisión al ser propiedad de la familia del alcalde de Quinindé, es usado como herramienta para reforzar las actividades que realiza la entidad municipal, a través de la difusión de noticias, entrevistas, propagandas en las que se puede visualizar la “buena” gestión del alcalde y su equipo de trabajo; y en los tres medios restantes por el tema económico, son las instituciones que pautan las que interfieren en la selección y cobertura de temas porque para sus auspiciantes resulta contradictorio pagar pauta publicitaria y que a su vez se difundan noticias que los perjudiquen. Finalmente, los cuatro medios de comunicación de Quinindé terminan trabajando como meras agencias de publicidad del municipio, ya sea porque los políticos pagan por ello o porque es la institución de la que más noticias sustraen o porque la familia del alcalde de Quinindé es dueña de uno de estos medios.

Tal y como lo habíamos escrito en la hipótesis pudimos comprobar que en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas, existe instrumentalización de los medios de comunicación y lo explicaremos de la siguiente manera:

1. El primer tipo de instrumentalización que pudimos observar es la que se da por parte de los dueños de los medios de comunicación, quienes usan al medio para reforzar el cumplimiento de sus intereses, ya sean económicos o políticos. Usan a los medios para posicionar temas que favorecen los intereses de sus auspiciantes; como el municipio de Quinindé, que es el mayor proveedor de publicidad, cuando este pauta con los medios del cantón la información generada desde estos es aliada a los intereses políticos de la institución municipal.

2. El segundo tipo de instrumentalización que encontramos en los medios de comunicación de Quinindé, es el ejercido por los periodistas, quienes usan al medio para su beneficio personal pidiendo favores económicos a los políticos del cantón a cambio de un buen titular, en ocasiones ocultando deliberadamente temas de interés social.

Sobre los periodistas y el desarrollo de la actividad periodística corroboramos que la profesionalización de los periodistas en los medios de comunicación de Quinindé, es un tema complejo porque solo un medio de comunicación tiene profesionales formados académicamente; los demás son integrados, empíricamente, la mayoría con estudios primarios y secundarios. En cuanto al desarrollo de la actividad periodística averiguamos que existe precarización laboral. Los comunicadores son explotados en sus trabajos, laboran alrededor de 12 horas diarias, la mayoría ni siquiera obtiene un salario básico, ni tampoco cuentan con un seguro social; y confirmamos que en la mayoría de medios de comunicación los comunicadores se pagan su propio sueldo buscando auspiciantes, pero debemos aclarar que de lo recaudado solo un 20% es para el periodista porque el 80% restante le corresponde al propietario del medio, porcentaje que en dinero representa unos 100 o 200 dólares mensuales.

Esta precarización laboral provoca que los periodistas pasen por alto la realización correcta del trabajo periodístico. La contextualización, contrastación y verificación de fuentes no es una prioridad ni para los periodistas, ni para los medios de Quinindé y solo se la realiza en caso de presentarse una denuncia grave. Gran parte de la información difundida por los medios de comunicación de Quinindé carece de estos pasos importantes, además que están direccionadas a favorecer a un sector en particular. En cuanto a las agendas informativas de los medios de comunicación de Quinindé están marcadas por los temas políticos. Estas agendas son construidas con base a la ideología de los propietarios de los medios de comunicación, y aunque los periodistas proponen temas estos no se contraponen con la línea editorial del medio; los comunicadores tienen predeterminado los temas y enfoque que deben darle a la información, así que no hay mayor complicación en la selección de los temas informativos.

A manera de reflexión final

Desde la elección del tema a desarrollar en este trabajo de investigación nuestra motivación estuvo marcada por la experiencia que la investigadora tuvo mientras se desempeñaba como periodista en Quinindé. La intención detrás de este trabajo fue averiguar la situación actual del

periodismo, periodistas y medios de comunicación en Quinindé; sin que esta experiencia influya en el trabajo de investigación realizado. Al trabajo de campo se llegó libre de prejuicios, abierta a escuchar los testimonios de los comunicadores y propietarios de los de los medios de comunicación. Al momento de realizar la observación participante estuvimos muy atentos a cada detalle como si la experiencia fuera nueva para nosotros, esto a pesar que conocíamos el contexto y la manera en que se manejaba el periodismo en Quinindé.

A pesar de todo lo antes expuesto nos encontramos que la situación de los medios de comunicación, periodistas, y periodismo en general había empeorado con los años porque se había intensificado la precarización laboral e instrumentalización de los medios de comunicación en Quinindé. Y a pesar de la existencia de una Ley Orgánica de Comunicación, que regulaba la actividad periodística pudimos darnos cuenta que en la periferia no hubo un cumplimiento de esta, especialmente, en lo que se refiere a los salarios de los periodistas e instrumentalización de medios; es decir que la ley estuvo ahí pero nadie se ocupó de hacerla cumplir, ninguna institución se percató de lo que ocurría con los periodistas y medios de comunicación de Quinindé.

Aunque esta investigación fue realizada en un cantón en concreto nos permite tener una idea del desarrollo de la actividad periodística en el Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia de Regulación y control de las Telecomunicaciones. (junio, 2016). Resolución Arcotel 2016-0548. Quito

Agencia de Regulación y control de las Telecomunicaciones. (2019). Listado de medios de comunicación a nivel nacional. Quito

Asamblea Nacional de Ecuador. Ley Orgánica de Comunicación (LOC). 2013. Ecuador.

Baez , I. (2018). *Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina un estudio comparativo entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*. (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

Bagdikian, B. (1983). *The Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.

Barbero, M. (1978). *Comunicación masiva: Discurso y poder*. Quito: Colección INTIYAN, Ediciones Ciespal.

Barbero, M. (1978). *Comunicación masiva: Discurso y poder*. Quito: Colección INTIYAN, Ediciones Ciespal.

Becerra, M y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Buenos Aires. Prometeo.

Becerra, M. (2000). De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso. *Zer Revista de Estudios de la Comunicación*. (8): 93-112.

Becerra, M. (2015), *De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires. Paidós.

Becerra, M. (2006). *Periodistas y Magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Bericat, E. (2006). *La cultura del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrifuga*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

Bernabé, J. (Ed.). *Periodismo preventivo. Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*, Editorial Catarata, Madrid, 2007.

- Bourdieu, P. (1977). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona: Editorial Laia.
- Bourdieu, P. (1988), *Homo academicus*. Stanford: University Press, Stanford, CA.
- Bourdieu, Pierre. (1977). *La reproducción*. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza. Barcelona: Laia.
- Bourdieu. Pierre. (1997). *Sobre la Televisión*. Barcelona: Editorial Agrama.
- Caballero, F. (diciembre-marzo, 2015-2016). Vivir las ciudades: sentidos y experiencias urbanas desde una mirada norte/sur global. *Revista Chasqui*. (130): 1-44. Recuperado de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/10082>
- Casado, F. (2013). *Venezuela en la prensa internacional: Procesos de información y desinformación* (tesis doctoral). Universidad de la Laguna, Terenife.
- Casado. Fernando. (2018). *Antiperiodistas: Confesiones de las agresiones mediáticas contra Venezuela*. Venezuela: Editorial el perro y la rana.
- Casero, A. (2009). El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*. (64): 354-366 Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/09/art/29_828_47_ULEPICC_08/Andreu_Casero.html
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. *Revista Telos*. (74): 13-24. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2545714>
- Castillo, A. (Febrero- abril de 2011). Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, Medios de Comunicación y Sociedad. *Revista Razón y Palabra* (75): 1-22. Recuperado de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4859/razon%20y%20palabra%202011.pdf?sequence=1>

Chavero, P. y Oller, M. (2017). La Comunicación mediática en Ecuador. Características de la prensa de referencia. En Oller, M (Ed). *Cultura(s) Periodística(s) Iberoamericana(s). La diversidad de un periodismo propio* (113-133). La Habana: Sociedad Latina de Comunicación.

Chavero, P., y Oller M., (2015). Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador. En M. Oller (Ed). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los Desafíos Contemporáneos* (39-77). Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación

Chomski, N y Ramonet, I. (1998). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.

Constitución de la Republica de Ecuador (2008). Ecuador.

Curran, J. (2002). Medios de Comunicación y poder. Barcelona: Hacer

De Moraes, D., Ramonet, I. y Serrano, P. (2013). *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Buenos Aires: Editorial. Biblos.

Di Filippo, A. (1997). *Multilateralismo y Regionalismo en la Integración de América Latina*", *Documentos de trabajo*. Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Di Filippo, A. (II semestre, 1998): "La visión Centro-Periferia hoy", *Revista de la CEPAL*. (Extraordinario): 175-185. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/12135>

Díaz Bordenave, J. y Martins H. (2015). *Planificación y Comunicación*. Quito: Ediciones Ciespal.

Díaz, B, (2011). *Libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

Dos Santos, Th. (2002). *La Teoría de la Dependencia. Balance y persectivas*. México DF: Plaza y Janés.

- Dussel, E. (Octubre de 2017) La única sede de ejercicio de poder es el pueblo. *Revista Palabra Pública*. Recuperado de <https://palabrapublica.uchile.cl/2017/10/17/enrique-dussel-la-unica-sede-del-ejercicio-del-poder-es-el-pueblo/> IMPRESA
- Erazo, L y Flor, J. (2014) Estudio de la desigualdad al interior del Ecuador como una manifestación de la configuración centro- periferia del sistema capitalista: Análisis provincial para el año 2018 (tesis doctoral). Escuela Politécnica Nacional. Quito.
- Espiñeira, K. (2009). *El centro y la periferia. Una reconceptualización desde el pensamiento decolonial*. Ponencia presentada en Panel V. Colonialidad del poder: Capitalismo, democracia y sociedad III Training Seminar de Jóvenes Investigadores de Dinámicas Interculturales Fundación CIDOB, Barcelona.
- Foucault, M. (1978). *Microfísica del Poder*. Madrid: La Piqueta.
- Foucault, M. (1995). *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- García de Madariaga, y Solís, Carmen. (I semestre, 2006). La construcción de la realidad desde los medios venezolanos. Censura, autocensura y militancia política de los profesionales de la información. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*. (3): 319-334. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3664912>
- Gomis, L. (1987). *El medio media. La función política de la prensa*. Barcelona. Editorial Mitre.
- Hallin, D. (I semestre, 1997). Comercialidad y profesionalismo en los medios estadounidenses. *Revistas Científicas Complutense* (3): 123-144. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/38811032.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill.
- Nobre-Correia, J. (Septiembre de 1990). Medios de comunicación y poder político. *Revista digital Telos*. (97). Recuperado de

<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero097/medios-de-comunicacion-y-poder-politico/>

Kapuscinski, R (II semestre de 1999) ¿Acaso los medios reflejan la realidad del mundo? *Revista Edición Cono Sur*, (3): 26-35 Recuperado de http://www.catedraa.com.ar/varios/kapuscinki_medios_realidad.pdf.

López, F. (II semestre, 2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*. (4): 167-179. Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?seq>

Mancini, P. (1993). *Between Trust and Suspicion: How Political Journalists Solve*.

Mastrini, G y Becerra, M. (2011). *Estructura, concentración y transformaciones en los medios de comunicación del Cono Sur Latinoamericano*. Buenos Aires: Dossier.

Mastrini, G. y .Becerra, M.(2006). *Periodistas y Magnates Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos aires: Prometeo Libros.

Mastrini, G. y B. (2011). *Estructura, concentración y transformaciones en los medios de comunicación del Cono Sur Latinoamericano*. Buenos Aires : Dossier.

Mattelart, A. y Siegelau, S. (2017). *Comunicación y Lucha de Clases Vol. 1 Capitalismo, Imperialismo*. Quito: Ediciones Ciespal.

McChesney, R. (2005). *Medios Globales, Neoliberalismo e imperialismo*. Madrid: Icaria.

Moncada, Alberto. (2000). *Manipulación mediática: Educar, Informar o Entretener*. Madrid: Ediciones Libertarias

Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Neiva: Universidad Surcolombiana.

Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación de. Sociología de las masas*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Moreno, H. (I semestre, 2006). Bourdieu, Foucault y el poder. *Revista Voces y Contextos*. 2 (1):1-13. Recuperado de: <https://www.uv.mx/tipmal/files/2016/09/BOURDIEU-FOUCAULT-Y-PODER.pdf>
- Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona. Paidós (capítulos 20 y 21).
- Pérez, C., y Sunkel, O., Torres, M. (2012). Raúl Prebisch (1901-1986) un recorrido por las etapas de su pensamiento sobre el desarrollo económico. Cepal.
- Pineda, J y Krainer, A. (2012). *Periferias de la periferia Procesos territoriales indígenas en la Costa y la Amazonia ecuatoriana*. Quito. Rispergraf C.A.
- Pozas, V y De Miguel, J. (Mayo de 2009). Polarización ideologica o economica?: relaciones entre el poder politico y corporativo. *Revista Viento del Sur* (103): 44-52 Recuperado de <http://cdn.vientosur.info/Vscompletos/DeMigue%20Pozas.pdf>
- Prebisch, R. (1950). Crecimiento, desequilibrio y disparidades. *Revista Cepal*. (1): 3-89.
- Prebisch, R. (abril de 1981). La periferia latinoamericana en el sistema global del capitalismo. *Revista de la Cepal*, (13):163-171.
- Ragin, Ch. (2007). *La construcción de la investigación social, Introducción a los Métodos y su diversidad*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Ramonet, I. (1986). *La Tiranía de la comunicación*. Madrid: Editorial Debate.
- Ramonet, I. (2011). “¿Medios de comunicación al servicio d eintereses privados?”. Ponencia presentada por Fundació Alfons Comín. Barcelona.
- Ramonet, Ignacio (2007). “Los medios son el aparato ideológico de la globalización”. Ponencia presentada en Bienal Iberoamericana de Comunicación. Córdoba, Argentina. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2545714>

Reig, R. (2004). *Dioses y diablos mediáticos: cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*. Barcelona: Urano.

Romano, V. (Mayo de 2000). Poder y comunicación. *Revista Laberinto*, (7): 1-8 Recuperado de http://laberinto.uma.es/index.php?option=com_content&view=article&id=79:poder-y-comunicacion&catid=37:lab3&Itemid=54

Sánchez, A. (Abril de 2010). La acción de los medios de comunicación masiva en el Ecuador ¿Acción comunicativa o estratégica? *Biblioteca Digital de Vanguardia para la Investigación en Ciencias Sociales Flacso Andes*. Recuperado de <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/la-accion-de-los-medios-de-comunicacion-masiva-en-el-ecuador-accion-comunicativa-o-estrategica>

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de radio Magia

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de Digital Cable

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de - periodista Megavisión

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de Megavisión

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de independiente (Quinindé)

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a propietario de Digital Cable S.A

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de Digital Cable

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista anónimo- Quinindé

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista anónimo- Quinindé

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de radio Magia

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de Radio Estéreo Quinindé

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista radio Magia

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de Megavisión

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a periodista de Megavisión

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a propietaria Megavisión

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a gerente general de Radio Estéreo Quinindé

Segura, S. (2019). Entrevista realizada a propietario de radio Magia

Sierra, F., y Quiroz, F. (2016). *El Espiritu Mac Bride. Neocolonialismo, Comunicación –Mundo y alternativas democráticas*. Quito: Ediciones Ciespal

Sodré, M. (1998). *Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos*. Barcelona: Gedisa.

Wallerstein, I. (2005). *Análisis Sistemas- Mundo. Una Introducción*. México: Grupo editorial Siglo Ventiuno.

Wallerstein, I. (2010). *El Moderno sistema Mundial III. La segunda era de la gran expansión de la economía mundo capitalista 1730-1850*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Weber, M. (2012). *Sociología del Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Williams, R. (2013). *Cultura y materialismo*. Buenos Aires: La Marca Editorial.

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista a periodista Megavisión Cable S.A

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Estoy desempeñando la dirección de noticias de Megavisión, también cumplo las funciones de reportero y presentador y también organizo a los compañeros para salir a realizar las coberturas en diferentes lugares donde corresponde hacer las actividades periodísticas

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

En este medio de comunicación he tenido algunas fases, en la primera ocasión ingresé y trabajé por cuatro años consecutivos, luego me fui y regresé y estuve por tres años más y luego salí por motivos de trabajo. Regresé al canal y ya tengo alrededor de seis meses.

¿Qué título profesional tienes?

Licenciado en comunicación social

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

Bueno... en realidad como periodistas no tenemos horas establecidas, nosotros a veces ingresamos en la mañana y cuando salimos a hacer coberturas no nos fijamos en la hora que nos toca regresar. Lo importante es que debemos entregar un buen producto a la audiencia.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

Estoy con la base establecida por el Gobierno nacional, cuando se fijó una tabla para los periodistas con título académico (800 USD).

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

Establecemos de acuerdo a las prioridades información en el ámbito político, en el ámbito crónica policial, en el ámbito policial y luego establecemos un esquema para clasificar que noticias están concitando más el interés de la población, qué es lo que la gente quiere escuchar, qué es lo que la gente quiere saber ese día. De acuerdo a eso nosotros organizamos la agenda de trabajo con los compañeros y repartimos las áreas de cobertura.

¿Bajo qué criterios se seleccionan los temas noticiosos?

De acuerdo a las prioridades del día a día, por ejemplo en el tema político hay temas de carácter nacional que repercuten mucho en nuestro cantón y hay que tomarlos en cuenta y buscar personajes que puedan dar sus opiniones orientadoras en esos temas, igual en la parte económica, cultural, social priorizamos los temas de esa manera.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

Si, como periodistas a veces estamos expuestos a eso, estamos en el escrutinio público y la gente muchas veces nos puede felicitar o criticar por el trabajo que hacemos. No a todos les gusta el trabajo que estamos haciendo y cuando se trata del ámbito político hemos tenido mucha presión por parte de quienes están en los entes gubernamentales. Yo mismo hace unos cuatro años atrás fui objeto de amenazas y persecución por quienes estaban ejerciendo en aquel entonces el poder político y quizás esa fue una de las partes por las que salí del canal y me fui a trabajar a una empresa privada que no tenía nada que ver con hacer comunicación.

¿Cuéntame de esa experiencia?

Empezamos a hacer un tema de investigación sobre un recurso que llegó para Quinindé, de cinco millones de dólares para la construcción de alcantarillado para el sector del Nuevo Quinindé y una vez que empezamos a investigar esos recursos, como se estaba ejecutando la obra empezamos a buscar criterios técnicos de la gente, de los profesionales luego vino un proceso de investigación primero fue el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social que determinó los indicios de responsabilidades penales y administrativas de quienes estaban administrando, luego esto pasó a la Contraloría y se hizo un tema judicializado, entonces quienes estaban ejerciendo la administración, el alcalde Casanova, se sintió muy presionado y cuando intentábamos llegar al Municipio, primero nos hacía amedrentar con la gente de seguridad, nos cerraban las puerta, y hubo un momento en que vinieron a inaugurar una obra por parte del Banco del Estado y tratamos de hacer la cobertura y salieron los de seguridad del Alcalde y nos empezaron a amenazar con términos soeces y tuvimos que retirarnos del lugar pero esto no cesó allí, nos mandaron a seguir que inclusive tuvo que intervenir la Fiscalía y la policía dándonos seguridad personal para evitar que estas cosas pasaran a mayores.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Ahora tenemos más facilidades para contrastar las fuentes. Hace unos años atrás era muy difícil hacer un contraste con la fuente porque si había una denuncia no teníamos acceso a las instituciones públicas dígase el municipio, distrito de salud, distrito de educación porque con el gobierno de Correa habían prohibido a los directores o jefes distritales que den declaraciones a los medios de comunicación y ellos se veían limitados y si había alguna denuncia no había como contrastar. Ahora hay más facilidades para eso. Ahora estamos viviendo una época muy diferente inclusive con la misma Ley de Comunicación, que ya se abolió, en gran parte nos ha dado un poco más de respiro porque las instituciones públicas cuando había algún tipo de denuncia ellos mandaban una réplica que no era para responder las acusaciones sino para atacar al medio y a los periodistas.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Si están acordes a lo que dice la LOC. La LOC, trajo algunos artículos favorables pero también trajo otros que permitía ocultar o proteger la corrupción y de eso se aprovecharon muchos políticos, muchos representantes de instituciones públicas que se limitaban y no querían dar declaraciones porque se acogían al derecho a la réplica y allí ponían lo que ellos querían no lo que la gente estaba preguntando. Yo considero que lo que hizo el actual gobierno con la LOC, y eliminando a la Supercom, que era un organismo dedicado a la persecución de los medios, ha dado un respiro mejor a los medios de comunicación y los comunicadores en sí.

¿Es decir que no contrastaban y sacaban la noticia solo con una fuente?

En muchos de los casos no se podía contrastar porque no lo permitían había, inclusive, mucha arrogancia de quienes estaban en el poder político.

¿Crees que esa arrogancia de la que hablas es la causante de la falta de ética en ciertos medios y de sacar información descontextualizada?

Eso se ha dado y se seguirá dando mientras que un político no tenga esa madurez de discernir que un medio de comunicación se constituye en un nexo para que ellos conozcan la problemática que existe en su pueblo, en su ciudad, en su provincia y puedan darle atención.

¿Alguna vez te has sentido utilizado como periodista por X persona, has sentido que quieren instrumentalizar tu labor como periodista?

Eso se vive a diario y hay que saber discernir sobre estos temas para no dejarse manipular porque muchas veces quienes están en una institución y ven afectados sus intereses comienzan a llamar o presionar para que una información no salga. Gracias a Dios ahora aquí tenemos una libertad para poder manejar esos temas.

Anexo 2. Entrevista a periodista de Digital Cable S.A

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

En este momento soy el gerente de Digital Tv porque alquilamos el canal para realizar nuestra producción informativa, también soy presentador de noticias

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

Cuatro años

¿Tiene título profesional?

Soy tecnólogo en audio y video pero tengo más o menos unos quince años ejerciendo la comunicación

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

Por lo general son dos o tres horas en tema de dirección y gerencial

¿Qué salario percibe por su trabajo?

De 200 a 500 dólares dependiendo la situación del canal. Para darte una idea, por lo general el salario de los comunicadores en Quinindé y en los cantones pequeños va desde los 200 a 300 dólares y exagerando llegará a los 400 y en muchas ocasiones es muy complicado cancelarle a todo el personal y por eso se trabaja con producción, es decir que los periodistas consiguen publicidades y con ello se pagan su salario.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

A mí me gusta ser muy independiente en el tema informativo pero también hay que ser muy realistas, muchas veces para que los medios de comunicación se puedan abastecer económicamente, les toca alinearse como comúnmente se llama, alinearse a cierta figura política que está al frente de dicha institución en el caso de Quindí el Municipio, y eso hace que muchas veces te limites en el tema informativo. Aunque a mí me gusta ser muy independiente, muchas veces nos toca someternos por la necesidad económica para poder abastecer y poder pagar los salarios de los chicos.

¿Es decir que los criterios de selección se producen con base a intereses económicos básicamente?

Principalmente sí, vivimos en un mundo en que la comunicación dejó de ser social para convertirse en comercial que otra cosa. Tienes que asemejarte a la realidad, tratar de no chocar contra los intereses de ciertas figuras porque eso haría que pierdas ese contratito que sirven para solventar gastos económicos del canal y para pagar a los mismos periodistas.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Hay un director que decide lo que se cubre pero los periodistas también pueden dar sugerencias y opinar.

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

Por lo general no, y es por esta razón que ya no hago entrevistas de forma directa, me refiero al tema de comunicación en las calles, si dirijo y presento las noticias y hay muchas cosas con las que no estoy de acuerdo pero nos toca someternos por el tema de liquidez.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

Por supuesto, cuando iniciaba en el tema de comunicación me pasaba ahora no porque he ganado experiencia. Hacen que te sometas a línea y que no perjudiques a ciertas personas porque con eso afecta la papa como, comúnmente, decimos.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Dependiendo los temas, si es un tema que tiene que ver con algún problema o conflicto en algún barrio por falta de obras, por lo general siempre se contrasta. Tenemos que verificar la información conversar con la gente, ir al municipio, conversar con el director que corresponda, con el Alcalde para que nos den lo que queremos saber y poder informar a la ciudadanía lo que está pasando. Pero por lo general una noticia cuando se trata de conflictos siempre la indagamos e investigamos sino no podemos sacarla al aire.

¿Cuál es la situación real de los medios de comunicación en Quindé?

Hay que ser realistas. En Quindé tenemos un medio de comunicación que es propiedad del actual Alcalde, es un medio que económicamente está sustentado, es decir que ellos tienen la posibilidad de poder mejorar, constantemente, versus medios como Digital que muchas veces tiene complicaciones o limitantes con el tema presupuestario y por esa misma razón es que es tan importante e indispensable el tema de la publicidad municipal. El tema de publicidad es un poquito complicado la gente ya no pauta en medios tradicionales porque buscan las redes sociales y para poder cubrir y pagar, absolutamente, todo lo que tiene que ver en el tema salarial para los colaboradores te toca someterte. El tema de comunicación es limitante en Quindé, como en cualquier parte del país y no solo en los canales locales sino que eso es una referencia de lo que ocurre en los canales nacionales, somos un simple reflejo de lo que pasa. Toca someterse a la realidad de dichos gobiernos para hacer acuerdos y poder tener el dinero que ayude a sostenerse. Como te decía los medios de comunicación ya no son sociales sino comerciales y hasta vendidos a los intereses particulares de un individuo de poder

¿Crees que están en desventaja con relación al medio que es propiedad del Alcalde?

Estamos en desventaja en todo sentido. No siempre ha sido tan fuerte esta desventaja, económicamente ellos están mejor parados que cualquier otro medio de comunicación local, tienen el dinero, el que es Alcalde, ya fue Alcalde y es estando en este cargo es que montó el canal. Ellos están en ventaja porque tienen la facilidad de equipos, tienen tres veces más usuarios que Digital cable y Tv. Por supuesto que estamos en desventaja y peor ahora que el dueño de Megavisión es Alcalde de Quindé. Estamos en cierta desventaja también, porque ahora el medio está pasando pura información del Municipio, pero antes ese mismo medio era contrario a toda noticia municipal y la gente se ha dado cuenta de ello y dice que ese medio no es lo que, supuestamente, era hace unos meses, que peleaba contra los intereses de los grupos de poder y

ahora se ha convertido en un canal municipal. Tiene mucha más ventaja económica pero en el tema profesional están en desventaja.

Si hacemos un análisis más profundo el señor no debería ser alcalde, ni siquiera debía haber participado porque él tiene un contrato con el Estado, eso lo prohíbe la constitución de la República, el Código de la Democracia pero todo eso se saltaron, se pisoteó la ley y aquí en Quinindé se pisoteó la constitución. Lastimosamente, estamos en un gobierno diferente, no soy contrario al gobierno de Lenin Moreno, ni estoy a favor pero hemos visto cosas que dan escalofríos y una de esas es esto, el hecho de que un ciudadano que tiene contrato con el estado haya participado y haya ganado, eso no está bien. Los medios de comunicación tienen el poder de hacer odiar al oprimido y hacer amar al opresor y eso pasa aquí en Quinindé.

¿Y la situación de los periodistas en Quinindé?

Complicada porque en el gobierno de Rafael Correa se estableció un salario mínimo para los comunicadores pero en ciudades como Quinindé, un sector alejado, un cantón no tan grande como, al que no le prestan mucha atención. No somos tan llamativos como para generar una acción donde se haga cumplir la ley, aquí se nos explota y peor aún hay compañeros a los que ni siquiera les pagan.

En Quinindé se vive una “prostitución de la comunicación” los periodistas se venden al mejor postor, solamente, son oposición cuando no se les paga pero mientras haya dinero de por medio puede ser el peor político y los periodistas omiten situaciones que les pudiera afectar a estos personajes. Y que con los medios de comunicación no es diferente ellos por recibir contratos con las instituciones públicas “se venden en cuerpo y alma, al punto que se olvidan del daño que le hacen a la gente omitiendo situaciones graves e incluso mintiendo”

¿Consideras que esta situación de mal pago a los periodistas es la que fomenta la precarización laboral?

Los periodistas ante esta situación intentan sobrevivir. Las redes sociales se han convertido en un punto de quiebre en el tema de comunicación profesional, hoy viene alguien graba algo, crea una página y con eso es periodista, y lastimosamente, esa es la realidad no solo pasa en Quinindé, sino en todo el país. Ante todo esto los periodistas intentan sobrevivir porque a veces a los medios no les alcanza para pagarles. Para poder sobrevivir o que mi trabajo valga algo, me

toca decir ya chévere por esta entrevista que te hice regálame diez dólares, veinte dólares, es como un tipo de prostitución de la comunicación, eso pasa, es una realidad de lo que pasa en Quinindé y en todo el país. Te comento que en relación a lo que ocurre en Esmeraldas, en Quinindé estamos menos jodidos, te digo esto porque viví en Esmeraldas y allí la cosa es peor, pero aquí en Quinindé estamos yendo por el camino de esmeraldas.

Anexo 3. Entrevista a periodista radio Estéreo Quinindé

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Mi función es la de comunicador social para poder informar a la comunidad quinindeña en el ámbito social, económico y político.

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

Tengo unos seis o siete años en radio Estéreo Quinindé.

¿Qué título profesional tienes?

Aun no tengo ningún título por motivos de fuerza mayor pero nunca es tarde para emprender, nuevamente, el estudio.

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

Aquí trabajo casi todo el día por los programas que conduzco y más la labor de reportero que realizo. Soy presentador y reportero voy a buscar la fuente al lugar de los hechos. También, tengo un programa de entretenimiento.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

No me pagan nada, yo consigo mis propios recursos.

¿La radio no te cubre un salario?

No, he llegado a un convenio con ellos.

¿Qué convenio?

Yo mismo consigo mi publicidad.

¿Cuánto ganas al mes?

100 o 200 dólares

¿De dónde proviene esa publicidad?

Principalmente del sector privado, del comercio, no me gusta mucho trabajar con instituciones públicas porque hay veces que uno tiene una necesidad de emergencia ellos no ayudan pero los comercios si adelantan algo.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

Planifico en diversos ámbitos con las personas de las instituciones públicas, con la gente del sector comercial y cuando hay noticias relevantes las cubrimos desde esta estación de radio que se ha ganado el cariño de la gente. Yo hago mi cronograma, me oriento y antes de salir de la radio tengo una agenda para poder cubrir la noticia.

¿Y cuánto a temas políticos cómo se seleccionan estos criterios?

Básicamente, cubrimos lo que hay y como Quinindé es un pueblo pequeño vamos más a las instituciones públicas a buscar la noticia.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Como estoy solito en el tema de noticias yo hago mi cronograma, me oriento y antes de salir de la radio tengo una agenda para poder cubrir la noticia.

¿Cuál es el proceso que siguen para elaborar las noticias?

Voy directo a la fuente, antes de realizar la entrevista primero converso con la persona que voy a entrevistar, esta me dice si puede o no darme la entrevista.

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

Si, somos una radio transparente que damos apertura a todos aquí en Quinindé.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

No, cuando uno hace bien su trabajo no se tiene ese tipo de problemas, a mí nadie me ha presionado para nada.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Dependiendo, hay que ir a la fuente a verificar que las cosas se estén manejando con transparencia, verificando ya sea declaraciones de personajes políticos o cualquier otra persona.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Hay que hacer lo que dice la Ley de comunicación de lo contrario se tiene problemas.

Anexo 4. Entrevista a propietaria de Megavisión Cable S.A

¿Cuál es su profesión?

Soy licenciada en comunicación social

¿Cuál fue su interés por tener un medio de comunicación?

Bueno... Mi hija cuando era muy pequeña siempre dio muestras de inclinación hacia el periodismo, entonces su papá pensó poner una empresa de radio pero después investigó de la televisión por cable y se interesó más, por este tipo de emprendimiento y como estaba vinculada a la afición de nuestra hija por la comunicación pusimos el canal.

¿Cómo definiría la línea editorial de su medio de comunicación?

La línea editorial que nosotros manejamos aquí es la de permitir a los ciudadanos que expresen de manera libre y espontánea sus necesidades a las autoridades. Somos el nexo que existe entre

las autoridades y los ciudadanos, siempre con respeto, mesura y educación, esa es nuestra línea editorial mantener siempre la credibilidad de nuestros espectadores, usuarios, televidentes dándoles ese espacio que ellos necesitan y merecen para expresarse, ser ese canal entre las autoridades y los usuarios.

¿Tiene un código deontológico el medio su medio de comunicación?

Si lo tenemos y lo manejamos

¿Cuénteme los principales objetivos de este código?

Siempre lo que se difunde aquí debe ser comprobado, eso está dentro de nuestro código deontológico.

Aparte de manejar este medio de comunicación ¿Qué otra actividad realiza?

Si, también estoy colaborando en lo que es la empresa de cable y aparte tengo otras actividades más.

¿Cuáles son esas actividades?

Formo parte de un grupo de voluntariado, soy la presidenta de un grupo de señoras que hacemos autogestión para servir de apoyo a la Unidad de Gestión Social que es el brazo de la administración municipal.

¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene este medio de comunicación?

Este medio tiene 16 años, próximo a cumplir 17 años de funcionamiento.

¿Cuántos suscriptores tienen este medio?

Exactamente, no le podría dar una cantidad pero podríamos decir que tenemos una gran aceptación en Quinindé y también tenemos una excelente cobertura no solo aquí en Quinindé, sino también en Portilla, Cupa, Pueblo Nuevo, La Marujita y la parroquia La Unión.

¿Cuánto cuesta la suscripción a este canal?

La suscripción cuesta 15 dólares y la mensualidad es de 19.50

¿Cuáles considera usted que son sus principales medios de comunicación que compiten con el suyo?

Bueno... cada medio tiene su espacio, su target al cual va dirigido, nosotros como Megavisión tenemos nuestros usuarios y tenemos un gran espacio ganado aquí en Quinindé, gracias a la trayectoria del medio, gracias al trabajo del medio, gracias a los profesionales que aquí hacen un gran trabajo. Opino que cada medio aquí tiene su espacio. Para nosotros la competencia somos nosotros mismos porque cada día tenemos que esforzarnos por ser mejores.

¿Qué tan difícil resulta tener un medio de comunicación en un cantón como Quinindé?

Un poquito difícil en el asunto económico porque las personas, equivocadamente, piensan que la publicidad es un gasto porque cuando se ofrece una publicidad el cliente dice solo puedo gastar por un mes, solo puedo gastar por tres meses, ósea no lo ven como una inversión y yo a veces les explico que la coca-cola es conocida a nivel mundial y todavía se hacen publicidad y así mismo cuantas empresas reconocidas y siguen haciéndose publicidad porque es importante, es necesario.

¿Ha tenido algún tipo de dificultades para el libre ejercicio de la actividad periodística? ¿Se ha sentido en algún momento constreñido en el ejercicio de la libertad de expresión?

Si, tuvimos serios problemas con una anterior autoridad porque se contrató los servicios de Megavisión y equivocadamente se creyó que al contratar nuestros servicios publicitarios se compraba el medio de Megavisión y no es así porque aquí pueden llamar y decir tengo un problema, tengo una necesidad, en mi calle pasa esto no me recogen la basura, no tengo agua, tengo problemas con el alumbrado. Siempre que se lo haga de manera respetuosa los micrófonos están abiertos. Hubo autoridades que pensaron que esto era hacerles daño, afectarles, y por eso optamos por cerrar el asunto comercial con ellos porque no es la manera correcta de ver el trabajo es muy diferente contratar un espacio publicitario a querer comprar la conciencia y el alma de un medio. Tuvimos muchas dificultades enjuiciaron al medio pero nosotros no perdimos ningún juicio porque no incurrimos en ninguna falta, todo lo que aquí se expresó era comprobable.

¿Cómo valora la legislación ecuatoriana en materia de comunicación como la Ley Orgánica de Comunicación y la Constitución de 2008?

La Ley de Comunicación siempre ha existido, lo que pasa es que no se la respetaba. Nosotros estuvimos durante el periodo que quizás para muchos medios fue muy difícil, la administración del presidente Rafael Correa, nosotros no tuvimos ningún problema porque cumplíamos con lo que la ética periodística nos obliga o nos responsabiliza y seguir los parámetros que tiene la LOC, siempre siendo veraz no tanto por obligación sino por lo que el televidente ve, no se puede decir que es día y el televidente está viendo que es de noche porque nadie lo va a creer, por eso hay que ser objetivo, transparente, veraz.

¿Cuáles son las vías de financiamiento de su medio de comunicación y de dónde provienen?

Nosotros subsistimos en parte gracias a la publicidad que tenemos. Tenemos algunas empresas aquí que tienen publicidad en el medio, también vendemos espacio, por ejemplo hay un espacio que se llama Ritmo y Rokola, ellos pagan por el espacio y manejan su propia publicidad. Otro programa musical también nos compra una hora y este se encarga de producir su programa. Lo que son noticieros, programa familiar, farándula son producciones propias y responsabilidad del canal.

¿De dónde proviene esa publicidad?

Principalmente, de empresas privadas porque hasta el momento no tenemos ningún tipo de relación con instituciones públicas. Tenemos algunos clientes pero si nos faltan más pero tenemos el apoyo de Megavisión Cable, la empresa de donde nace Megavisión canal, ellos nos apoyan mucho acá.

¿Considera a su medio de comunicación como rentable?

Si la vinculamos con la empresa de cable que es la que nos apoya para poder subsistir podríamos decir que si porque cada una se da la mano. A los usuarios de televisión por cable les gusta ver la televisión local

¿Cuáles son los principales temas de interés político que interesa a su medio de comunicación?

Todo lo que es de interés público y que afecta a la ciudadanía.

¿Cómo se lleva a cabo la selección de los temas que serán cubiertos por su medio de comunicación?

Se realiza una agenda en base a las necesidades de la población quinindeña y luego se le da cobertura.

Anexo 5. Entrevista periodista de Megavisión Cable S.A

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Soy reportero y también colaboro en la presentación de noticias. Todos los que conformamos el equipo de noticias salimos a coberturas, editamos, redactamos, hacemos de todo un poco.

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

Yo llevo aproximadamente tres meses aquí.

¿Qué título profesional tienes?

Tengo una licenciatura en comunicación social con mención en periodismo.

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

Usualmente son ocho horas pero dependiendo un poco de las circunstancias y de cual sea la agenda que cada día tenemos que trabajar de ocho a doce horas diarias. En esta profesión no hay horario uno tiene que estar pendiente de lo que sucede.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

Eh... 600 dólares.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

Bueno... el medio siempre tiene una línea editorial y la línea editorial que nosotros manejamos tiene que ver con noticias que salen del Municipio, del sector público o de instituciones privadas. Aquí no hay muchas fuentes pero tratamos de manejarnos con lo que hace el Municipio, las distintas dependencias que se derivan de ahí y también con lo que sucede en las comunidades rurales, en los barrios hacemos mucho periodismo en la comunidad. Podríamos decir que es un tipo de periodismo bastante formal, no trata de rayar mucho en lo sensacionalista, ni apelar mucho a las emociones, sino más bien trata de generar una opinión pública que invita a la audiencia a reflexionar sobre los problemas que se están generando en la sociedad.

¿Y cuánto a temas políticos cómo se seleccionan estos criterios?

Tenemos pocas instituciones públicas. Está en primer lugar el Municipio, Fiscalía, el Distrito de Salud, de Educación. Hacemos trabajos en los barrios, hacemos periodismo comunitario y vemos cuales son las necesidades y eso nos deriva o nos vincula con el trabajo del Municipio.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Si, por supuesto todos tenemos la opción de participar y sugerir una determinada temática.

¿Es una reunión editorial o se realiza directamente por el editor sin consultar al resto de los periodistas?

Siempre nos reunimos y sugerimos de lo que se puede hacer o nos manejamos también con lo que sucede con la prensa en la provincia, o la prensa nacional porque hay temas que se pueden adaptar. Puede que tengan alcance nacional pero se lo adapta a la realidad del cantón.

¿Cuál es el proceso que siguen para elaborar las noticias?

Elegimos el tema a cubrir, vamos a hacer entrevistas, luego editamos y las pasamos en los noticieros.

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

Usualmente si, Quinindé es un lugar bastante pequeño y no podemos darnos el lujo de desperdiciar temas, siempre cubrimos todo. Hasta ahora hemos tenido esa apertura para poder decidir sobre las temáticas podemos cubrir.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

Aquí no tanto pero en otros medios sí. Tu sabes que el medio se debe a los anunciantes y los anunciantes son los que finalmente inciden más en la parte económica, entonces en ocasiones por ese aspecto uno no puede decir o hacer determinados temas o darle determinado enfoque porque se afecta a una parte, en ese sentido toca manejar el tema un poquito más suave, no ser tan radicales porque a lo mejor dejan de anunciar en el medio y deja de haber ese ingreso. Finalmente los medios son empresas de comunicación con fines de lucro, especialmente, si son privadas, en ese sentido los medios toman muy en cuenta la opinión de los anunciantes, no se puede uno explayar siempre hay ciertos límites.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Generalmente, no nos quedamos con la versión de una de las partes siempre tratamos de buscar agentes externos, distintos implicados sobre determinados temas, nos aseguramos de que si es un tipo de denuncia tratar de ir a la fuente afectada.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Los criterios de noticiabilidad varían en función del medio y también de la línea editorial pero siempre deben estar establecidos bajo parámetros de universalidad, de interés público, de la realidad en que están ubicados. Yo pienso que la Ley de Comunicación tiene algunos aspectos importantes.

¿Cómo deciden que es de interés público o no?

A cuántas personas afectan eso es uno de los criterios.

¿Cómo saben a cuantas personas afectan?

Depende cual sea el tema, si es un tema que tiene que ver con el sector agricultor y porcicultor una de las realidades aquí en nuestro cantón, por ejemplo el BanEcuador va a otorgar líneas de crédito para reactivar el sector palmicultor o a quienes hayan perdido sus plantaciones, eso es un tema importante porque nuestro cantón es palmicultor, es un tema que no podría dejárselo de cubrir porque hay muchas personas que necesitan saber que hay esa líneas de crédito y que pueden beneficiarse para reactivar sus plantaciones pero si es un tema que involucra a una sola persona, puede que se importante, pero si no tiene la universalidad que requiere ya no sería de interés social y no se lo cubre.

Anexo 6. Entrevista a periodista independiente

¿Cuéntame tu experiencia trabajando en los medios de comunicación de Quinindé?

Empecé en el campo de la comunicación en el año 1993 y 1994, mientras estaba en el colegio, allí tuve la oportunidad de vincularme a los medios de comunicación de la localidad. En todos estos años he tenido la oportunidad de realizar contenido de noticias y también he estado en el área administrativa.

¿Cuántos años trabajaste en los medios locales?

24 años de experiencia tengo en los medios de comunicación de Quinindé

¿Qué título profesional tienes?

Yo inicié una vida sentimental muy temprano y tuve que abandonar mis estudios universitarios.

¿Cuántas horas laborabas y cuál era la función que cumplías?

Bueno... en Quinindé hay un tema y es que en la medida de tus habilidades tu compromiso con el medio es mayor, es decir si tú eres reportero y a la vez presentador tu horario se copa más, acá la experiencia es la que permite que te sumen responsabilidades y horas en tu trabajo, lo cual no se traduce en bienestar económico, si trabajas más horas no es que vas a ganar más; se gana el mismo salario que por lo habitual es bajo. Acá en Quinindé los periodistas hemos estado en precarización laboral, sin un contrato de por medio, sin un horario establecido. Cuando me empezaron a pagar por mi trabajo fue en el año 2000 y allí tanto mis compañeros y yo ganábamos

40 dólares mensuales. Debo decir que ya con una remuneración un poco más digna y con formalidad he podido trabajar desde año 2010, ya conté con un salario más digno, con un contrato definido de trabajo, con un seguro sin que eso regule mi horario de trabajo; y en mi último medio de comunicación (MEGAVISIÓN TV) mis jornadas de trabajo eran de 15 horas diarias, desde antes de la 7:00 am hasta pasadas las 21:00 pm y fines de semanas incluidos sin que eso significara remuneración por horas extras.

¿Qué salario percibías por su trabajo?

En mis inicios no ganaba ningún sueldo, trabajaba por patrocinios que a veces habían y otras no, ganar poco y muy poco y con el paso de los años ganar un poco más pero nunca a los niveles adecuados, pero si más dignos a raíz de las disposiciones del gobierno anterior que reguló el tema de remuneración en medios de comunicación que siempre habían adolecido de precarización laboral y de una muy baja remuneración.

¿Cómo se establecían los criterios de la selección de los temas a cubrir en los medios de comunicación de Quinindé?

Hay mucha anarquía en los medios de comunicación de Quinindé, no hay una estructura editorial en estos medios, a lo mucho hay un director de noticias que no ejerce de manera estricta su papel. Puede ser un reportero que, básicamente, elige él los temas primero y te dice por acá queda este tema para que lo hagas y en ese contexto la cobertura se da por el libre albedrío del periodista y en esa medida es muy precario el trabajo periodístico acá, termina siendo un periodismo “boletínero” como le llamo, es decir un periodismo que se dedica a reproducir el discurso oficial de las instituciones públicas.

¿Y cuánto a temas políticos cómo se seleccionan estos criterios?

La cobertura en cuanto al tema político también, depende mucho del periodista. Hay una definición institucional grande de los medios hacia tomar partido a favor o en contra de una posición política pero no es algo explícito es algo se define automáticamente.

¿Es una reunión editorial o se realiza directamente por el editor o el dueño del medio sin consultar al resto de los periodistas?

No hay una reunión de planificación y cuando se da es muy de vez en cuando.

¿Cuál es el proceso que seguían para elaborar las noticias?

Uno va a realizar el trabajo de campo, realizas el proceso de contratación y verificación cuando puedes, luego se redacta, se edita y se envía al control máster. No hay nadie que valore la pertinencia en la difusión de un tema.

¿Siempre estabas de acuerdo con la manera en que se elaboraban las noticias?

No siempre estuve de acuerdo con eso. Creo que los medios de comunicación están muy retrasados en su estructura editorial, en el ámbito de promoción laboral, no hay manuales de estilo. Casi nunca estuve de acuerdo en la manera en que se seleccionaban los temas noticiosos, ni con que el reportero tuviera ese libre albedrío de hacerlo todo a su manera. Pasaba a veces que dos reporteros coincidíamos con el mismo tema y ni siquiera el enfoque era distinto y para no perder el trabajo de ninguno de los dos se difundía ambos trabajos

¿Cómo periodista ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

Sí, he pasado presiones constantes por parte del poder político. Me he enfrentado a varios procesos legales en el que por tres ocasiones intentaron llevarme a la cárcel por mis opiniones, por mis críticas periodísticas y en un cuarto proceso que acabo de pasar se logró concretar una injusticia, un atropello a la libertad de expresión. El caso que me llevó a una sanción reciente tiene que ver a una crítica que hice a la reunión de una autoridad en funciones, con responsabilidades de fiscalización con aquella autoridad que había sido sancionada por los organismos de controles.

¿Cuál es la realidad de los periodistas en Quindé? ¿es cierto que políticos sobornan de cierta manera a los periodistas para tener a la opinión pública de su lado?

Ahí me pones frente a un tema monumental y trascendental no solo para el periodismo local sino nacional. El periodismo ecuatoriano en su conjunto es deficiente y mucho de la calidad del periodismo ecuatoriano pasa por el tema salarial. En Quindé la situación es dramática, tú estás investigando, trabajaste acá y sabes que no miento. En Quindé tenemos medios que hacen sus

noticieros en el horario matutino, que es el horario fuerte sobre todo para las radios y terminado el horario matutino cierran la puerta del medio de comunicación y a partir de ahí queda una computadora reproduciendo un playlist durante todo el día. No hay esfuerzos en una producción en los medios de comunicación, mucho menos hay esfuerzos periodísticos. Hay medios de comunicación acá que tienen un periodista estrella, y a lo mucho un reportero que hace las veces de reportero todólogo que lo cubre todo y tiene que hacer entre cinco y seis notas diarias, lo cual incide en la calidad de la noticia. Te digo esto de los medios porque yo no diría que son los periodistas que incurren en estas prácticas poco éticas ante la precariedad laboral, yo creo que son los medios los que incurren en estas prácticas poco éticas son los medios de comunicación porque tienen una concesión de un servicio público entregado por el Estado para operar. Son los medios los que obligan a los periodistas a recurrir prácticas poco éticas que ocurren a diario porque tienen reporteros que no cuentan con un salario mínimo, no tienen estabilidad laboral, no tienen un salario fijo a lo mucho le da una motivación, una ayuda de vez en cuando eso lleva a que los reporteros, básicamente, recurran al patrocinio y cuando se tiene un sector privado que no tiene cultura de pauta en Quindé, la única alternativa que le queda a los comunicadores para buscarse la vida es recurrir al patrocinio de autoridades y es ahí cuando se produce una relación incestuosa entre la autoridad que paga un patrocinio a un comunicador y la responsabilidad social de ese comunicador de ser objetivo y crítico y de trabajar en función de una necesidad colectiva y no de una autoridad determinada. Algo que no se puede cumplir en la medida que ese reportero necesita vivir y en la medida que su medio de comunicación no le ofrece ni un salario, ni un contrato de trabajo.

¿Actualmente estás trabajando en algún medio de comunicación?

Ahora no... como sabes Sandry ahora yo tengo un canal digital en el que realizo mis propias notas informativas y ya no colaboro con ningún medio de comunicación.

¿Cómo nace la idea de tener un canal digital?

La razón por la que pusimos nuestro medio de comunicación siempre fue ofrecerle a la colectividad una alternativa diferente a la que ofertaban los medios tradicionales, que casi siempre tienen el problema de limitar un poco a los periodistas en sus afanes editoriales e investigativos y que por lo general le apuestan muy poco al periodismo de investigación. Para mí siempre ha sido importante ofrecerle una alternativa diferente a la colectividad, ofrecerle un

periodismo de investigación ya que estoy convencido que en Ecuador no existe; ni siquiera en los grandes medios hay este tipo de periodismo peor en los grandes medios.

¿Cuál es la diferencia entre los medios digitales y tradicionales?

Hay muchas diferencias primero presupuestarias porque cuando se empieza a formar un medio independiente valido de la única fuerza que da la tecnología y las redes sociales, uno se lanza con el solo esfuerzo y solas energías y sola experiencia mientras que en un medio tradicional por más modesto que sea se tienen los recursos, equipamiento, personal, equipo de trabajo. Pero cuando uno empieza de manera independiente uno empieza desde cero, con recursos propios, sin equipo de trabajo, a uno le toca hacer todo y obviamente al inicio sabiendo que no hay posibilidades de que puedan ser sostenibles.

Otra diferencia fundamental entre los medios de comunicación tradicionales y los digitales es la libertad de poder ser leal a la realidad sin tener ninguna corta pisa, ningún consejo editorial de un gerente, del dueño de un medio que esté sobre ti y esté poniendo límites, creo que es una ventaja sustancial que favorece al buen periodismo porque nos permite explorar campos que a veces son vetados en los medios tradicionales. Es notoria la diferencia de un medio tradicional a un medio digital, en el primero hay una serie de límites mientras que en los medios digitales no los hay, el límite es la responsabilidad ética, el compromiso con los principios del periodismo. El ser independiente permite que el periodista pueda realizar un trabajo más profesional del que se puede hacer en los medios convencionales.

Hacer un medio en redes sociales requiere un sacrificio extraordinario, porque como no hay presupuesto, ni equipo de trabajo demanda mucho más esfuerzo y sacrificio.

Anexo 7. Entrevista a periodista radio Magia Satelital S.A

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Hago noticias, realizo entrevistas, leo noticias, salimos en vivo

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

10 años.

¿Qué título profesional tienes?

Estaba en los primeros años del periodismo pero por situaciones de otro empleo me quedé ahí y como a mí me gusta la comunicación estamos aquí.

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

Dos horas, soy presentador de noticias.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

Eh... el básico.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

Nosotros seleccionamos las noticias mas importantes revisamos la prensa nacional, aunque hay una prensa sesgada totalmente, ahí está medio complicado mantener una línea imparcial y a veces no usamos los medios nacionales porque solo tienen un lado, ese lado no interesa, tenemos el lado de las redes sociales entonces ahí comparamos las noticias porque ahorita los medios nacionales están sesgados y no dicen la verdad y nosotros no estamos en esa línea.

¿Y cuánto a temas políticos cómo se seleccionan estos criterios?

La experiencia manda muchísimo y como es un cantón pequeño no hay mucha novedad ya sabemos el formato que debemos manejar. Un formato en el cual nosotros mandamos la noticia directa, no la editamos porque así es el estilo de la radio y ese ha sido el éxito de la radio y por eso hemos marcado una diferencia con los otros medios de comunicación.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Si, nosotros tenemos participación proponemos temas en base a nuestra experiencia. El medio no tiene editores y como nosotros conocemos las reglas de memoria ya sabemos que hacer.

¿Es una reunión editorial o se realiza directamente por el editor sin consultar al resto de los periodistas?

No hay una reunión, tampoco un guion aquí estamos personas que tenemos mucha experiencia.

¿Cuál es el proceso que siguen para elaborar las noticias?

Hacemos entrevistas en vivo, aquí no nos gusta editar las noticias, pasamos la noticia completa porque eso es lo que le gusta a la gente. Por eso tenemos una noticia veraz, imparcial, objetiva, clara y al instante.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

Eso te lo podría decir pero mejor me lo guardo porque lamentablemente la situación que se está dando es muy complicada y de pronto si te lo digo no sé si lo vayas a sacar. Te lo digo después. Es por la cuestión de que los medios han sido parte de la presión de ellos y podemos decir que la línea editorial del medio no encaja con lo que quiere el gobierno actual. A veces te están escuchando y la línea editorial tiene que ser a favor del gobierno y son cosas que a veces incomodan porque la ciudadanía necesita conocer lo que realmente está pasando. Lo que si te puedo decir es que nosotros no hacemos lo que quieren las autoridades locales por eso nos hemos mantenido y casi todos los políticos han venido aquí porque la posición nuestra es la imparcialidad y no podemos traicionar nuestro propio estilo.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Ahí es fácil porque vemos los dos lados. Cualquiera puede venir a decir que pasó algo y se le da la oportunidad pero la réplica viene con la otra persona. Una vez teniendo los dos lados se puede dar una opinión. Todos pueden venir a la radio y hablar y ya el que mintió después sabrá justificar lo que dijo. Nosotros traemos a los actores y ellos verán que es lo que le tienen que decir a la opinión pública.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Claro que sí, aquí no podemos disfrazar la noticia, la noticia es como es, aquí no se puede insultar a nadie, si van a hacer una denuncia tiene que haber pruebas porque eso es lo se les pide y tenemos que ver las pruebas porque en la radio no se puede decir lo que se les venga en gana.

Anexo 8. Entrevista anónima a periodista de Quinindé

¿Qué es lo que pasa con los periodistas acá en Quinindé?

Hay algunos, sin decir el nombre, hay un grupo de periodistas que por esta inestabilidad que tiene, y es el único sustento que tienen para llevar a su familia y a veces el medio no paga, entonces a ellos como les gusta la profesión, buscan la manera de sobrevivir y cuando hacen entrevistas a algún político buscan la manera de venderle, le dicen te paso la entrevista y ayúdame con algo. Ciertamente ese tipo de ayuda es delicada, es como un poco consciente porque piden por una necesidad. Hay unos que si se enojan con alguien o si no les pagan, le sacan a relucir alguna situación adversa para decirles si tú no me apoyas o no me das yo te saco esto que yo sé de ti. Detrás de ellos hay hijos, hay familias, y por eso piden.

¿Es decir que el periodismo está siendo utilizado como herramienta para fines particulares que poco tienen que ver con informar?

Ese es el negocio porque se ve así. En Esmeraldas ocurre que las autoridades son mano floja te dan nomas, en cambio aquí en Quinindé el periodista tiene que pedir. Aquí el político muy poco ve al medio como medio de ayuda, lo que en Esmeraldas sí. Como decía alguien por ahí, hay políticos que hacen algún contratito y quieren que le tapen sus cosas. Esto es algo que pasa en todo el Ecuador, entonces para que no haya ningún tipo de inconvenientes ellos a veces les dan.

¿Alguna vez a ti te han ofrecido dinero porque ocultes ciertas cosas?

Si nos han ofrecido pero no hemos cogido porque uno pierde credibilidad ante el político al aceptarle cinco o diez dólares porque de pronto uno está en la radio hablando de lealtad y el político que quizás escucha dice ese es un vendido, yo le di diez, veinte o treinta dólares. Nosotros no hacemos eso porque la radio tiene ingresos, te hablaba de otro grupo de compañeros de los que hay muchos en el Ecuador pero es por una necesidad social que ellos tienen porque algunos ni han terminado la carrera de periodismo y solo lo manejan de manera empírica.

¿A qué se debe este tipo de negociación que hacen con la información algunos periodistas?

La misma saturación del mercado ha llevado a que la publicidad se abarate. Hace algún tiempo una publicidad por lo bajito costaba cien dólares y por decir viene alguien y en el mismo local le ofrece publicidad por 50 o 60 dólares y así se daña el mercado.

Te voy a hablar de Esmeraldas allí ocurre una cosa totalmente diferente, allí el político sabe que si quiere que le ayuden el tienen que retribuir económicamente, yo lo viví porque trabajé allá. Si ellos hacen una rueda de prensa y si no dan unos veinte o treinta dólares los periodistas no van. El político de Esmeraldas es diferente al político de Quinindé, el de Esmeraldas da, el de Quinindé le cuesta dar y por eso son los periodistas que piden. Por ejemplo si en Esmeraldas un periodista le hace tres entrevistas al mes a un político, ellos las tres veces dan y en Quinindé solo te dan una vez por las tres entrevistas. No solamente pasa aquí si no en todas partes, en una rueda de prensa lo mínimo que a uno le dan son veinte dólares, para la movilización, los costos de producción y también para que se mantenga políticamente. Pero a veces las ruedas de prensa no cuestan nada todo depende las circunstancias de la noticia pero nosotros en esa línea no vamos.

Antes de grabar la entrevista me contabas que ciertas instituciones públicas han intentado cortar su libertad de expresión y los ha amenazado para que no lean cierto tipo de fuentes y me pediste reserva de la fuente ¿Podrías contarme sobre aquello?

El problema es que hay un ente que controla no solo los medios de Quinindé sino de todos lados y nosotros teníamos una posición bien imparcial en el sentido que la prensa nacional solo dice una parte y encontramos algunos medios que si son imparciales como Ecuador Inmediato, Pichincha Universal donde uno encuentra la otra parte de lo que la prensa nacional está diciendo pero lamentablemente nos quitaron una, nos prohibieron leer medios alternativos. Llamaron al dueño y le dijeron que si continuaba pasando noticias de esos medios íbamos a tener problemas con en el medio de comunicación.

Anexo 9. Entrevista a periodista de Megavisión y radio Magia

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Estoy desempeñando distintas funciones, entre ellas, reportero de campo de Radio Magia, Megavisión, principalmente, cubriendo los sectores aledaños, recintos, parroquias, entre otros.

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

Directamente, vengo haciendo comunicación cerca de seis a siete años.

¿Tienes título profesional?

Soy bachiller pero ya voy a sacar mi título de comunicador

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

No tengo un horario específico. Pero por lo general tengo la tendencia de hacer dos coberturas diarias, como hablamos del sector campesino me toca rodar un poco más en vehículo y poder buscar la información. Unas ocho horas al día trabajo.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

La verdad es que trabajo por comisiones, no solo hago el trabajo para un solo medio de comunicación. Trabajo para varios medios por lo que cubro al sector campesino, tanto para radio, como para televisión.

¿De qué valor son estas comisiones?

A mí me pagan 200 dólares por las comisiones, los mismos temas que hago para el canal son para la radio.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

Lo principal en lo que me enfoco son en las necesidades del sector campesino, nosotros sabemos que son sectores, muchas veces, olvidados por autoridades, referente a todos los frentes, salud, educación y todo lo que se refiere a eso y dar a conocer lo que muchos no dan a conocer en la ciudad.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Por lo general nosotros en la mañana nos sentamos y generamos una agenda. O en el mayor de los casos está el poder hacer un lazo de amistad con los principales presidentes o líderes de los

diferentes sectores para que a través de ese lazo de amistad haya la facilidad y que ellos te den la apertura para poder cubrir toda la información y toda la apertura que sea necesaria.

¿Cuál es el proceso que siguen para elaborar las noticias?

Voy al sector campesino trato de ganarme su confianza y hago coberturas desde ahí, luego las paso al canal y a la radio y allí la editan y la pasan.

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

Dependiendo, hay ciertos casos que se tornan un poco más políticos, en vez de necesidades, en estos sectores o dentro de la urbe de la ciudad quinindeña pero cada periodista tiene su criterio y su frente y por lo general más me enfoco en el sector campesino.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

Por lo general uno en el campo laboral se topa con desafíos, a veces personas que no están de acuerdo con tu criterio, ni perfil profesional y se creen superiores, en muchos casos, a lo que tú conoces o creen que pueden opacar tu trabajo o pueden callar el medio de comunicación.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Por lo general trato de empaparme bien del tema antes de proceder a tocarlo. De esa manera llego a la fuente de la información o trato de buscar la información y contrastar la información cuando SEA NECESARIO.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Los procesos en realidad los veo acorde porque trato de dar apertura a toda persona y contrastando información para no perjudicar a nadie con los diferentes medios de comunicación. En cierta forma estoy de acuerdo porque la Ley de Comunicación se ha hecho un poco más flexible a diferencia de los años pasados cuando era un poco más difícil. Lo importante es que se continúa haciendo lo que nos gusta.

Anexo 10. Entrevista a propietario de radio Magia

¿Cuál es su profesión?

Mi profesión como consta en la cédula de ciudadanía es la de radiodifusor.

¿Cuál fue su interés por tener un medio de comunicación?

Es una pasión que nació hace muchos años. Al yo estar trabajando en un medio y en otro yo dije bueno... ¿y por qué no tener un medio de comunicación que me de libertad para poder ejecutar el trabajo como debe de ser porque a veces teníamos el inconveniente que teníamos que obedecer las políticas del dueño del medio y todo lo demás, entonces dije vamos a aplicar, presentamos una solicitud en Arcotel y nos dijeron los requisitos y vimos que no era una cosa del otro mundo y que podíamos cumplir con todos los parámetros y solicité la frecuencia, vimos la factibilidad de que si era posible hacerla autosustentable de que podía mantenerse el medio de comunicación, eh... porque el mercado si lo posibilitaba y decidimos hacerlo y una vez que nos concedieron la frecuencia procedimos a instalar la torre, casi que trabajando uno mismo, dirigiendo los trabajos, también compramos el sistema de enlace, que es un sistema que lleva la señal de los estudios hasta el cerro que propaga la señal. Nos dimos cuenta que todo estaba marchando perfectamente y tuve una respuesta linda de la ciudadanía para con el medio y de inmediato nos ubicamos casi que en primer lugar.

¿Cómo definiría la línea editorial de su medio de comunicación?

Primeramente pluralistas siempre velando por los intereses de la comunidad, nosotros respondemos a intereses colectivos, no a los intereses personales o de algún determinado sector.

¿Tiene un código deontológico el medio su medio de comunicación?

Por supuesto, es obligación, es ley y el primer artículo de la LOC, tiene que ver con el código deontológico al cual estamos obligados a observar cada uno de los medios de comunicación.

¿Cuál es el principal punto de su código deontológico?

Primeramente, el respeto a la opinión ajena, el derecho que tienen los ciudadanos a pronunciarse, hacer el trabajo sin distinguir raza, ni de cuestiones religiosas o políticas, en este medio de comunicación se le da el espacio a todos los candidatos a las diferentes elecciones, en las diferentes tiendas políticas.

Aparte de manejar este medio de comunicación ¿Qué otra actividad realiza?

No ninguna, nosotros somos hombres de radio nos encanta la radio, nos encanta la comunicación.

¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene este medio de comunicación?

La radio tiene 18 años de funcionamiento pero en la actividad de radiodifusión tengo treinta y cinco años. Antes de tener la radio estuve doce años ejerciendo la actividad en diferentes medios de comunicación.

¿Cuál es la cobertura y rating que tiene este medio?

En los primeros diez años la radio tuvo cobertura solo en la ciudad de Quinindé, y en 2014 se amplió la cobertura. En cuanto al rating no se ha hecho un estudio porque eso tiene un costo. El rating que nosotros tenemos es cuando bajamos de la radio y el taxista va escuchando la radio, cuando nos llama una persona de un determinado barrio y nos dice acá tenemos problemas con el agua potable.

¿Cuáles considera usted que son sus principales medios de comunicación que compiten con el suyo?

No hay competencia, para nada, son estilos diferentes hay otros medios de comunicación aquí en la ciudad y tienen su nicho de audiencia por el trabajo que realizan y no hay que desmerecerlos.

¿Cuénteme su experiencia manejando este medio de comunicación?

Apasionante, es lo que nos gusta y siempre lo hemos hecho con una gran responsabilidad, velando por los intereses ciudadanos, respondiendo a las expectativas de nuestros oyentes y

clientes porque la radio necesita dinero para poder seguir haciendo radio, este es un medio de comunicación privado y requiere de fondos para poder seguir operando

¿Qué tan difícil resulta tener un medio de comunicación en un cantón como Quinindé?

No es difícil y por eso deberían existir otros medios de comunicación. Yo no lo veo difícil, es más aliento aquellas personas que quieran ingresar en esta área porque los pueblos se desarrollan en base a los medios de comunicación.

¿Ha tenido algún tipo de dificultades para el libre ejercicio de la actividad periodística? ¿Se ha sentido su medio en algún momento constreñido en el ejercicio de la libertad de expresión?

Si hemos tenido dificultades y han intentado coartar nuestra libertad de expresión pero no lo han logrado y en esa línea nos ha tocado enfrentar algunos procesos muy delicados por cierto.

¿Qué tipo de problemas?

Un hecho que fue de trascendencia, una vez estuvo acá el ex presidente Rafael Correa, estuvo haciendo unas declaraciones y parece que no fueron del agrado de algunas personas y llegaron acá, hay que destacar que la agresión no era en contra del medio de comunicación sino en contra de las expresiones del ex presidente Correa, pero indudablemente yo asumo la responsabilidad porque tengo que velar porque cada persona tenga derecho a decir lo que siente, sea lo que haya sido, pueda que esté equivocada la otra persona, pero yo tengo la obligación de darle la oportunidad de expresarse a esa persona.

¿Cómo valora la legislación ecuatoriana en materia de comunicación como la Ley Orgánica de Comunicación y la Constitución de 2008?

La ley de comunicación tiene algunos aspectos rescatables como por ejemplo, el establecimiento de asignación de frecuencias que decía realizarse mediante concurso. Anteriormente la gente que podía acceder a un medio de comunicación era aquel que tenía recursos porque había aspectos de corrupción. Ahora cualquier persona que cumpla con los requisitos puede acercarse y participar en un concurso público. Otros aspectos importantes son los derechos para el personal que labora en los medios de comunicación, me parece formidable, anteriormente como los

locutores trabajaban una o dos horas y se les pagaba proporcionalmente, ahora con la ley de comunicación se establecieron las tablas salariales donde cada puesto está asignado y en el momento que uno contrata a un licenciado en comunicación social para que oficie de director del medio, inmediatamente al asegurarle ya le sale el valor que tiene que cancelar, es un derecho que se logró a través de la lucha de los trabajadores de la comunicación.

Ahora, el tema del control a los medios de comunicación se logró la creación la Supercom, encargado de vigilar los contenidos de los medios de comunicación y con esto la persona que se sentía aludida en un medio de comunicación tenía el derecho a la réplica. Anteriormente a la LOC, para resolver un conflicto de este tipo había que coger un abogado, llegar a un juicio para que después de dos años un juez decía usted tiene derecho de ir a defenderse en el mismo medio pero ya después de dos años, ahora no, en el momento que alguien se siente aludido basta con una solicitud al medio y tienen la obligación de darles el derecho a la réplica. Anteriormente decidíamos a quien le dábamos oportunidades de que se defiendan o no.

¿Cuáles son las vías de financiamiento de su medio de comunicación y de donde provienen?

El principal financiamiento son los anunciantes, afortunadamente, tenemos una cartera de clientes que siempre se mantiene ascendente, que en los momentos difíciles se mantiene estable pero no decae.

¿Clientes públicos o privados?

Principalmente privados.

¿Considera a su medio de comunicación como rentable?

A ver, en base a la inversión uno busca rentabilidad de esa inversión. Tener un medio no es para enriquecerse pero si para ofertar un servicio.

Anexo 11. Entrevista a periodista de radio Magia Satelital S.A

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Yo soy reportero de campo en diferentes barrios y comunidades.

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

En este medio tengo alrededor de nueve meses pero en la comunicación tengo doce años trabajando.

¿Qué título profesional tienes?

El título que yo tengo eh... culminé el bachillerato y a través del Secap con un grupo de compañeros estamos intentando profesionalizarnos.

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

Mi función es reportar lo que acontece en los diferentes barrios y mi horario aquí en la radio es de siete a doce del día pero mi número de teléfono está habilitado para los moradores, presidentes que quieran hacer una denuncia para que su reclamo sea escuchado. El comunicador no tiene horario, si hay que cubrir una información en la noche o en la madrugada nosotros como comunicadores estamos prestos para llevar la información.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

El salario que percibo es el básico no podemos tener con un salario más alto por el título.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

Son diferentes cubrimos quejas de todos los sectores por ejemplo taponamiento de alcantarillados, vialidad y también cubrimos información sobre accidentes y asaltos.

¿Y cuánto a temas políticos cómo se seleccionan estos criterios?

El tema político es lo que más se está viviendo, actualmente, ya que en el cantón Quinindé estamos viviendo la muerte de la palma por lo que la economía ha bajado y eso tiene incidencia en la política del cantón.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Si, en horas de la noche nos reunimos y estamos pendientes de los temas que cubriremos al siguiente día.

¿Es una reunión editorial o se realiza directamente por el editor sin consultar al resto de los periodistas?

Nos reunimos con el director de noticias que también es el gerente y ahí cuadramos las noticias para el siguiente día

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

La verdad nadie puede estar de acuerdo porque cada persona tiene una manera de ver la información y darla a conocer es por eso que se hace esta reunión para que todos podamos opinar y hacer las entrevistas de la mejor manera para que sea digerible para los oyentes.

¿Cómo periodista ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

La verdad sí. Una vez en un medio de comunicación que trabajaba unos años atrás por no hacer algo que me dijo el dueño del medio me botaron del medio.

¿Qué fue lo que no quisiste hacer?

Que emitiera criterios de una persona a lo que respondí que no tengo las suficientes pruebas para hacerlo y así las hubiera tenido soy la persona medos indicada para emitir un criterio de una persona. Y estoy contento porque con esa persona me llevo hasta hoy pero si hay compañeros que no se dan cuenta del daño que pueden hacer y emiten criterios inapropiados.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Cuando viene una persona a denunciar algo primero se hace la entrevista luego se busca a la otra persona se le comenta algo de lo que se ha hablado y allí se está haciendo la contrastación, para que haya el equilibrio de la noticia y no estar ni de un lado ni de del otro.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Si, aquí se verifica todo que no haya ningún inconveniente siempre apegados a la LOC, para no tener problemas que si los han tenido varios medios de comunicación que por no verificar y contrastar creen tener la verdad siempre.

¿Alguna vez han intentado pagarte para que no saques tan o cual noticia?

Todos los comunicadores hemos pasado por eso. He tenido varias experiencia algunas veces los políticos han dicho cosas que no debería decir las y luego me han buscado que no saque eso, y que la información siempre esté a favor de ellos y me han ofrecido dinero pero yo no he recibido.

¿Cómo los medios no tienen tanta solvencia económica tengo entendido que a ustedes les toca buscar su propia publicidad para pagarse su sueldo, cuéntame cómo se maneja esto?

Esto no solo ocurre en las ciudades pequeñas, es en todos lados. Por eso es que los comunicadores decimos que si se quiere pertenecer a este mundo primero hay que comerse las verdes y luego disfrutar de todo lo que ha sembrado. Los dueños de los medios nos dicen que podemos buscar publicidad para sostenernos y eso es muy duro. Hay compañeros que dañan la plaza cogen cualquier cosa por venta de publicidad, veinte o treinta dólares al mes.

Anexo 12. Entrevista a periodista Megavisión Cable S.A

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Soy presentadora de un programa familiar, de un programa de noticias y también me encargo de hacer coberturas.

¿Cuánto tiempo lleva laborando en el medio?

Casi un año

¿Qué título profesional tienes?

Licenciada en comunicación social mención radio, prensa y televisión

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

Tengo establecido trabajar cuatro horas pero entro tipo siete de la mañana, a veces salgo tres de la tarde, o a veces más tarde.

¿Qué salario percibe por su trabajo?

La mitad del salario de un periodista que es 400 y algo.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

Por ejemplo uno ya tiene especificado varios temas, uno a veces tiene que buscar los temas o si no el director de noticias nos da los temas, o a veces salen eventos que se están realizando y el director de noticias designa quien tiene que ir cubrir eso.

¿Y cuánto a temas políticos cómo se seleccionan estos criterios?

Se cubren todos los eventos los que están en la lista de primeros. Sobre los trabajos que se realizan en el cantón desde la municipalidad, obras públicas, también temas de salud en este tiempo también sobre la Unidad de Tránsito Municipal.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Sí.

¿Cuál es el proceso que siguen para elaborar las noticias?

Nos designan o proponemos un tema, luego vamos a hacer la cobertura, editamos o hacemos microondas y las pasamos en los noticieros.

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

Sí.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

Al mes cada periodista tiene que hacer la cobertura de los eventos del fin de semana y a veces hay muchos eventos que cubrir y debemos procesar toda esa información para que salga el día lunes.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

Cuando presenta un dato un entrevistado alegando algo en contra de otra persona uno va donde esa otra persona y se presenta versión contrastada y si no se lo encuentra uno se menciona que uno fue al lugar intentó contactar a esa persona sin embargo no se obtuvo respuestas hasta el final del reportaje.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Si porque contrastamos la información, si presentamos información veraz.

Anexo 13. Entrevista a propietario de Digital Cable S.A

¿Cuál es su profesión?

Estoy abarcando un poquito un campo tan interesante como es la comunicación. Yo soy ingeniero en agro empresas, esa es mi profesión y siempre me ha gustado la empresa privada y siempre tuve la aspiración de administrar algo en lo cual pudiera aportar más allá de mis conocimientos que he alcanzado con mis estudios. Algo que sea de carácter comunitario y en este caso se nos abrió un abanico de posibilidades y tuvimos acceso a personas que nos hablaron sobre la televisión por cable que fue la idea inicial. Pero la televisión por cable venia de la mano con un canal porque lo que buscábamos era romper esa falta de... o aportar con una competencia, con un servicio adicional, a pesar que en Quinindé, ya había un canal de televisión y radios faltaba otro canal de acceso local y tuvimos la idea. Como le digo no es mi profesión per sé pero lo hago con mucho gusto y cariño y lo poco o mucho que hemos logrado me llena de mucho orgullo.

¿Cuál fue su interés por tener un medio de comunicación?

La verdad que siempre me gustó desde pequeño la idea del cine, me gustaba mucho los programas de televisión siempre he sido muy fanático de la televisión en este caso los reallitys

etc. Entonces era una aspiración sana. Y entonces cuando se abrió la posibilidad logramos esto, de tener un medio que no es para nada fácil. No necesariamente la persona que tiene posibilidades tiene acceso a un medio, es un proceso muy tedioso pero si lo llegas a tener hay que saberlo aprovechar y es lo que estamos haciendo.

¿Cómo definiría la línea editorial de su medio de comunicación?

Eh... yo le digo algo eh... sinceramente y es algo que los comunicadores nos hacemos de la vista gorda. Todos buscamos o damos a entre ver que el medio y la comunicación va a ser lo menos subjetiva bogando por un periodismo independiente, eh... si hablamos de término independiente es un poquito más complejo. Yo creo que lo que nosotros hemos hecho con Digital Tv, es hacer un medio que esté a favor de la comunidad. Nuestra visión siempre fue hacia las zonas periféricas, los barrios pobres, populares y es justamente allá donde tenemos más fuerza. Lo que hemos hecho, simplemente, es abrirle las puertas al cantón con un canal que no tiene etiquetas, es un canal que le abre las puertas a todo mundo, cuando así se lo requiere.

¿Tiene un código deontológico el medio su medio de comunicación?

Claro que sí, de hecho todos los años nos piden actualizar y se lo presenta a la COORDICOM.

¿Me podrías decir el punto principal de este código?

Eh... ser incluyentes ese es el principal objetivo, eh... como le digo es un medio netamente comunitario.

Aparte de manejar este medio de comunicación ¿Qué otra actividad realiza?

Nosotros tenemos la televisión por cable y el canal son dos empresas que van de la mano, la televisión por cable es el soporte económico de este canal. También me desempeño en algunas actividades paralelas a la comunicación en este caso lo mío que es la agricultura. Mi familia tiene por ahí unas ramificaciones de empresas, tenemos unos cultivos, eso es lo que yo hago, y mi papá también tiene una clínica.

¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene este medio de comunicación?

Nosotros logramos concesión con la ex CONARTEL y actual ARCOTEL, nosotros empezamos a operar en octubre del 2008, primero operó Digital Cable ofertando canales de tv paga y un mes después comenzó la señal del canal local, con un noticiero por día y así lo mantuvimos en un periodo de dos meses después lo subimos a dos noticieros diarios hasta llegar a como estamos a tres noticieros diarios, y un resumen de noticias dominical.

¿Cuántos suscriptores este medio?

1.500 aproximadamente.

¿Cuáles considera usted que son sus principales medios de comunicación que compiten con el suyo?

Definitivamente, Megavisión, en cuanto a medios y cable. No tengo ningún dejo con ningún medio pero con las radios no competimos tanto. Suena un poco burlesco pero pautar en radio es más caro que pautar en televisión. Y nosotros tenemos cobertura en la zona urbana, básicamente, la radio también llega a la ruralidad.

¿Cuénteme su experiencia manejando este medio de comunicación?

Ahhhh. La verdad que afrontar con realidades, realidades externas y realidades muy nuestras. Nos ha tocado afrontar a temas o casos desgarradores. Hemos tenido dificultades en cuanto a ciertos eh... aquí en Ecuador para uno trabajar bien hay que ser respetuosos a ley pero también ha habido ciertas injusticias. Ecuador es un país donde quien tiene padrinos se bautiza, no me estoy quejando, ni nada de eso, pero si eso es lo que más me molesta las injusticias en cuanto a políticas de Estado.

¿Y aquí en Quinindé has tenido alguna mala experiencia manejando este medio?

He tenido desacuerdos con algunos políticos nuestro medio sobre todo, eh... yo como Klever Echeverria, he tenido situaciones por el Facebook, es chistoso jajaja porque he tenido más problemas por el Facebook que por el mismo canal. Han sido problemas leves, hemos tenido problemas con otros periodistas más que con instituciones.

¿Qué tan difícil resulta tener un medio de comunicación en un cantón como Quinindé?

Le cuento que es muy, muy difícil, le cuento que inclusive compartimos esta visión con... no quiero tampoco asegurarlo pero hemos conversado con amigos de los otros medios de comunicación y con nuestra competencia y un medio en este caso como es televisión es muy difícil pero lo que nos diferencia es que tenemos bonanzas muy distintas en comparación con medios nacionales como Teleamazonas y Ecuavisa, son bonanzas diferentes en la cual ellos pueden darse el lujo de contratar periodistas o profesionales de rango, inclusive, internacional. Nosotros tenemos que lidiar con muchas limitantes en el cantón, básicamente, los auspiciantes son las instituciones. En Quinindé, principalmente, es el Municipio porque muy pocos casos se ha dado que los GAD parroquiales pautan. Más se aprovecha es en temas de fiestas julianas, navidades, fin de año, día de la madre y del padre pero son ocasiones muy especiales. El gobierno municipal y prefectura son los que nos ayudan a afrontar si eso ya comienza a fallar, nos toca pasar una situación muy dura. En muchas veces Digital Cable ha financiado a Digital Tv. Estoy aprovechando este medio para desahogarme para que sepan que el esfuerzo que se hace es tremendo, he conversado con todos los dueños de los otros medios y saben muy bien que la situación con medios locales no es para hacer riquezas. Se puede vivir modestamente pero hasta ahí nomás.

¿Cuánto es el valor que se cobra por pautar con el Municipio?

Por eso le decía antes el tema de la comunicación independiente es una situación de momento, si estamos dependiendo de un gobierno y nos ha pasado que los encargados de prensa del Municipio o Prefectura nos han tratado de manejar nuestra línea editorial. Cuando prestamos nuestros servicios de publicidad las instituciones creen que nos están comprando en cuerpo y alma y es falso. Nosotros prestamos el servicio de comunicación y damos el espacio porque también lo ellos tienen derecho a expresarse pero no es nuestra responsabilidad lo que digan porque es un espacio contratado pero aún hay así hay personas que piensan que pueden manejarnos en todo aspecto eso nos ha costado un poquito. La bonanza en Quinindé, como le digo, es muy limitada tener un medio de comunicación aquí es muy complicado.

¿Cómo manejan esa situación?

Hablemos del Municipio, no voy a dar nombres ahora pero en administraciones anteriores si se tomaron el atrevimiento de condicionarnos en muchos aspectos pero nosotros hemos logrado concesos. Quería recalcar algo el medio local subsiste con la publicidad que es muy limitada

porque hay empresas privadas que si pautan, por ejemplo: el restaurante de don Juanito, la boutique de doña Maribel etc. se sale pero la bonanza aquí en Quinindé es limitada y peor como estamos ahorita, solo nos confiamos de las instituciones públicas. Pero le digo algo, en el caso de Digital Cable y de la competencia el medio local es una manera de devolverle a Quinindé un servicio pero no representa una ganancia interesante para nada.

¿Cuánto cobran por pautar con una institución pública, el Municipio por ejemplo?

Varia por el número de pasadas por día, el tiempo de duración de la cuña eh... y viene también del actor, no podemos cobrar jajaja lo mismo al municipio que a un gobierno parroquial.

¿En términos generales el Municipio cuanto te aporta a ti?

Mínimo esas cuñas son de 1500- 2000 USD mensuales, eso incluye toda la publicidad de todos los departamentos, es un paquete global. Ahora con la administración del alcalde Carlos Barcia hemos logrado consensos y las cosas van a mejorar un poquito en el tema de la publicidad y si a esto le sumamos la publicidad de la Prefectura ya se hace como una especie de colchoncito. Le digo pero eso nos alcanza solo para pagar personal y cuentas de agua y luz porque el medio no es rentable.

¿Ha tenido algún tipo dificultades para el libre ejercicio de la actividad periodística? ¿Se ha sentido en algún momento constreñido en el ejercicio de la libertad de expresión?

Muy poco, en televisión nosotros somos muy respetuosos con la ley. Si usted me escuchó decir algo alguna vez en televisión es algo que pasa y nadie se acuerda después.

¿Cuáles son las vías de financiamiento de su medio de comunicación y de donde provienen?

Instituciones públicas, Municipio, Prefectura principalmente, e instituciones de comercio privadas.

En el caso de los dos canales ¿Cuánto cuesta la suscripción a este medio de comunicación?

A partir de este año nosotros hemos tratado de adaptarnos a la situación económica local, en Quinindé estamos viviendo ahora una recesión la palma aceitera ha fracasado en Quinindé, el

comercio también ha bajado muchísimo, la economía en Quinindé, básicamente, se mueve con las instituciones públicas, profesores, empleados municipales, del distrito de salud, entonces estamos trabajando con lo que tenemos, en ese aspecto nos ha tocado hacer cambios a costa de la empresa y a coste del usuario y penosamente pero lo debo decir, soy muy sincero, no quiero guardarme este tema. Tuvimos que eliminar el acceso a mitad de precio que teníamos para los de la tercera edad y personas con discapacidad, primero que no somos una empresa pública, somos una empresa privada que tenemos nuestras propias políticas. El valor ahora de suscripción es de 25.00 USD que incluye los materiales, 35 metros de cable y conectores. Tenemos 80 canales ofertando, la mensualidad es de 17.50 USD, siempre se paga en la primera quincena porque en la segunda quincena empezamos con los cortes.

¿Considera a su medio de comunicación como rentable?

No para nada es rentable

¿Cuáles son los principales tema de interés político que interesa a su medio de comunicación?

Bueno, definitivamente cuando salimos a buscar la noticia lo primero que buscamos es Municipio. En el Municipio siempre hay alguna novedad. A pesar que el Municipio y la Prefectura nos trate de condicionar, no estoy refiriéndome al actual, sino hablo de experiencias pasadas, de hecho con el actual Municipio recién estamos es proceso de contratación. Entonces a pesar de que nos trataran de condicionar nosotros también damos paso a la otra parte eh... entonces a las personas también le damos cámaras y les ofrecemos hacer una investigación y dar a conocer a las autoridades. Siempre con el Municipio a lo que refiere a desatención de obras y servicios eso es lo que genera noticias y la Policía, nosotros todos los días estamos en el Municipio, Policía Nacional y hospital.

¿Cómo se lleva a cabo la selección de los temas que serán cubiertos por su medio de comunicación?

Tenemos más o menos fichados donde ocurren cosas y hacemos una planificación y eso lo vamos a cubrir. Ahora con las redes sociales nosotros nos valemos del WhatsApp allí tenemos grupos con las instituciones públicas y ellos nos avisan cuando hay algo que cubrir.

¿Cuántos periodistas trabajan aquí?

Cuatro, tres hombres y una mujer.

¿Cuántos noticieros tienen?

Tres, en la mañana, tarde y noche con una duración de una hora cada uno.

¿Qué cargo ocupas en el medio?

Gerente y director

¿Qué piensas sobre la constitución de 2008 y la LOC?

Nosotros, con la Ley de Comunicación y la Supercom fuimos muy perjudicados. En esta vida para estar bien hay que manejarse bien y cumplir la ley pero en el gobierno anterior con los cambios que hubo en la Asamblea se permitió las herramientas para someter a la prensa ¿Cuántos medios de comunicación no se cerraron con el gobierno anterior? ¿Cuántos medios fueron condicionados? ¿Cuántos medios tenían padrino y les dieron frecuencia? Es por esto que la Ley de Comunicación que se aprobó en el gobierno anterior debe ser modificada porque nosotros con la Supercom y con este señor Ochoa, que hasta la fecha lo recuerdo muy amargamente, tuvimos sanciones por cosas que no... créame que esas Secretarías e instituciones del Estado en vez de guiar son inquisidoras y sancionadoras, lo que buscan es a uno amedrentarlo. Y nosotros con la Supercom recibimos varias sanciones que nos costó.

¿Qué tipo de sanciones?

De carácter administrativas, por no presentar los formatos de las grabaciones que nos pedían. Acuérdesse lo que pasaba en las sabatinas había un derroche, solamente, para ellos porque se repartían ese queso, esos tantos millones que se gastaron en publicidad solo entre los amigos del Presidente, del ministro y unos cuantos medios nacionales. Pero si hubiera habido un reparto igualitario de esa gran bonanza con los medios locales o regionales porque no lo hubo (se altera) es que no lo hubo, no lo hubo amiga. Desde por ahí nos pusieron trabas, es que fueron negligentes con nosotros y cuando nuestra línea no se acoplaba con la de ellos nos sancionaban. En el gobierno de Rafael Correa, nos teníamos que hacer de la vista gorda no nos quedaba de otra.

¿También me estabas contando que no estás de acuerdo que el propietario de un medio no pueda tener otros negocios o participar en la política, háblame sobre aquello?

A mí, lo que me molesta es el tema de la participación, si bien no se puede ser juez y parte en muchos aspectos de la vida pero no estoy de acuerdo con que si uno tiene un medio de comunicación no puede participar en política, que si uno tiene un medio de comunicación no puede tener otras empresas, entonces de que estamos hablando, si la empresa privada es el motor del país, no podemos depender del gobierno y son los empresarios los que ayudan a que por lo menos se generen fuentes de trabajo. Todos tiene problemas, a veces aquí también hemos tenido problemas que no hemos tenido para pagarle completo a los chicos pero tratamos de salir, poco a poco vamos solucionando porque el gobierno no nos regala nada, quien piensa que el gobierno le va a regalar todo, es falso, no podemos depender del gobierno. Miren como nos coartan, si alguien tiene un medio de comunicación es vetado en todos los aspectos, discúlpeme pero que ánimos va a haber de que nuestros hijos puedan aspirar a gerenciar o tener un medio de comunicación si nos ponen todas estas trabas. Yo tengo la esperanza que este gobierno cambie toda esta situación porque Ley de Comunicación, es una ley mordaza.

Anexo 14. Entrevista a propietaria de radio Estéreo Quinindé

¿Cuál es su profesión?

Soy tecnóloga en asistencia de gerencia

¿Cuál fue su interés por tener un medio de comunicación?

Este medio es familiar, una herencia que mi abuelo por parte de madre nos dejó. Él era de Bahía de Caraquez y trabajaba en un medio allá y como le gustaba la comunicación le dio la idea a mi papá para que se pusiera un medio en Quinindé porque no había ningún medio de comunicación. Esta radio es la primera de Quinindé, su nombre original era La Voz de Quinindé, con frecuencia AM.

¿Cómo definiría la línea editorial de su medio de comunicación?

Eh... editorial, editorial no. Nosotros somos deportivo, nacional, farándula, noticias

¿Tiene un código deontológico el medio su medio de comunicación?

Si tenemos, pero no lo hemos publicado. Hay una página que se llama winx Estéreo Quinindé, ahí lo podrás encontrar

Aparte de manejar este medio de comunicación ¿Qué otra actividad realiza?

Tengo mi negocio propio, un cyber porque la economía está muy baja aquí en nuestro cantón.

¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene este medio de comunicación?

Más o menos unos 50 años

¿Qué rating tiene este medio?

Nosotros tenemos el 85% de sintonía dicho por unos expertos hace unos años

¿Qué cobertura tiene esta radio?

Nuestra autorización es netamente local. Llegamos a la zona urbana y rural de Quinindé

¿Cuáles considera usted que son sus principales medios de comunicación que compiten con el suyo?

¿Competir? Creo que no cada cual tiene lo suyo, cada uno se ha ganado su espacio y nosotros tenemos nuestro espacio ganado hace muchos años. Podría decir que la competencia de nosotros es Radio Magia que también tiene lo suyo, estas son las dos únicas radios aquí en Quinindé. Pero tenemos una buena amistad con nuestro colega Yordi Zambrano, no tenemos rivalidad y cada cal hace lo suyo.

¿Cuénteme su experiencia manejando este medio de comunicación?

Experiencias negativas si, al menos ahorita, porque la situación económica está muy baja, al menos aquí en nuestro cantón ha decaído mucho lo que es la palma, eso a traído consecuencias muy graves para los medios de comunicación, locales comerciales. Y nosotros como medios de comunicación trabajamos con agencias y estas se demoran en cancelarnos, de ahí venimos con

problemas económicos, y las casas comerciales como no cuentan con recursos no pueden publicidad.

¿Y cómo está el tema de publicidad con las instituciones públicas?

Ahorita no estamos trabajando con el Municipio porque hubo cambio de administración, a veces ellos vienen con otra mentalidad, o no formamos parte de la línea del medio, de la lista de ellos y se ven como un poquito rezagados pero al final ellos entienden que cada cual tiene derecho a ser favorecido por alguna lista. Estamos trabajando indirectamente con ellos porque tenemos que cubrir la información y pasar ciertas notas de Municipio que son de interés cantonal. Lo que si no tenemos ahorita es relación comercial con el Municipio.

¿Tener un pensamiento diferente les afecta en el otorgamiento de la publicidad por parte de X institución pública?

Yo pienso que sí. Pero al final ellos tendrán que darse cuenta que cada medio tiene su ideología, su forma de pensar y los que estamos detrás del medio de comunicación somos seres humanos y tenemos libre pensamiento. Tal vez eso ellos no lo entienden pero llegará el momento en que ellos tendrán que pautar porque somos los únicos medios de aquí. Aunque, él tiene un medio para informar sus actividades, dar a conocer sus obras y está en ventaja frente a los otros medios, al final él entenderá y tendrá que poner la publicidad en los otros medios porque quizá no todas las personas escuchan su medio de comunicación o hay personas a las que no les gusta ese medio y pueden escoger otro medio y esas personas tal vez no escuchan lo que él quiere que todas las personas sepan.

¿Qué tan difícil resulta tener un medio de comunicación en un cantón como Quinindé?

Es muy difícil, en base a lo económico es muy difícil porque los gastos que genera un medio de comunicación son bastantes altos y a veces nos vemos en desventaja por esa situación, pero de ahí es muy favorable porque aquí en Quinindé todo el mundo nos conoce, hacemos prensa en ese aspecto es bueno.

¿Ha tenido algún tipo de dificultades para el libre ejercicio de la actividad periodística? ¿Se ha sentido su medio en algún momento constreñido en el ejercicio de la libertad de expresión?

Si hemos tenido dificultades. Ha habido personas que no piensan igual que nosotros y han querido opacar nuestro medio de comunicación con clausuras y demás cosas pero en realidad la gente nosotros somos humildes, y muy queridos en nuestro cantón.

¿Cómo valora la legislación ecuatoriana en materia de comunicación como la Ley Orgánica de Comunicación y la Constitución de 2008?

La ley de comunicación tiene sus cosas positivas y negativas. Hay cosas que se deben reorganizar o corregir. Porque las personas que aprobaron la Ley no han estado inmersas en la comunicación porque las personas que estamos en la comunicación sabemos lo que nos afecta y lo que no por eso pienso que para aprobar la LOC se debió incluir a grupos de AER, comunicadores para que se direcciona lo positivo y negativo. Pero también hay cosas positivas y una de ellas es que hoy en día las personas ya no pueden difamar a otras en un medio de comunicación sin esperar una sanción por eso hay que hablar con propiedad, hay que contrastar la noticia.

¿Cuáles son las vías de financiamiento de su medio de comunicación y de donde provienen?

Proviene más del sector privado, nosotros nos manejamos con agencias de publicidad

¿Considera a su medio de comunicación como rentable?

No es rentable. Es por la pasión de mi padre que seguimos de pie con este medio

¿En este momento, cuántos periodistas trabajan en el medio?

Ahorita estamos con una persona en el área de noticias y a veces mi papá que le apoya en los noticieros.

¿Cuáles son los principales tema de interés político que interesa a su medio de comunicación?

Lo local, básicamente, el Municipio en particular ya que es nuestra fuente más cercana de información siempre estamos pendientes de las actividades que se realizan.

¿Cómo se lleva a cabo la selección de los temas que serán cubiertos por su medio de comunicación?

Seleccionamos en base a prioridades siempre pensando en los intereses ciudadanos si hay una queja o algo parecido estamos prestos a atender a la ciudadanía, también realizamos entrevistas a personajes políticos del cantón.

Anexo 15. Entrevista a periodista de Digital Cable

¿Cuál es su cargo en este medio de comunicación?

Ahora me encuentro laborando en un medio local televisivo acá en el cantón Quinindé, mi función es presentar el noticiero de la mañana, un noticiero dedicado a la comunidad, donde hay llamadas, mensajes; la ciudadanía siempre reporta las novedades que se pueden suscitar en cuanto a recolección de basura, agua potable, seguridad en barrios que no existe, y el problema de alumbrado eléctrico que también hemos visto que muchos de los ciudadanos están solicitando porque se pagan impuestos pero sin embargo hay barrios que mantienen en oscuridad y para que las autoridades que están al frente de estas instituciones puedan darle los correctivos necesarios.

¿Cuántos años lleva laborando en el medio?

En Digital tengo cerca de 19 meses

¿Tiene título profesional?

Soy abogado de los tribunales del Ecuador, pero mi vocación siempre ha sido la comunicación, he trabajado en radio, en otro canal de televisión local, en Megavisión y estuve un año y algo como corresponsal de Teleamazonas

¿Cuántas horas labora y cuál es la función que cumple?

En honor a la verdad yo estoy laborando en las mañanas de 7h15 a 8h30 de la mañana en el noticiero como presentador y cuando existe la posibilidad los fines de semana y no tengo nada que hacer ayudo en la cobertura en los barrios y eso

¿Qué salario percibe por su trabajo?

Bueno... ahí estoy prácticamente haciéndolo de una manera como pasión, recibo algo gratificante, aunque no es el valor que uno debería percibir.

¿Cómo se establecen los criterios de la selección de los temas a cubrir?

En este caso hay un segmento dirigido a los barrios de Quinindé, nosotros llegamos y ocultamos la realidad como siempre son la viabilidad como está el acceso de vehículos, acá funciona mucho lo que son las tricimotos en el Nuevo Quinindé, el tema de vías, alumbrado eléctrico, agua potable y lo que siempre va a ser algo importante.

También hacemos entrevistas en vivo a políticos que están en la palestra pública, siempre vienen los concejales, directores departamentales del Municipio, alcalde, Junta Parroquial principalmente.

¿Hay participación de los periodistas del medio en este proceso?

Claro... nosotros sugerimos temas de acuerdo a la relevancia y coyuntura social

¿Bajo qué criterios se seleccionan los temas noticiosos?

Nosotros coordinamos con el gerente de la empresa, él nos da los lineamientos, no es que vamos a entrevistar de una manera empírica tampoco. Nosotros tenemos que buscar temas específicos y tener preguntas porque es en vivo, y tenemos que llenar las expectativas de la ciudadanía de Quinindé.

¿Es una reunión editorial o se realiza directamente por el editor sin consultar al resto de los periodistas?

Todas las mañanas nos reunimos y si existe un tema de que en el barrio Luz de América, por decirte, hay algún problema de un barranco o algo le damos seguimiento para ver si hay una posibilidad de mejoras, y también en el tema de entrevistas.

¿Cuál es el proceso que siguen para elaborar las noticias?

¿Siempre están de acuerdo con la manera en que se elaboran las noticias?

Cuando existe algún tema social si, pero cuando son entrevistas y están cinco personas y se nos dice entrevista a tal persona no estamos de acuerdo porque hay que contrastar la noticias.

¿Cómo periodistas ha sufrido algún tipo de presión durante su trabajo? ¿En caso de ser positiva la respuesta qué tipo de presión?

No, yo por lo general me he caracterizado por conocer más de cerca las temáticas y yo sugiero y no espero que me impongan.

¿Cómo realizan el proceso de verificación y contrastación de fuentes?

En este caso puede existir algún tipo de mensajes vía redes sociales de una denuncia en x barrio, tomamos contacto con esa persona llegamos y entrevistamos a unas dos personas porque no siempre hay que darle la razón a quien denuncia.

¿Creen que estos procesos están acordes con lo establecido en la LOC?

Nosotros siempre somos respetuosos de la ley y la ley es de cumplimiento y estamos apegados a ley.

¿Tú me contabas que ahorita en el canal no están al aire?

Si, ahorita no estamos al aire por problemas económicos, no hay dinero para pagar a los periodistas, porque uno depende de... más por mis compañeros porque yo en mi ejercicio profesional tengo mi trabajo pero compañeros que tiene otro tipo de inconvenientes, tengo un compañero que debe pensiones alimenticias y necesita de sus sueldo para pagar sus gastos.

Anexo 16. Entrevista anónima- periodista de Quinindé

Periodista: Esta mañana en el relajo que tenían los de la Unión Manabita en el Municipio, el Alcalde cogió 20 dólares y le dijo al guardia me le entrega esto al periodista X.

Investigadora ¿Te sobornó?

Periodista: No es que me los dio, él me los obsequió por voluntad, cariño, gratitud pero no tiene un compromiso conmigo ¿Qué es lo que yo quiero hacer? Yo más tarde lo cojo en el vóley y le voy a decir don “Carlitos” quiero hablar con usted regáleme dos minutos pero que nadie nos interrumpa y le diré don “Carlitos” yo estoy al frente de un noticiero y sé que usted no tiene un buen vínculo con la radio por esto y por lo otro pero esas son cosas allá, yo no tengo que ver nada; don Carlos quiero que me de la mano los cuatro años que usted va a estar, póngame un saldo el que usted me va a dar, si quiere factura yo lo hago.

Investigadora: ¿El dueño de la radio tiene problemas con el Alcalde?

Periodista: Lo que pasa es que X (dueño de la radio) lo atacó mucho en la campaña y eso no debería ser así. X nunca pensó en el papá y por eso ahora no les dan publicidad (anónimo, comunicación personal, 22 de septiembre de 2019).

Anexo 17. Entrevista anónima- periodista de Quinindé

¿Hablame de la situación de los medios de comunicación y los periodistas de Quinindé?

Te cuento que la situación en los medios de comunicación es crítica más que nada por la situación económica. A los periodistas no se les paga un sueldo digno; es más cuando buscas trabajo en radios te dicen que sueldo no hay, que se busquen publicidad y se les paga el 20% o se le vende el espacio a coproducción.

¿Y en dinero cuanto representa eso?

100 dólares, máximo 200 al mes, dependiendo de cuantas publicidades consiga, Quinindé es pequeño y no tiene muchos lugares que quieran publicitar, y hay mucha competencia

Es realmente triste la situación de los periodistas en Quinindé ¿No les pagan nada?

Así es... es por eso que la mayoría busca la publicidad y los únicos que por ahí medio pagan son los políticos y pues ya están condicionando. Ninguna radio acá paga sueldo a su personal, se la deben buscar... allí el único que coge la publicidad es el dueño

Radio Quinindé

Esa emisora siempre ha sido y dependido de los grupos de poder político, tanto así que solo abren en los espacios de noticias. De allí permanece cerrada solo con programación automática y la Magia también.

La cosa es seria y causa tristeza que por estas situaciones se tenga a quienes ejercemos esta hermosa profesión como prensa vendida y corrupta, cuando son los mismos políticos del poder quienes se aprovechan de la necesidad de muchos que ven en esta profesión la forma de hacer dinero fácil (anónimo, comunicación personal, 23 de septiembre de 2019).

Radio Magia

La esposa del gerente de radio Magia, trabaja en el Municipio, ella en realidad es la dueña de ese medio, y hace poco estaba presionando para que salga el contrato con su medio, ella se vale de su cargo de relacionadora pública en el Municipio para obtener contratos con esta institución. En Magia también hay intereses de por medio, está entregado al poder; cuando hay publicidad calladitos están no dicen nada en contra de los funcionarios del Municipio.

Digital Cable S.A

El dueño fue yerno del actual Alcalde de Quinindé, hasta el momento es el único que tiene asegurada la publicidad del Municipio, porque le debe muchos meses de manutención a su hijo, que es nieto del Alcalde. Me lo contó una fuente confiable y muy cercana a ambas partes.

Palabras textuales de mi fuente

“Como yo manejo el tema de publicidad el Alcalde me dijo vamos a darle a este el contrato con el Municipio para que no joda y por lo menos le pase la pensión alimenticia a mi nieto”.

¿Háblame sobre los periodistas de los canales digitales?

En la actualidad muchos de los periodistas de Quinindé, entre aficionados y otros con experiencia han emigrado a redes sociales con la finalidad de sacar allí para sobrevivir, causando un serio daño a la comunicación. Hoy cualquiera se pone un canal en Facebook y se autodenomina "independiente" y desde allí se genera animadversión sobre otros periodistas. Así andan un montón de "periodistas" con canales de Facebook, ya tienen azarados a los políticos del cantón,

especialmente, al alcalde; a cada rato lo quieren entrevistar para cobrar, no quitan su micrófono en un solo momento.

¿Sólo los periodistas de medios digitales realizan piden estos centros?

No solo ellos. La mayoría de periodistas de medios tradicionales y digitales de Quindé piden centros. En esmeraldas también es cosa seria los centros; Cuando el alcalde de acá, va para allá calculo que debe llevar unos 600 dólares para los centros, se pegan como zancudos y no lo dejan salir si no centra. Cuando hay reuniones con todos los alcaldes en Esmeraldas, cada periodista se hace ese día unos 250 dólares, descaradamente.

¿Tanto gasta?

Creo que le duele pero a veces tienen que ir

Acá hay uno que le dice a los centros "la bendición" alguna vez le pidieron que entreviste a una autoridad del Municipio y de una dijo hay o no bendición

¿Tú alguna vez has “centrado” con los políticos?

No, y no porque no me haga falta el dinero sino porque respeto la profesión y se que si me pongo de centrero ya nadie me va a respetar ni va a creer en lo que diga, además porque si recibo un salario que no es una fortuna pero me alcanza. Te cuento que en algunas ocasiones si me he sentido tentado y me han dado dinero pero yo no recibo. Te cuento que una vez estábamos bastantes periodistas y políticos en una rueda de prensa y se acercó x político y me dio unos dólares y me dijo que para el desayuno y yo abrí mi mano y se los dejé caer al piso y le dije que no muchas gracias que estaba llenito que recién había comido, pero no te miento que tenía un hambre terrible pero fui a la tienda y me compré colita con pan, lo que mis economía me permitía gastar.

¿Cuántos medios digitales hay en Quindé?

Periodistas dos... aficionados como diez. No tienen principios éticos, en la mayoría no aplican un sentido de orientación de la realidad que se vive y fomentan más bien a que los ciudadanos

se vuelvan más conformistas y solo se queden a esperar las dádivas de los que están en el poder. Es decir la sociedad paternalista que todo me den, sin yo dar nada a cambio, ¿me entiendes?

¿Crees que se abrieron estos medios para conseguir beneficios personales?

Si...Que no está mal que se traten de ganar el sustento, ¿pero y las consecuencias? Se denigra la profesión. Hay como unos diez canales de periodistas que antes trabajaban en medios, esos son los “centreros”, piden la “bendición” a cada autoridad que entrevistan. Jairo es el que más nombres a utilizarlo en páginas, siempre lo bloquean por plagiador de noticias. Jairo se cree el consentido del Alcalde y hace cosas que denigran a la profesión. Son bien Sinvergüenzas... y los tipos bien frescos.

Anexo 18. Entrevista a funcionario de Arcotel

Háblame sobre el cambio de concesiones de persona natural a persona jurídica ¿Es posible tal situación?

Ni en la actual Ley Orgánica de Telecomunicaciones, ni en la Ley Orgánica de Comunicación se permite el cambio de titularidad de una persona natural a una persona jurídica, pero puede darse el caso de que siendo la persona natural la poseedora del título habilitante una vez que está por fenecer su título puede solicitar su nuevo título habilitante a nombre de una persona jurídica. Ese caso se suscita cuando en dos casos administrativos diferentes, o en el tiempo mientras en el primer acto administrativo se le termina el título habilitante, a nombre de la persona natural se le otorga el nuevo título habilitante a la persona jurídica. La persona jurídica puede tener un representante legal o la persona natural puede ser socia de esa empresa eso no es un limitante para el nuevo otorgamiento.

Te comentaba el caso específico de medios en los cuales se pudo hacer el cambio de persona natural a jurídica pero que en la practica el dueño sigue siendo la misma persona que pidió la concesión, te comento esto por qué tanto en el caso de Megavisión Cable como Digital Cable S.A tuve la oportunidad de entrevistar a quienes me dijeron ser los dueños de estos medios, pero que en los documentos que ustedes me han proporcionado aparecen otras personas.

El poseedor en el caso de Megavisión Cable es la persona jurídica denominada Megavisión Cable S.A, cuyo representante legal registrado aquí en Arcotel es el señor Cedeño Sussmann Pierre Emerson, pudo haberse dado el caso que hubo un cambio de representante legal en la persona jurídica y esta no la registró aquí en la Arcotel, por ese caso puede ser que haya la divergencia.

Tú me hablabas de una Transitoria que permitía este tipo de cambios ¿Me podrías hablar sobre eso?

La LOC, fue reformada recientemente, no recuerdo muy bien la fecha, previo a eso en la LOC, existía una disposición transitoria en la que se daba la posibilidad de cambios de titularidad para compañías que fueron creadas antes de los 180 días previos a la emisión de la normativa de la LOC, solamente hubo ese periodo, después de eso una vez cumplida esa transitoria no se puede dar cambios.

¿Ósea que si la empresa fue creada antes de los 180 días de esta transitoria podía darse el cambio de titularidad, pero en el caso específico de estos dos canales por suscripción de los que te hablo, fueron creados mucho antes de la LOC, si este no es el caso de ambos medios qué ocurrió entonces?

Si no fueron creadas antes de los 180 días de aprobación de la LOC, no entraría de esta disposición transitoria, no es posible el cambio de titularidad.

¿Tampoco cambio de persona natural a jurídica?

No, como te comento ese es un caso especial porque se le termina el título habilitante a la persona natural, ese título habilitante no existe y en un acto administrativo diferente se le otorga un nuevo título habilitante a nombre de la persona jurídica.

Disposición transitoria de la LOC

Octava.- dentro del plazo de hasta 180 días, contados a partir de la publicación de esta ley en el Registro Oficial, las personas naturales que son concesionarias de una frecuencia de radio o televisión de señal abierta podrán constituirse en una compañía mercantil o una persona jurídica sin finalidad de lucro, la cual previa autorización de la autoridad competente pasará a ser titular de dicha concesión de frecuencia, en los términos y plazos previstos en el contrato original de

concesión a nombre de la persona natural; para tales efectos la autoridad de telecomunicaciones elaborará el reglamento respectivo.

Anexo 19. Resolución Arcotel Retiro de Frecuencia a Radio Estéreo Quinindé

AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL
DE LAS TELECOMUNICACIONES



RESOLUCIÓN ARCOTEL-2018- 0 0 3 6

POR LA QUE, LA AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS TELECOMUNICACIONES – ARCOTEL NIEGA LA SOLICITUD DE SUSPENSIÓN DE LA EJECUCIÓN DE LA RESOLUCIÓN ARCOTEL-2018-1113 DE 24 DE DICIEMBRE DE 2018.

CONSIDERANDO:

I. ANTECEDENTES

Mediante Resolución N° ARCOTEL-2018-1113 de 21 de diciembre de 2018, suscrita por el Director Técnico de Títulos Habilitantes del Espectro Radioeléctrico de la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones resolvió en la parte pertinente:

[...] "Artículo DOS.- Rechazar los argumentos de defensa del señor Juan Carlos Villagómez Hurtado ingresado en esta Agencia con trámite No. ARCOTEL-DEDA-2018-020485-E de 30 de noviembre de 2018, y dar por terminado unilateralmente el contrato de concesión de la estación de radiodifusión sonora FM denominada "ESTEREO QUININDE FM", 94.9 MHz, matriz de la ciudad de Quinindé, provincia de Esmeraldas, suscrito con el señor Juan Carlos Villagómez Hurtado, el 11 de mayo de 2004; al haber incurrido en la causal de terminación señalada en el artículo 112, numeral 8 de la Ley Orgánica de Comunicación; artículo 47 numeral 2 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; en concordancia al artículo 21 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; y, artículos 199 y 200 del "REGLAMENTO PARA OTORGAR TÍTULOS HABILITANTES PARA SERVICIOS DEL RÉGIMEN GENERAL DE TELECOMUNICACIONES Y FRECUENCIAS DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO", esto es por haber incurrido en mora en el pago de sus obligaciones por tres meses o más pensiones consecutivas; por lo que se dispone que la referida estación deje de operar y que la frecuencia 94.9 MHz, matriz de la ciudad de Quinindé, provincia de Esmeraldas, sea revertida al Estado. [...]"

Mediante documento N° ARCOTEL-DEDA-2019-001707-E de 21 de enero de 2019, el señor Juan Carlos Villagómez Hurtado, permisionario de la estación de radiodifusión sonora FM denominada "ESTEREO QUININDE FM", 94.9 solicita se suspenda la ejecución de la Resolución N° ARCOTEL-2018-1113 de 24 de diciembre de 2018 y señala:

"[...] Por lo expuesto.... Se declare la SUSPENSIÓN DE LA EJECUCIÓN DE LA RESOLUCIÓN IMPUGNADA [...]"

II. COMPETENCIA Y FUNDAMENTOS JURÍDICOS

2.1. COMPETENCIA

El artículo 147 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones-LOT establece que la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones será dirigida y administrada por el Director Ejecutivo, autoridad administrativa que ejercerá sus competencias de acuerdo con lo establecido en la Ley, su Reglamento General y las normas técnicas, planes generales y reglamentos que emita el Directorio; y, en general, de acuerdo con lo establecido en el ordenamiento jurídico vigente.

El artículo 148 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones señala que el Director Ejecutivo tiene competencia para: (...) "11. Aprobar la normativa interna, suscribir los contratos y emitir los actos

Pág. 116
RV

Dirección: Av. Diego de Almagro N31-95 entre Whymper y Alpillana • Código Postal: 170518 / Quito - Ecuador • Teléfono: 593-2 294-780



RESUELVE:

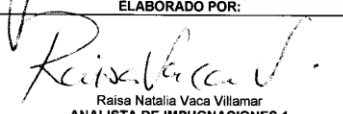
Artículo 1.- AVOCAR conocimiento y acoger el Informe Jurídico No. ARCOTEL-CJDI-2019-00011 de 24 de enero de 2019.

Artículo 2.- NEGAR la solicitud de Suspensión de la Ejecución de la Resolución N° ARCOTEL-2018-1113 de 21 de diciembre de 2018, solicitada por el señor Juan Carlos Villagómez Hurtado, permisionario de la estación de radiodifusión sonora FM denominada "ESTEREO QUININDE FM", 94.9 a través de documento N° ARCOTEL-DEDA-2019-001707-E.

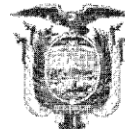
Artículo 3.- DISPONER que la Unidad de Gestión Documental y Archivo de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones notifique el contenido de este acto administrativo al señor Juan Carlos Villagómez Hurtado, permisionario de la estación de radiodifusión sonora FM denominada "ESTEREO QUININDE FM", 94.9, en el casillero Judicial Nro. 551 de la ciudad de Quito; y, al correo electrónico faustosalgadoq@hotmail.com; normicev75@gmail.com; a la Coordinación General Jurídica; a la Coordinación General Administrativa Financiera, a la Coordinación Técnica de Títulos Habilitantes, Dirección Técnica de Control del Espectro Radioeléctrico; a la Dirección de Impugnaciones de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, ARCOTEL, para los fines pertinentes. Notifíquese y Cúmplase.-

Dada y firmada en el Distrito Metropolitano de Quito, a 24 ENO 2019

Ab. Jorge Eduardo Carrión Pazmiño
POR DELEGACIÓN DEL DIRECTOR EJECUTIVO
AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS TELECOMUNICACIONES
ARCOTEL

ELABORADO POR:

Raisa Natalia Vaca Villamar
ANALISTA DE IMPUGNACIONES 1

AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL
DE LAS TELECOMUNICACIONES



EL GOBIERNO
DE TODOS

RESOLUCIÓN ARCOTEL-2019- 0667

LA AGENCIA DE REGULACION Y CONTROL DE LAS TELECOMUNICACIONES

ARCOTEL

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución de la República del Ecuador, publicada en el Registro Oficial No. 449 de 20 de octubre de 2008, manda:

“Art. 76.- En todo proceso en el que se determinen derechos y obligaciones de cualquier orden, se asegurará el derecho al debido proceso que incluirá las siguientes garantías básicas:

1. Corresponde a toda autoridad administrativa o judicial, garantizar el cumplimiento de las normas y los derechos de las partes.

(...)

3. Nadie podrá ser juzgado ni sancionado por un acto u omisión que, al momento de cometerse, no esté tipificado en la ley como infracción penal, administrativa o de otra naturaleza; ni se le aplicará una sanción no prevista por la Constitución o la ley. Sólo se podrá juzgar a una persona ante un juez o autoridad competente y con observancia del trámite propio de cada procedimiento.

(...)

7. El derecho de las personas a la defensa incluirá las siguientes garantías:

a) Nadie podrá ser privado del derecho a la defensa en ninguna etapa o grado del procedimiento.

(...)

h) Presentar de forma verbal o escrita las razones o argumentos de los que se crea asistida y replicar los argumentos de las otras partes; presentar pruebas y contradecir las que se presenten en su contra.

(...)

l) Las resoluciones de los poderes públicos deberán ser motivadas. No habrá motivación si en la resolución no se enuncian las normas o principios jurídicos en que se funda y no se explica la pertinencia de su aplicación a los antecedentes de hecho. Los actos administrativos, resoluciones o fallos que no se encuentren debidamente motivados se considerarán nulos. Las servidoras o servidores responsables serán sancionados.”.

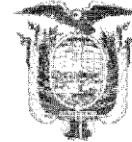
“Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley: 1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.”.

“Art. 226.- Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución.”.

“Art. 261.- El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre: (...) 10. El espectro radioeléctrico y el régimen general de comunicaciones y telecomunicaciones (...).”.

“Art. 313.- El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.



"(...) criterio que sirvió para negar las peticiones presentadas por los concursantes mencionados".

No es factible aceptar la petición del señor JORGE WASHINGTON ZAMBRANO GARCÉS de: "adjunto sírvase encontrar mi declaración juramentada otorgada en la Notaría Primera del cantón Quinindé, en la cual indico "... que no me encuentro inmerso en las prohibiciones establecidas en el artículo trescientos doce (art. 312) de la Constitución de la República del Ecuador...". En tal virtud no es admisible tal justificación del cargo imputado en su contra.

Finalmente, respecto a lo señalado por el administrado, al citar textualmente el artículo 256 del Código Orgánico Administrativo, con base al cual solicita que en razón de que la carga de la prueba le corresponde a la Administración Pública, se requiera a las instituciones certifiquen si a la presente fecha es parte de alguna entidad financiera, cabe indicar que dicho artículo se encuentra dentro del Libro Tercero "PROCEDIMIENTOS ESPECIALES" TÍTULO I "PROCEDIMIENTO SANCIONADOR", que no corresponde al caso materia de este análisis.

Con lo manifestado se demuestra que el proceso de terminación iniciado en contra del señor JORGE WASHINGTON ZAMBRANO GARCÉS es procedente y por consiguiente la Autoridad de Telecomunicaciones en este caso ha actuado de manera legítima y motivada en estricto cumplimiento de la Constitución de la República del Ecuador, especialmente del artículo 76 que salvaguarda el legítimo derecho a la defensa y el cumplimiento del debido proceso.

Se ha observado y se ha garantizado los derechos de protección relativos al debido proceso y a la seguridad jurídica; y, en cumplimiento a lo que establece el "REGLAMENTO PARA OTORGAR TÍTULOS HABILITANTES PARA SERVICIOS DEL RÉGIMEN GENERAL DE TELECOMUNICACIONES Y FRECUENCIAS DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO", el procedimiento administrativo es válido, correspondiendo concluir el mismo, según lo dispuesto en los artículos 200 y 201 del citado Reglamento.

4. CONCLUSIÓN:

En orden a los antecedentes, fundamentos jurídicos y análisis expuestos, esta Dirección Técnica de Títulos Habilitantes del Espectro Radioeléctrico considera que, el señor JORGE WASHINGTON ZAMBRANO GARCÉS pretende a la fecha 06 de mayo de 2019, entregar un requisito que debió ser presentado hasta el 15 de julio de 2016; razón por la cual, se estima que no desvirtúa el incumplimiento cometido; por lo que corresponde a la Administración Pública rechazar los argumentos de defensa presentados por el señor JORGE WASHINGTON ZAMBRANO GARCÉS, ingresados en esta Agencia con documento No. ARCOTEL-DEDA-2019-007798-E de 06 de mayo de 2019; y, en consecuencia dar por terminado el título habilitante suscrito el 05 de abril de 2017, con el señor JORGE WASHINGTON ZAMBRANO GARCÉS, de la estación de radiodifusión sonora FM denominada "RADIO MAGIA SATELITAL", frecuencia 88.1 MHz, para servir a Rosa Zarate, cantón Quinindé; en aplicación a lo previsto en el artículo 112, numerales 6 y 10 de la Ley Orgánica de Comunicación; artículo 47 numeral 3 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; artículo 21 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; y, artículos 199, 200 y 201 del "REGLAMENTO PARA OTORGAR TÍTULOS HABILITANTES PARA SERVICIOS DEL RÉGIMEN GENERAL DE TELECOMUNICACIONES Y FRECUENCIAS DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO"; por lo que debe disponer que la referida estación deje de operar y que la frecuencia sea revertida al Estado.

En ejercicio de sus atribuciones,

RESUELVE:

ARTÍCULO UNO.- Avocar conocimiento del contenido del escrito de defensa presentado por el señor JORGE WASHINGTON ZAMBRANO GARCÉS, ingresado en esta Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones con trámite No. ARCOTEL-DEDA-2019-007798-E de 06 de mayo de 2019; y,

Anexo 21. Listado de los Sistemas de audio y video por suscripción autorizados en el cantón Quinindé (Arcotel)

Provincia/Cantón	Modalidad	Concesionario	Representante Legal	Nombre del Sistema	Área Cobertura	Ciudad de la Cabecera	Fecha Inicio Contrato	Fecha Vencimiento contrato	Canal o Frecuencia
Esmeraldas/Quinindé	Televisión por cable	Digital Cable S.A.	Obando Bolaños Elias Emiliano	Digital Cable Quinindé	Quinindé	Rosa Zárate (Quinindé)	26/06/2009	26/06/2019	Canal 10
Esmeraldas/Quinindé	Televisión por cable	Megavision Cable S.A.	Cedeño Sussmann Pierre Emerson	Megavision Cable	Quinindé y la Concordia	Rosa Zárate (Quinindé)	05/02/2016	05/02/2031	Canal 7
Esmeraldas/Quinindé	Frecuencia Modulada	Zambrano Garcés Jorge Washinton	Zambrano Garcés Jorge Washinton	Radio Magia Satelital	Quinindé	Rosa Zárate (Quinindé)			88.1 FM
Esmeraldas/Quinindé	Frecuencia Modulada	Villagómez Hurtado Juan Carlos	Villagómez Hurtado Juan Carlos	Estéreo Quinindé	Quinindé	Rosa Zárate (Quinindé)			94.9 FM

Anexo 22. Registro de los medios de comunicación de Quinindé (Supercias)

Administradores de la Compañía

Administradores Actuales (Click en nombre de la persona para ver en que otras compañías es administrador)

Identificación	Nombre	Nacionalidad	Cargo	Fecha Nombramiento	Periodo	Fecha Registro Mercantil	Artículo	N° Registro Mercantil	RL/ADM
1712109220	CEDEÑO SUSSMANN PIERRE EMERSON	ECUADOR	GERENTE GENERAL	2017-12-14	3	2017-12-18	22	65	RL
0801136557	TORRES PLUS VERONICA CARLA	ECUADOR	PRESIDENTE	2017-12-14	3	2017-12-18	21	64	SRL

Administradores Salientes

Identificación	Nombre	Nacionalidad	Cargo	Fecha Nombramiento	Periodo	Fecha Registro Mercantil	Artículo	N° Registro Mercantil	RL/ADM
0801136557	TORRES PLUS VERONICA CARLA	ECUADOR	PRESIDENTE	2014-11-27	3	2014-12-15	90	21	SRL
1712109220	CEDEÑO SUSSMANN PIERRE EMERSON	ECUADOR	GERENTE GENERAL	2014-11-27	3	2014-12-15	89	22	RL

appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=183434&tipo=1

¿Necesita Ayuda?
Presione Aquí.

Árbol Accionario de Personas

Puede usar click derecho sobre un registro del árbol accionario para ver más opciones.

N°	Identificación	Nombre	Nacionalidad	Tipo Inversión	Capital	Restricción
1	0802488355	BARCIA TORRES LUZ MARIA	ECUADOR	NACIONAL	240.0000	N
2	0801136557	TORRES PLUAS VERONICA CARLA	ECUADOR	NACIONAL	560.0000	N

12:53
domingo
02/02/2020

appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=183434&tipo=1

¿Necesita Ayuda?
Presione Aquí.

INFORMACIÓN ESTADOS FINANCIEROS DE LA COMPAÑÍA

Estado Situación | Estado Resultados | Estado Flujos Efectivos | Estados Cambios Patrimonios

Estado Financiero correspondiente al año: 2018

Código de la Cuenta Contable	Nombre de la Cuenta Contable	Valor
620	VALOR RAZONABLE CON CAMBIOS EN OTRO RESULTADO INTEGRAL	
621	GANANCIAS Y PERDIDAS ACUMULADAS POR LA CONVERSION DE ESTADOS FINANCIEROS DE UN NEGOCIO EN EL EXTRANJERO	0.00
622	GANANCIAS Y PERDIDAS ACTUARIALES ACUMULADAS	0.00
623	LA PARTE EFECTIVA DE LAS GANANCIAS Y PERDIDAS DE LOS INSTRUMENTOS DE COBERTURA EN UNA COBERTURA DE FLUJOS DE EFECTIVO	0.00
624	OTROS RESULTADOS INTEGRALES	0.00
625	DIVIDENDOS DECLARADOS (DISTRIBUIDOS) A FAVOR DE TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL EN EL EJERCICIO FISCAL (INFORMATIVO)	0.00
626	DIVIDENDOS PAGADOS (LIQUIDADOS) A TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL EN EL EJERCICIO FISCAL (INFORMATIVO) EN EL EJERCICIO FISCAL (INF	0.00
698	TOTAL PATRIMONIO NETO	371,768.39
699	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	443,984.89

12:58
domingo
02/02/2020

appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=183434&tipo=1

¿Necesita Ayuda?
Presione Aquí.

KARDEX DE ACCIONISTAS

Identificación	Nombre	Transacción	Fecha de Resolución	Tipo Inversión	Valor
0801136557	TORRES PLUAS VERONICA CARLA	CONSTITUCIÓN	2015-01-09	NACIONAL	480.00
0802488355	BARCIA TORRES LUZ MARIA	CONSTITUCIÓN	2015-01-09	NACIONAL	320.00
				SUBTOTAL:	800.00
0801136557	TORRES PLUAS VERONICA CARLA	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2015-08-19	NACIONAL	-480.00
0800026489	BARCIA MOLINA CARLOS SIMON	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2015-08-19	NACIONAL	-480.00
0802488355	BARCIA TORRES LUZ MARIA	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2015-08-19	NACIONAL	-80.00
0800026489	BARCIA MOLINA CARLOS SIMON	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2015-08-19	NACIONAL	80.00
				SUBTOTAL:	0.00
0802488355	BARCIA TORRES LUZ MARIA	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2018-08-28	NACIONAL	-200.00
0801136557	TORRES PLUAS VERONICA CARLA	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2018-08-28	NACIONAL	200.00
0800026489	BARCIA MOLINA CARLOS SIMON	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2018-08-28	NACIONAL	-590.00
0802488355	BARCIA TORRES LUZ MARIA	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2018-08-28	NACIONAL	590.00
				SUBTOTAL:	0.00
0802488355	BARCIA TORRES LUZ MARIA	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2018-09-03	NACIONAL	-360.00
0801136557	TORRES PLUAS VERONICA CARLA	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2018-09-03	NACIONAL	360.00
				SUBTOTAL:	0.00
				TOTAL	800.00

13:03
domingo
02/02/2020

Administradores de la Compañía

ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA

Administradores Actuales (Click en nombre de la persona para ver en que otras compañías es administrador)

Identificación	Nombre	Nacionalidad	Cargo	Fecha Nombramiento	Periodo	Fecha Registro Mercantil	Artículo	N° Registro Mercantil	RL/ADM
2350233892	TORRES ROMERO JESSICA VERONICA	ECUADOR	GERENTE GENERAL	2019-08-21	4	2019-08-26	25	14241	RL
0700013113	ECHVERRIA MARQUEZ KLEBER EDUARDO	ECUADOR	PRESIDENTE	2008-03-07	4	2008-03-18	26	2829	ADM

Imprimir

Administradores Salientes

Identificación	Nombre	Nacionalidad	Cargo	Fecha Nombramiento	Periodo	Fecha Registro Mercantil	Artículo	N° Registro Mercantil	RL/ADM
0803064229	OBANDO BOLAÑOS ELIAS EMILIANO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	2015-09-12	4	2015-10-01	15214	25	RL
0803222678	ECHVERRIA LITUMA DANILO PATRICIO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	2013-08-07	4	2013-09-06	12965	25	RL
1716022262	ECHVERRIA LITUMA KLEBER EDUARDO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	2012-03-26	4	2012-04-09	4557	25	RL
1716022262	ECHVERRIA LITUMA KLEBER EDUARDO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	2008-03-07	4	2008-03-18	2830	25	RL

Imprimir

Información General de la Compañía

INFORMACIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA

Información General

Expediente	159503	Nombre Comercial		Ruc	1792128927001
Fecha de Constitución	2008-03-06	Nacionalidad	ECUADOR	Plazo Social	2108-03-06
Tipo Compañía	ANONIMA	Oficina de Control	QUITO	Situación Legal	ACTIVA

Ubicación

Contactos

Información Adicional

Actividad Económica

Capital a la Fecha

Imprimir

Arbol Accionario de Personas


ARBOL ACCIONARIO DE PERSONAS

Puede usar click derecho sobre un registro del arbol accionario para ver mas opciones.

N°	Identificación	Nombre	Nacionalidad	Tipo Inversión	Capital	Restricción
1	0700013113	ECHVERRIA MARQUEZ KLEBER EDUARDO	ECUADOR	NACIONAL	560 0000	N
2	1801418482	VELASCO ECHVERRIA RODRIGO VINICIO	ECUADOR	NACIONAL	240 0000	S

[SUPERCIAS](#) |
 [Sistema Portal de Información S...](#) |
 [Andrés Cepeda - Mejor Que a T...](#) |
 [Portal - Servicio de Rentas Inter...](#)

[appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=159503&tipo=1](#)


¿Necesita Ayuda? Presione Aquí.

Kardex de Accionistas

Identificación	Nombre	Transacción	Fecha de Resolución	Tipo Inversión	Valor
1801418482	VELASCO ECHEVERRIA RODRIGO VINICIO	CONSTITUCION	2008-02-18	NACIONAL	240.00
1716022282	ECHEVERRIA LITUMA KLEBER EDUARDO	CONSTITUCION	2008-02-18	NACIONAL	-480.00
0700013113	ECHEVERRIA MARQUEZ KLEBER EDUARDO	CONSTITUCION	2008-02-18	NACIONAL	80.00
SUBTOTAL:					800.00
1716022282	ECHEVERRIA LITUMA KLEBER EDUARDO	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2013-07-26	NACIONAL	-480.00
0700013113	ECHEVERRIA MARQUEZ KLEBER EDUARDO	TRANSFERENCIA DE ACCIONES	2013-07-26	NACIONAL	480.00
SUBTOTAL:					0.00
TOTAL					800.00

13:16 domingo 02/02/2020

Correo - Entrada x SUPERCIAS x Portal de Compañías SCVS x

apps cvs1.supercias.gob.ec/portalCia/contenedor.zul?param=fGwjShg5MdM9-8Kqe2tCRp4n8u8LoTWSxYDAYwWOOEHeFIZ7eGd1LmN

SW Update
Not installing the software may lead to problems with using your system. Open SW...

INFORMACIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA

Información General

Expediente	176745	Nombre Comercial		Ruc	0891743459001
Fecha de Constitución	2014-03-27	Nacionalidad	ECUADOR	Plazo Social	2064-03-27
Tipo Compañía	ANÓNIMA	Oficina de Control	QUITO	Situación Legal	DISOLUC. LIQUIDAC. OFICIO

Ubicación

Contactos

Información Adicional

Actividad Económica

Objeto Social: Dedicarse a la prestación de servicio de radiodifusión sonora FM, en general podrá realizar toda clase de actos y contratos civiles y mercantiles....

Ciú Actividad Nivel 2	J60	Descripción	ACTIVIDADES DE PROGRAMACION Y TRANSMISION.
Ciú Operación Principal	J6010.01	Descripción	ACTIVIDADES DE EMISION DE SEÑALES DE AUDIOFRECUENCIA A TRAVES DE ESTUDIOS

Capital a la Fecha

Imprimir

8:49 02/09/2020

Correo - Entrada x SUPERCIAS x Portal de Compañías SCVS x

apps cvs1.supercias.gob.ec/portalCia/contenedor.zul?param=fGwjShg5MdM9-8Kqe2tCRp4n8u8LoTWSxYDAYwWOOEHeFIZ7eGd1LmNuzXNJL

INFORMACIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA

Información General

Expediente	176745	Nombre Comercial		Ruc	0891743459001
Fecha de Constitución	2014-03-27	Nacionalidad	ECUADOR	Plazo Social	2064-03-27
Tipo Compañía	ANÓNIMA	Oficina de Control	QUITO	Situación Legal	DISOLUC. LIQUIDAC. OFICIO

Ubicación

Contactos

Información Adicional

Actividad Económica

Objeto Social: Dedicarse a la prestación de servicio de radiodifusión sonora FM, en general podrá realizar toda clase de actos y contratos civiles y mercantiles....

Ciú Actividad Nivel 2	J60	Descripción	ACTIVIDADES DE PROGRAMACION Y TRANSMISION.
Ciú Operación Principal	J6010.01	Descripción	ACTIVIDADES DE EMISION DE SEÑALES DE AUDIOFRECUENCIA A TRAVES DE ESTUDIOS

Capital a la Fecha

Capital suscrito	800	Capital Autorizado	1.600	Valor Nominal	1
------------------	-----	--------------------	-------	---------------	---

Imprimir

8:50 02/09/2020