

EDITION DW AKADEMIE

#2016

MEDIA DEVELOPMENT STUDIES

Panorama de los medios en Ecuador

Sistema informativo y actores implicados

EDITION DW AKADEMIE #2016

MEDIA DEVELOPMENT STUDIES

Panorama de los medios en Ecuador

Sistema informativo y actores implicados

Mirjam Gehrke, Nelsy Lizarazo, Patricia Noboa, David Olmos, Oliver Pieper

Aviso legal

EDITORIAL

Deutsche Welle
53110 Bonn
Germany

RESPONSABLE

Director Christian Gramsch

AUTORES

Mirjam Gehrke
Nelsy Lizarazo
Patricia Noboa
David Olmos
Oliver Pieper

EDITOR

Rodrigo Villarzú

DISEÑO

Programming/Design

FECHA DE PUBLICACIÓN

Abril 2016

© DW Akademie
Con el auspicio de



Contenido

Prólogo	5	8. Condiciones de trabajo	42
Resumen ejecutivo	6	8.1 Ética	43
1 Panorama de medios	9	8.2 Autocensura	43
1.1 Historia de la prensa	9	8.3 Agresiones contra periodistas	44
1.2 Historia de la radio	10	8.4 Libertad de prensa	44
1.3 Historia de la televisión	11	8.5 Condiciones de trabajo	46
1.4 Medios públicos/estatales	12	8.6 Continuidad, flexibilidad y rotación	46
1.5 Medios privados	13	8.7 Calidad de la información	46
1.6 Medios comunitarios	14	9. Formación periodística	47
1.7 Concentración de medios, adjudicación de frecuencias	17	9.1 Formación, capacitación y perfeccionamiento	47
2 Consumo de medios	18	9.2 Formación universitaria	48
2.1 Consumo televisivo	19	9.3 Profesionalización de comunicadores empíricos	51
2.2 Consumo de radio	20	9.4 Minorías	51
2.3 Consumo de medios gráficos	20	10. Actividades en el marco de acuerdos de cooperación	52
3. Los medios de comunicación y la sociedad	21	10.1 ONGs	52
3.1 Percepción de los medios	22	10.2 Cooperación bilateral con Alemania	53
3.2 Grupos vulnerables	22	10.3 Cooperación internacional	55
3.3 Ámbitos de la información y selección de temas	24	10.4 Cooperación multilateral	55
4. Legislación	25	10.5 Ámbito nacional, con énfasis en las minorías	56
4.1 La Ley Orgánica de Comunicación (LOC)	25	11. Bibliografía e índice de fuentes	57
4.2 El 14 de junio de 2013	25
4.3 Reacciones	26		
4.4 Los artículos más importantes de la LOC y su relevancia	27		
4.5 Regulación estatal, adjudicación de licencias y frecuencias	33		
5. Grupos de interés, fundaciones y redes	34		
5.1 Asociaciones de periodistas y sindicatos	34		
5.2 Asociaciones de medios comunitarios	35		
6. Contexto económico	36		
6.1 El mercado de la publicidad	36		
6.2 Publicidad de empresas extranjeras	38		
7. Tecnología	38		
7.1 Los hogares ecuatorianos y la tecnología	39		
7.2 Acceso a Internet	40		
7.3 Telefonía móvil	41		
7.4 Ampliación de la infraestructura	42		

Prólogo

El 14 de junio de 2013, el Parlamento de Ecuador aprobó la Ley Orgánica de Comunicación. Pero, ya antes de que pasara por la Asamblea Nacional, la ley venía polarizando la opinión pública: por un lado, sus defensores argumentaban que el texto garantiza un reparto equitativo de las frecuencias del espacio radioeléctrico, puesto que favorece sobre todo al sector de los medios comunitarios, y que supone una mejora de la calidad periodística, ya que somete la cobertura informativa a ciertos estándares; por otro lado, los detractores veían en el documento una ley mordaza que fomenta la (auto)censura y sentencia a muerte al periodismo de investigación al entregarle al Estado importantes instrumentos de control y castigo que cohiben el libre ejercicio del periodismo. También a nivel internacional la aprobación de la ley fue recibida con marcado escepticismo y abierta crítica.

La libertad de expresión y el libre acceso a la información son derechos universales que sustentan, orientan e inspiran el trabajo de la DW Akademie. Buscamos fortalecer el periodismo de calidad en América Latina. En Ecuador, apoyamos con especial interés los medios comunitarios. De ahí que para la labor in situ de DW Akademie haya sido siempre y siga siendo de gran importancia determinar la repercusión de la LOC en el ejercicio periodístico diario, así como el status quo previo a la entrada en vigor de esta ley.

En Ecuador escasean tanto los análisis de los medios de comunicación privados, públicos o comunitarios, como del consumo mediático o de la formación periodística. Los pocos datos disponibles han impedido que se puedan realizar estudios complejos y exhaustivos. El presente informe se centra en Ecuador y pretende profundizar modestamente en la percepción y comprensión del panorama mediático de este país latinoamericano, a fin de facilitar el entendimiento de la situación actual y permitir ajustar las actividades, los proyectos y los procesos a las necesidades reales de este ámbito.

Este informe, que se terminó de editar en diciembre de 2015, es un primer paso en la investigación empírica de DW Akademie en Ecuador, así como en el análisis de las consecuencias de la LOC para los medios comunitarios y para la redistribución de las frecuencias de radio y televisión conforme a la nueva legislación. Por este motivo hemos prescindido de realizar un estudio de campo. La intención de este informe es que se comprenda mejor el Ecuador mediático, ofreciendo así un punto de partida imprescindible para la cooperación en el sector de los medios.

Rodrigo Villarzú
Director del Departamento América Latina DW Akademie
Abril 2016

Resumen ejecutivo

Panorama de medios

La mayor parte de los medios de comunicación se concentra en la región Sierra, el 40% está en la Costa y solo el 10% en la poco poblada Amazonía. Los medios más influyentes están en las áreas metropolitanas de Quito (Sierra) y Guayaquil (Costa). Casi el 95% de los medios está en manos privadas. Los principales actores de los medios ecuatorianos son los grupos El Universo (medios gráficos, radio y televisión), El Comercio (medios gráficos y radio) y Fidel Egas (medios gráficos y televisión). Desde 2007, el Gobierno de Rafael Correa invirtió mucho dinero en la fundación de medios públicos o estatales (Ecuador TV, el periódico *El Telégrafo*, la Radio Pública del Ecuador, la agencia de noticias Andes).

Este panorama se verá modificado significativamente en los próximos años: la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada en junio de 2013, establece la asignación del 33% de las frecuencias de radio y televisión a medios privados y estatales respectivamente, y del 34% a los medios comunitarios.

Consumo de medios

Mientras la televisión es el medio preferido en las ciudades ecuatorianas, la radio sigue siendo la fuente de información número uno en las zonas rurales. La mitad de la información televisiva trata de temas provinciales y la otra mitad, de temas de orden nacional y local. Los temas internacionales apenas tienen un papel secundario. La radio difunde esencialmente información acerca de temas locales. La prensa escrita está liderada por el tabloide *Extra* y por los diarios *El Universo* y *El Comercio*.

Los medios de comunicación y la sociedad

La reputación de los periodistas en Ecuador no es particularmente buena. El 46,85% de la población los considera corruptos, y apenas un poco más, el 49,95%, los califica de fiables. En términos generales, un 51,74% de la población considera a los medios de comunicación corruptos y solamente el 45,35% de la población los percibe como fiables.

Entre el Gobierno de Rafael Correa y las empresas de medios privadas hay fuertes conflictos, ya que el presidente cuestiona constantemente su fiabilidad. La organización Reporteros sin Fronteras constata una gran polarización de los medios ecuatorianos repartidos entre afines al oficialismo y críticos a él.

Los medios gráficos se ocupan mucho más de los grupos vulnerables que la radio y la televisión, mientras que los medios comunitarios dan un valor especial a las producciones mediáticas para los grupos vulnerables y lo hacen diariamente con

información y reportajes sobre indígenas, afroecuatorianos, montubios, migrantes, refugiados, mujeres y jóvenes. Las lenguas indígenas, al menos en los medios privados nacionales, casi no tienen presencia. Solamente el 22% de los medios dispone de un programa en esas lenguas.

La cooperación de medios comunitarios con la difusión del kichwa más allá de las fronteras del país es especialmente impulsada por la red Corape, que une a emisoras indígenas de Ecuador, Perú y Bolivia por medio de la Red Quechua.

Grupos de intereses, fundaciones y redes

Las organizaciones profesionales nacionales son la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (Fenape) y la Unión Nacional de Periodistas (UNP). A los periodistas ecuatorianos les resulta casi imposible afiliarse a sindicatos o asociaciones periodísticas. Tres de cada cuatro periodistas confirman que esto no es posible en sus empresas. Las dificultades comienzan por los requisitos de ingreso, ya que tanto el Colegio de Periodistas de Pichincha como la Unión Nacional de Periodistas exigen un título universitario para asociarse.

En el ámbito de los medios comunitarios hay que mencionar especialmente a la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (Corape). Esta red brinda un importante apoyo a las radios comunitarias y tiene a sus 34 miembros distribuidos en tres redes.

Contexto económico

Casi un tercio de los medios de comunicación ecuatorianos, 30,43%, pertenece a un grupo de medios o a un grupo económico. Según un informe de la empresa Infomedia (Información de Medios S.A.), el Gobierno es, con una participación del 6,4%, el mayor anunciante en los medios. Según estimaciones del diario *El Comercio*, en el año 2010 el Gobierno invirtió 40 millones de dólares en publicidad. El Estado está presente especialmente en la televisión: la inversión estatal en publicidad fue destinada mayoritariamente, en un 71%, a este medio audiovisual. La regulación de la publicidad para emisoras públicas fue modificada mediante la Ley Orgánica de Comunicación. El artículo 60 establece que los medios públicos pueden publicitar, pero que la inversión en publicidad no debe superar el 30% de su presupuesto.

Tecnología

El proceso de digitalización de la televisión llegará a su fin presumiblemente en 2018. El estándar es el ISDBTB. La televisión pública ya cubre, con estas nuevas tecnologías, todo el territorio nacional.

Los medios del sector privado y público están dotados del más moderno equipamiento y lo usan para mantener un contacto interactivo con su público. El desarrollo de la correspondiente infraestructura para las nuevas ofertas digitales ya ha comenzado. Las universidades Escuela Politécnica Nacional del Ecuador, Escuela Politécnica del Ejército, Universidad de Cuenca y la Escuela Politécnica del Litoral desarrollarán con ayuda de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) aplicaciones que permitan a los usuarios comunicarse con la televisión digital. En los medios comunitarios las nuevas tecnologías están menos difundidas debido a la escasez de fondos y tienen, además, escaso alcance.

Más de dos millones de hogares del Ecuador carecen de conexión telefónica. En 2011 había aún casi tres millones de hogares sin computadora.

Según el Ministerio de Telecomunicaciones (Mintel), la penetración de Internet en el país se ha multiplicado por nueve, del 6,14 % en 2006 al 55 % en 2013.

La búsqueda de información, la comunicación a través de las redes sociales y el uso del correo electrónico son las principales actividades en la red. Se puede observar un proceso de aprendizaje y alfabetización digital de los usuarios: los contenidos son analizados con mayor frecuencia y reciben cada vez más comentarios. Las redes sociales y servicios como *Whatsapp*, *Facebook Messenger* y *Twitter* reemplazan cada vez más aplicaciones como el *Instant Messenger* y el *chat*. *Facebook*, con unos 5,5 millones de usuarios, sigue siendo la red social número uno de Ecuador. El uso de banda ancha registra, en comparación con otros países de la región, un crecimiento muy pronunciado. El 46,6 % de los ecuatorianos posee un teléfono móvil. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el año 2012 el 12,2 % de los usuarios de un teléfono móvil tenía un celular inteligente (smartphone).

Condiciones de trabajo

Según una investigación de la ONG Fundamedios la autocensura es una de las mayores amenazas contra la libertad de expresión en Ecuador. El 40 % de los periodistas reconoce que la autocensura es una realidad. El estudio de Fundamedios llega a la conclusión de que en los medios públicos se concede poco espacio a la opinión de la oposición. Según datos de responsables de medios, en la práctica los periodistas suelen sufrir amenazas. Sobre la valoración que hacen de la libertad de expresión en Ecuador, la mayoría de los periodistas responde en la encuesta de Fundamedios que hay grandes limitaciones y que son amenazados especialmente por el Estado.

En cuanto a la calidad de la información, según un estudio de Bonilla Soria (2013), el 45 % de los periodistas cree que ha mejorado en los últimos años. Los motivos son: mejores condicio-

nes laborales en cuanto a la implementación técnica, salarios más elevados, más oportunidades laborales, mejores posibilidades tecnológicas, un mayor sentido de responsabilidad social y una mejor formación.

Formación periodística

Según declaran los periodistas, las empresas informativas ofrecen posibilidades de capacitación. De acuerdo a los propios medios de comunicación, estas actividades de perfeccionamiento apuntan especialmente al periodismo de investigación en el 100 % de las emisoras de televisión. Temas como la ética, las nuevas tecnologías y la seguridad en la red tienen según los periodistas una menor presencia. La cooperación entre universidades y empresas de medios permite organizar actividades de capacitación para periodistas.

La calidad de la formación universitaria de los periodistas en Ecuador es objeto de severas críticas. Por un lado, los periodistas afirman que la formación periodística les da poca preparación práctica a los estudiantes para el ejercicio posterior de la profesión y que los docentes carecen de experiencia periodística y de conocimientos sobre la metodología necesaria. Por otro lado, los docentes critican que la mayoría de los estudiantes carece de estímulos y es demasiado exigente con el material de lectura, investiga poco, no es consciente de los esfuerzos que conlleva la profesión y concibe el periodismo solo como una posibilidad para *alcanzar la fama*.

En Ecuador se observa una tendencia a reorientar las carreras de Ciencias de la Comunicación hacia las Relaciones Públicas. La mayor oferta formativa para comunicadores sociales en Ecuador se encuentra actualmente en las universidades privadas.

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) apunta a mejorar, afianzar y profesionalizar la formación universitaria de los periodistas. Establece una duración de cuatro años para la formación y que en el futuro solo aquellos estudiantes egresados con un título de Periodismo puedan trabajar en los medios de comunicación. Los periodistas que no cuenten con dicho título, tienen un plazo hasta el año 2019 para obtenerlo. Se espera, por lo tanto, que en los próximos años aumente considerablemente la cifra de estudiantes de Periodismo.

Como consecuencia de la Ley de Educación Superior se están sometiendo a examen todas las carreras universitarias, incluida también la de Ciencias de la Comunicación. Esto implica que todas las carreras deben ofrecer una cierta cantidad de seminarios, por ejemplo, de Historia, Lengua, Política, etc. La ley, sin embargo, no prevé aumentar la cantidad de prácticas en la formación periodística.

Procesos políticos, sociales y mediáticos

En su primera campaña electoral de 2006, Rafael Correa tenía a la élite conservadora de los medios de comunicación en su contra. A pesar de ello ganó las elecciones. A partir de 2007, desde la presidencia, Correa inició un proceso de reestructuración y democratización del sistema de medios del país con el fin de terminar con la por él denominada *anarquía mediática*. El objetivo del Gobierno es acabar con los monopolios de empresas de comunicación privadas pertenecientes a la arraigada élite financiera y empresarial. La fundación de medios estatales, la expropiación y el control de medios privados, así como el fomento del sector comunitario son factores que contribuyen a una mayor competencia en el sector de la comunicación.

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC)

En las elecciones presidenciales y parlamentarias de febrero de 2013, el partido oficialista, Alianza País, obtuvo una amplia mayoría con cien escaños de un total de 137 en la Asamblea Nacional. Esto permitió allanar el camino hacia la Ley Orgánica de Comunicación, que encabezaba la lista de prioridades del presidente Rafael Correa.

El 14 de junio de 2013 el parlamento ecuatoriano aprobó los 119 artículos de la LOC. Acompañado de eslóganes como «La palabra ya es nuestra», el Gobierno y movimientos sociales afines al presidente Correa celebraron este hecho con fiestas y movilizaciones en todo el país. La oposición en Ecuador, así como las organizaciones no gubernamentales internacionales, sin embargo, reaccionaron con indignación y críticas masivas, considerando el nuevo reglamento una ley mordaza.

La LOC es considerada positiva sobre todo por los grupos y movimientos sociales. Especialmente la redistribución de las frecuencias fue bien recibida. La ley prevé que hasta el año 2019 se haya distribuido un 33 % de las frecuencias a medios privados y públicos respectivamente y, un 34 % a medios comunitarios. La ley fortalece además los derechos laborales de los periodistas, así como la posición de la industria nacional de la música, la publicidad y el cine, que podrían recibir un importante impulso. Sin embargo, la ley ha sido duramente criticada por organizaciones internacionales de Derechos Humanos, que ven en las disposiciones legales una amenaza para la libertad de expresión. También en Ecuador muchos periodistas consideran el 14 de junio de 2013 un día negro para la libertad de expresión y la libertad de prensa. La Ley de Comunicación de Ecuador considera la información un *servicio público*. Como consecuencia de esta definición, si un periodista no informa sobre hechos de *interés público* o lo hace de manera incompleta, el medio en el que trabaja podrá ser multado con una sanción de hasta diez salarios básicos unificados. La institución encargada de imponer estas medidas es la Superintendencia de la Información y Comunicación (Supertel).

El artículo 26 de la LOC tipifica el delito de *linchamiento mediático o difamación mediática*, definido como la «difusión de información que sea publicada reiterativamente con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública». El texto de la ley prohíbe a los periodistas criticar a políticos o instituciones con el fin de «reducir su credibilidad pública». Se trata de un concepto único en el mundo. No existen otras legislaciones de comunicación que contemplen este delito. El artículo 26 es el más criticado de la ley, por ser considerado un instrumento de (auto)censura.

El artículo 36 otorga a las minorías nacionales (indígenas, afroecuatorianos y montubios) el derecho a informar en su propia lengua. Además, todos los medios tienen el deber de dedicar el 5 % de su programación a estas minorías, ya sea informando sobre su cultura, sus tradiciones o sus conocimientos.

El artículo 42 es de especial relevancia, puesto que tiene el objetivo de impulsar la profesionalización de los periodistas ecuatorianos. Todos los trabajadores de medios tienen plazo hasta el año 2019 para obtener un título universitario. La ley determina que en el futuro «todas las actividades periodísticas deben ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación». Ello supone un desafío para las universidades de Ecuador, en las que faltan docentes en la especialidad de periodismo.

Un tema particularmente polémico es el marco institucional de la LOC, establecido por tres artículos. Se crean dos instancias de control a modo de comisiones reguladoras: por un lado, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom). Este organismo se compone de representantes del Gobierno, de los Consejos Nacionales de Igualdad, del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social y representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. El Cordicom es criticado con particular virulencia, ya que su jurisdicción abarca el acceso a la información, los contenidos, las frecuencias y los horarios de emisión. Por el otro lado está la Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom), que vigila y controla la información y tiene capacidad sancionatoria, es decir, que puede imponer penas en caso de supuestas infracciones. El superintendente designado es elegido de entre una terna de candidatos propuestos por el presidente. La Supercom pone en práctica lo que propone el Cordicom.

Es decir, dos autoridades estatales controlan la información en Ecuador con consecuencias probablemente negativas para la libertad de expresión y la libertad de prensa. Los cinco miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) son, sin excepción, representantes afines al Gobierno.

Los artículos 85 y 87 se refieren a los medios comunitarios. Estos son medios que funcionan explícitamente sin fines de lucro y que tienen un carácter social. El nuevo marco legal les permite expresamente generar fondos por la venta de publicidad, los cuales deben en primera instancia beneficiar al respectivo medio y después ser invertidos en proyectos sociales comunitarios.

También se establece una redistribución paulatina de las frecuencias de radio y televisión, medida que recibió los mayores aplausos: el 33% de las frecuencias se destina para los medios del estado, el 33% va para los medios privados y el 34% está destinado a los medios comunitarios. Por lo tanto, la nueva distribución de frecuencias limita de manera sensible el sector de los medios privados y fortalece a los medios comunitarios.

1. Panorama de medios

Según el Censo Nacional Económico de 2010, en Ecuador hay 4 120 periodistas y 2 114 locutores registrados. Según estadísticas de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel), en febrero de 2015 existían en el país un total de 1 115 estaciones de radio, de las cuales el 16,3% transmiten en amplitud modulada (AM), el 63,25% en frecuencia modulada (FM) y el 0,45% vía onda corta. Hay 560 canales de televisión abierta, de los cuales el 15,2% corresponde a estaciones matrices y el 84,8% a estaciones repetidoras.

Existen, además, 106 periódicos, 123 agencias de publicidad, 64 productoras audiovisuales, 57 revistas, 15 medios digitales y 12 compañías filmográficas. Desde el punto de vista geográfico, los medios se distribuyen sobre todo en las regiones Costa (40,46%) y Sierra (47,77%). En la Amazonía está registrado el 11,77% de los medios de comunicación. Estas cifras indican una clara concentración de medios en Quito, la capital política del país, y en Guayaquil, la ciudad más poblada y principal centro financiero y económico.

1.1 Historia de la prensa

El primer diario publicado en Ecuador fue el periódico *Primitias de la Cultura de Quito*, cuya primera edición impresa circuló el 5 de enero de 1792. Tuvo siete ediciones consecutivas. Fue el tercer periódico de América del Sur, después de *La Gaceta de Lima* (1743) y *El Papel Periódico de Bogotá* (1791). En 1884 fue fundado *El Telégrafo*, le siguieron *El Comercio* en 1906, y *El Universo* en 1921. Los tres diarios siguen en circulación en la actualidad.

En cuanto a la ubicación geográfica, según el *Anuario de la Comunicación de Ecuador 2011-12* de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), el 49,1% de los medios gráficos son del altiplano, el 43,9% de la costa y el 7% de la región amazónica.

La primera revista política de Ecuador apareció el 21 de diciembre de 1895: *El Hisopo de Quito*. Le siguieron una serie de publicaciones semanales que se caracterizaban por un periodismo partidista y combativo. Sin embargo, muchos de estos proyectos fueron de corta duración, como la Revista de Quito, de tendencia liberal, en circulación de 1898 hasta 1899. En 1957 nace la revista *Vistazo*: «una de las más importantes e influyentes en la historia de Ecuador», según Patricio Barraqueta, uno de los autores del *Anuario de la Comunicación de Ecuador 2011-2012*. *Vistazo* fue fundada por el empresario Xavier Alvarado Roca, quien actualmente dirige el Grupo Alvarado Roca. A este grupo pertenecen Ecuavisa, el canal de televisión abierta de mayor sintonía en el país, así como el grupo editorial ENSA, que además de *Vistazo* publica las revistas *Estadio*, *Hogar*, *Generación XXI* y *América Economía*.

Cabe constatar que la demanda de revistas en Ecuador es muy reducida y el mercado para estas publicaciones, por lo tanto, muy pequeño. Conforme a cifras de la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, solo del 3,5% del total de gastos de publicidad recae en este sector. En Ecuador se editan actualmente alrededor de 39 revistas nacionales, muchas de ellas como suplemento de algún diario. Circulan, además, unos 300 títulos internacionales.

En 1975 fue promulgada la Ley del Ejercicio del Periodista, que reconocía como profesionales de la comunicación solamente a quienes poseían un título académico homologado por el Ministerio de Educación.

Ecuador no tiene una tradición de medios públicos. Desde la aparición de los primeros diarios y revistas hasta la crisis financiera de 1999, eran las empresas privadas las que dominaban el sector de la comunicación. Según explican Rodrigo Jordán y Allen Panchana en el *Handbook of Spanish Language Media* (2009)¹, los medios gozaban de un alto nivel de credibilidad que perdieron durante la crisis bancaria. El declive comenzó en 1995 con la guerra del Cenepa contra Perú, que costó a Ecuador 250 millones de dólares, equivalentes al 1% del Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador en aquella época.

Luego el país se vio gravemente afectado por el fenómeno de El Niño, que provocó pérdidas masivas en la agricultura. Ecuador no pudo escapar de los efectos de las crisis financieras de México, Asia, Rusia y Brasil, entre 1995 y 1999. La caída del precio del crudo agravó la situación. La consecuencia de ello fue un círculo vicioso de endeudamiento, desvalorización de la moneda y crisis bancaria. Los principales grupos financieros como el Grupo Isaías fueron intervenidos por el Estado para evitar su

¹ TOBAR JORDÁN, R., PANCHANA MACAY, A. (2009). *Los medios de comunicación en Ecuador. Comunicación Estratégica. The Handbook of Spanish Language Media*, Routledge. Disponible en: <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf> [consulta 16 de julio de 2013]

quiebra. Sin embargo, los medios de comunicación pertenecientes a estos grupos financieros no informaron a la población sobre la verdadera dimensión de la crisis. Muchos ecuatorianos perdieron todos sus ahorros en el transcurso de la crisis y la subsiguiente dolarización de la economía en el año 2000.

Entre los bancos quebrados también se encontraba el Banco del Progreso de Fernando Aspiazú, dueño, por aquel entonces, del diario *El Telégrafo*. Con la liquidación del banco, *El Telégrafo* pasó primero a manos de un administrador independiente y finalmente, en 2007, fue embargado por el Estado para ser refundado en 2008 como diario público. Del mismo modo fueron incautadas 195 empresas del Grupo Isaías, como respuesta a la quiebra del Filanbanco, perteneciente a este grupo financiero y uno de los principales responsables de la crisis financiera de 1999. Entre las empresas informativas que pasaron así al control del Estado destacan los canales de televisión Gamavisión (ahora Gama TV) y TC Televisión.

El sector de los medios de comunicación está notablemente dividido. Los medios privados son en su mayoría opositores al Gobierno de Rafael Correa, mientras que la prensa y los medios públicos son más afines al oficialismo.²

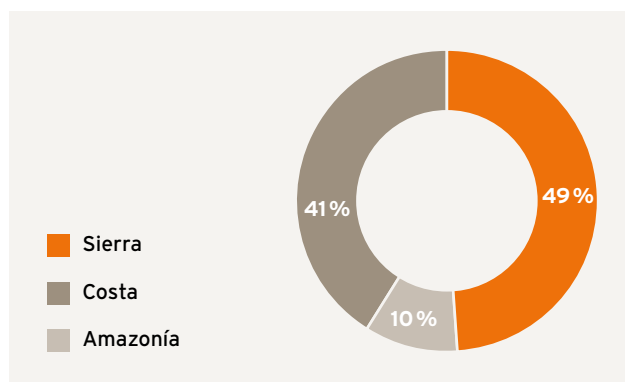
1.2 Historia de la radio

La primera radioemisora de Ecuador fue radio El Prado, fundada en Riobamba. Comenzó sus emisiones en 1929. En la década de 1930, los ecuatorianos escuchaban sobre todo Ecuadoradio en Guayaquil y HCJB La Voz de los Andes, una emisora evangélica fundada en 1930 en Quito.

A fines de la década de 1940, la radio vivió su apogeo como medio. Sin embargo, la era dorada de la radio registra un capítulo trágico en Ecuador. El 12 de febrero de 1949, Radio Quito emitió una versión en español del clásico de H.G. Wells, *La Guerra de los Mundos*. La adaptación narra la invasión ficticia de marcianos a las Islas Galápagos y, luego, a las afueras de Quito. Muchos oyentes, pensando que se trataba de acontecimientos reales, abandonaron sus casas en pánico. Sin embargo, cuando la gente se dio cuenta de que se trataba de una obra de ficción, el miedo se tornó en ira colectiva. Una muchedumbre enfurecida atacó y prendió fuego a la sede de Radio Quito, en el centro de la ciudad, en el mismo edificio en el que funcionaba el diario *El Comercio*. Seis personas fallecieron en el incendio. Radio Quito estuvo fuera del aire durante dos años hasta retomar sus emisiones en abril de 1951.

En las décadas de 1950 y 1960 la radio fue, indiscutiblemente, el medio número uno y se escuchaba por AM (amplitud modulada). En la década de 1970 comenzó el éxito de la frecuencia modulada, por lo que muchas radioemisoras solicitaron una concesión FM.

En 1971, el Gobierno de José María Velasco Ibarra anunció con orgullo que Ecuador era el país con mayor densidad radial del mundo, con 250 radioemisoras para seis millones de habitantes. En la actualidad, la cantidad de emisoras FM es aproximadamente el doble de las que transmiten en AM y nueve de cada diez radioemisoras emiten su señal desde las regiones Costa y Sierra.



Fuente: Anuario de la Comunicación en Ecuador 2011-2012, Repositorio "Mapa de Comunicación de Ecuador 2011".

La empresa privada ha sido tradicionalmente el principal impulsor de la radiodifusión en Ecuador. La inversión a favor del desarrollo tecnológico permitió ampliar la cobertura y, por consiguiente, la audiencia. Con ello aumentaron también los intereses comerciales:

«pues la competencia del mercado permite un mayor incremento de utilidades. Concomitante con esto, la cuestión cultural se va minimizando porque se la define como una programación no rentable mientras que, al mayor tiempo de servicio comercial le correspondía mayores ingresos, el tiempo para la cultura se reduce, pero las estaciones de radio proliferan sin norma de conducta y servicio». (De la Torre Cadena 2013)³

Como consecuencia de ello, en Ecuador aún existe una alta densidad de radioemisoras con relación a la población. Según datos de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) de noviembre de 2015, en Ecuador hay 1 085 radiodifusoras registradas, de las que 855 son radios comerciales privadas, 191 son de servicio público y 39 son comunitarias. Con una población de 16,4 millones de habitantes en 2015, el país contaba con una radio por cada 15 mil habitantes. El Gobierno revocó las frecuencias a cerca de 40 emisoras, que no cumplían las normativas o habían adquirido dichas frecuencias de forma irregular.

La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) se creó tras la aprobación de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones en diciembre de 2014 y su publicación en el

Registro Oficial n° 439 en febrero de 2015 y es el resultado de la fusión de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Super-tel), del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) y de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel). La nueva entidad administra, controla y regula el servicio de las telecomunicaciones, el espectro radioeléctrico y cuestiones técnicas de la gestión de los medios de comunicación del país.

Las iglesias cristianas operan más de 120 emisoras en Ecuador, 91 de ellas son católicas y 30 evangélicas.

El Estado por su parte, hasta fines de los años noventa del siglo pasado, manejaba solamente tres emisoras que transmitían en AM y alcanzaban una audiencia muy reducida: Radio Nacional de Ecuador, Radio Casa de la Cultura y la Radio Vigía de la Policía Nacional. En el marco del plan de intervención al sistema de medios del gobierno de Rafael Correa, esta situación se revirtió. Radio Nacional de Ecuador fue refundada con un nuevo nombre: Radio Pública de Ecuador (RPE) y desde 2008 transmite en FM. Este medio forma parte de la Unión de Radios Públicas Nacionales de América Latina y el Caribe: Voces del Sur⁴.

La radio de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, fundada en 1949, aspira actualmente a una frecuencia FM para ampliar su difusión. El medio se define como la «primera radio pública cultural»⁵ de Ecuador. La programación incluye informativos y programas en lengua kichwa, producidos por la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radifónica (ALER). La radio ofrece espacios también a organizaciones sociales tales como fundaciones de mujeres para la transmisión de su propio programa, siempre y cuando cumplan con los criterios de calidad de la radio. Para estos fines, el medio ofrece capacitaciones a los interesados.

La radio es el medio de mayor cobertura y llega hasta las regiones más apartadas en un país de difícil geografía, sobre todo en su oriente amazónico. Sin embargo, solo una minoría de los oyentes la consideran como una fuente de información. «Solo un 8% de la población que escucha la radio sigue por este medio los acontecimientos noticiosos, mientras que el otro porcentaje escucha música, programas deportivos, farándula», según un estudio de la Corporación Centro de Investigación de la Comunicación del Ecuador (CIDCE).⁶

1.3 Historia de la televisión

La historia de la televisión en Ecuador comienza en 1959 con el canal HCJB-TV, que en sus inicios contaba con 140 empleados, de los cuales solamente 35 eran ecuatorianos. HCJB es un canal financiado por la Iglesia evangélica de EEUU, cuyo objetivo es evangelizar a través de los medios y los servicios de salud.

Han sido tradicionalmente empresas privadas las que han invertido en canales de televisión. Los principales canales de cobertura nacional pertenecen a los grandes grupos empresariales y tienen sus estudios en Quito o Guayaquil. En la década de los sesenta, surgieron las cadenas RTS, Ecuavisa y la Cadena Ecuatoriana de Televisión. En 1974, Teleamazonas introdujo la televisión a color en Ecuador. La televisión en Ecuador sigue históricamente el mismo esquema de surgimiento y desarrollo que la radio.

Los contenidos se concentran principalmente en entretenimiento, noticias y deportes. En los canales privados y comerciales hay poco espacio para programas culturales o educativos. Los canales abiertos de mayor audiencia son Ecuavisa (Grupo Alvarado Roca), TC Televisión (incautado por el Estado, antes perteneciente al Grupo Isaías), Teleamazonas (Grupo Teleamazonas desde 2012, antes Grupo Fidel Egas) y Gama TV (incautado por el Estado, antes perteneciente al Grupo Isaías). En total, según datos de Arcotel, en noviembre de 2015 había un total de 592 estaciones concesionadas de televisión abierta, 107 de ellas estaciones matrices y 485 repetidoras. Las estaciones matrices se dividen en 88 estaciones comerciales privadas y 19 de servicio público. En el sector televisivo no existen canales de servicio público comunitario.

En 2007, con motivo de la inauguración solemne de la Asamblea Constituyente en Montecristi, Manabí, el primer canal de televisión pública de Ecuador, Ecuador TV, comenzó sus transmisiones. El canal cuenta con 25 repetidoras en todo el país. Si bien se trata oficialmente de un canal público, sus críticos lo consideran un medio gubernamental. Todos los sábados, Ecuador TV (ECTV) transmite el programa *Enlace ciudadano*, un espacio de tres a cuatro horas de duración, en las que el presidente Correa «ofrece su informe semanal de actividades a sus mandantes».⁷

² BENOIT, H., SAMSON, E. (Junio de 2010). *El volcán mediático y su delicada regulación, Informe sobre Ecuador*. Disponible en URL: http://es.rsf.org/IMG/pdf/Informe_Ecuador.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

³ DE LA TORRE CADENA, H. S. (2013). *Historia de un medio público: caso Radio Nacional del Ecuador. Tesis de Posgrado previo a la obtención del Título de Magister en Comunicación Organizacional*. Universidad Central del Ecuador. Disponible en URL: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2661/1/T-UC-0009-189.pdf>

⁴ Voces del Sur. *Las Radios Públicas Nacionales por la Unión de América Latina*. Disponible en URL: <http://www.vocesdelsur.info/> [consulta 16 de julio de 2013]

⁵ Casa de la Cultura Ecuatoriana, Benjamín Carrión. Disponible en URL: http://www.casadelacultura.gob.ec/?ar_id=6&ge_id=17 [consulta 13 de julio de 2013]

⁶ Grupo Radioescucha Argentino, *diexismo y comunicaciones, Ecuador tiene 1648 radios y canales de Televisión*.

⁷ Ecuador TV, *Televisión Pública*. Disponible en URL: <http://www.ecuadortv.ec/micrositio.php?c=1314> [consulta 23 de julio de 2015]

1.4 Medios públicos/estatales

Los medios en América Latina tradicionalmente han sido de propiedad privada y han perseguido fines comerciales. Tal y como se señala en este estudio, Ecuador no ha sido una excepción a esta regla. El periodista e investigador argentino Martín Becerra dice al respecto que «la orfandad de lo público en los medios masivos de comunicación» ha sido una norma en Latinoamérica:

«Esa orfandad se cubrió de modo indirecto a través de emisoras estatales que, con pocas excepciones, han tenido una impronta gubernamental y, en menor medida, con medios de carácter comunitario o alternativo, generalmente locales, administrados por organizaciones de la sociedad civil». (Becerra 2015)⁸

Los medios públicos financiados por el Estado, pero política y editorialmente independientes del Gobierno, como en Gran Bretaña o Alemania, son una excepción en América Latina. Por lo general, los medios estatales en esta región tienen poca incidencia y escasa credibilidad. Según Becerra, los propios regímenes son los responsables de esta situación:

«Lejos de garantizar y estimular la participación social, los medios estatales como dispositivos de propaganda que cambian de registro, de contenidos y de protagonistas según se suceden los Gobiernos finalmente quedan relegados a un rol secundario en el sistema mediático.»

Como se ha mencionado en el capítulo sobre la historia de la radio, hasta fines de la década de 1990, el Estado ecuatoriano poseía únicamente tres radioemisoras, todas ellas de AM y de escasa audiencia: Radio Nacional del Ecuador, Radio Casa de la Cultura y Radio Vigía de la Policía Nacional.⁹

Además de los medios públicos y privados, en Ecuador surgió una tercera modalidad: la de los medios incautados. El detonante fue la quiebra del Filanbanco en 1998, que desató la crisis financiera más grave en la historia del país. Filanbanco pertenecía al Grupo Isaías. Entre las 195 empresas del grupo figuraban también doce medios de comunicación entre canales de televisión, estaciones de radio y revistas. El Estado incautó las empresas del Grupo Isaías, con el fin de venderlas y devolver los depósitos a sus acreedores.

Desde 2007, con el Gobierno de Rafael Correa, el Estado tiene un manifiesto interés en intervenir en el sector de la comunicación, dominado anteriormente, como hemos visto, por intereses comerciales privados.¹⁰ La iniciativa gubernamental tiene dos objetivos: afianzar los medios estatales ya existentes e impulsar la creación de nuevos medios. Concretamente, se tomaron las siguientes medidas:

- Reactivación y relanzamiento de diario *El Telégrafo*.
- Creación de *Ecuador TV* (ECTV), primer canal público de televisión.
- Afianzamiento de *Radio Nacional del Ecuador* (hoy Radio Pública del Ecuador, RPE), de transmisión en FM.
- Ampliación de la cobertura informativa de *Radio Casa de la Cultura*.
- Fundación de la *Agencia Nacional de Noticias de Ecuador, Andes* (noviembre del 2009).
- Inversiones estatales de 10 millones de dólares en medios públicos.¹¹

La venta de los medios de comunicación incautados al Grupo Isaías no ha prosperado. Seis años después de su incautación, los medios seguían bajo la tutela del Estado, que asignó nuevos administradores y modificó en parte la programación y la línea editorial. Se trata de TC Televisión, radioemisora TC Radio, Gama TV, CN3 (televisión por cable), Radio Súper K, Multicom, América Visión, Organización Radial, Buscapersonas S.A. y Editorial Unimasa, que publica las revistas *La Otra*, *La Onda*, *La Onda Infantil*, *Más*, *El Agro* y *Samborondón*, así como otras revistas de agronomía y farándula.¹² En total, el Estado controla 19 medios de comunicación.

El artículo 312 de la Constitución de 2008 determina que las empresas financieras no pueden tener participación en medios de comunicación.¹³ La Disposición Transitoria Vigésimo Novena estipulaba la expropiación, en el plazo de dos años, de las participaciones accionarias que poseyeran las personas jurídicas del sector financiero en empresas ajenas a este sector.¹⁴ Como consecuencia, Teleamazonas, uno de los canales de mayor aceptación del país, atravesó un proceso de reestructuración. Desde el año 2000, el canal era propiedad de Fidel Egas Grijalva, dueño del Banco Pichincha, y a quien pertenece también la editorial Dinediciones que publica varias revistas de economía y negocios. En 2010, Egas vendió sus acciones de Teleamazonas. El 48 % de las acciones pasó a manos de los empleados del canal, un 30 % se encuentra en propiedad del diario peruano *La República* y el resto pertenece a empresarios ecuatorianos. Desde 2012, el canal es administrado por el Grupo Teleamazonas, al cual pertenecen también Teleamazonas Internacional y la página web con el mismo nombre.

Desde 2007, la estructura del sector de medios de comunicación en Ecuador ha cambiado sustancialmente. La audiencia ecuatoriana tiene por primera vez la opción de elegir entre el consumo de medios privados, cuya sostenibilidad económica depende del índice de audiencia y de los ingresos publicitarios, y el de medios públicos, que también responden a la demanda de entretenimiento y farándula, pero dedican más espacio en su programación a temas culturales y educativos, en cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC). Esta ley dispone la cobertura de temas relacionados con las

diferentes nacionalidades y grupos étnicos que conforman la sociedad ecuatoriana.

Según el estudio *Percepción sobre los Medios Públicos en Ecuador*, de Alexandra Ayala Marín y María Belén Calvache del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), de diciembre de 2009, las programaciones de los medios públicos y estatales de Ecuador se centran en los siguientes temas:¹⁵

- Ecuador TV (ECTV), que comenzó sus transmisiones el 29 de noviembre de 2007, está especializada en educación, participación ciudadana, cultura y debate político; pero prescinde de crónica roja y entretenimiento.
- El Telégrafo, que publicó su primer impreso al mando de la nueva dirección editorial el 17 de marzo de 2008 con el eslogan «Primer diario público del Ecuador»; se centra en reportajes y biografías.
- La Radio Pública del Ecuador (RPE) inició con este nuevo nombre sus emisiones el 26 de agosto de 2008 y enfoca su programación a seis puntos centrales: fomento de la participación ciudadana, cultura de paz, interculturalidad, participación e integración, superación del conflicto entre la costa y el altiplano y formación de un pensamiento nuevo.
- El Ciudadano, medio digital fundado a fines de 2008, tiene también una edición impresa quincenal. El Ciudadano TV y El Ciudadano Radio transmiten en la programación de ECTV y RPE. Sus lectores, usuarios y oyentes lo identifican claramente como un medio gubernamental, no público.
- Agencia Nacional de Noticias de Ecuador y Sudamérica (Andes): comenzó a funcionar en noviembre de 2009 y produce una oferta multimedia de contenido informativo nacional e internacional.
- Los tres canales de televisión Gamavisión, TC Televisión y Cablenoticias, el canal de televisión de pago TV Cable, las revistas *La Onda* (para jóvenes) y *El Agro*; y las radioemisoras Carrusel y Super K se encuentran bajo el control del Estado desde el 8 de julio de 2008.

Con el surgimiento de los medios públicos se ha incrementado la polarización mediática y política en Ecuador. El Gobierno, particularmente el presidente Rafael Correa, califica a la prensa privada de *corrupta*. Tanto los medios privados como los periodistas independientes reciben severas críticas del mandatario, en especial durante su programa semanal de los sábados *Enlace Ciudadano*. Los medios estatales son considerados frecuentemente instrumentos portavoces del Gobierno; mientras que los medios privados se perciben como críticos y detractores del Gobierno de Rafael Correa.

1.5 Medios privados

Si bien los 19 medios públicos creados desde 2007 forman parte activa del panorama mediático de Ecuador, la gran mayoría de las empresas informativas ecuatorianas sigue perteneciendo al sector privado (96,63%). Solamente el 2,18% de ellas son públicas y el 0,91% son administradas por el Estado, después de haber pertenecido durante algunos años al sector privado.

En cuanto a la forma de organización empresarial, los propietarios son predominantemente personas naturales¹⁶:

- El 50,59% pertenecen a personas naturales.
- El 21,62% son sociedades anónimas.
- El 14,44% son sociedades limitadas.
- El 10,9% pertenecen a organizaciones no gubernamentales, comunidades religiosas, etc.
- El 0,27% están constituidas como sociedades mixtas.
- El 2,18% son medios públicos.

⁸ BECERRA, M. (25 de Febrero de 2015). *Medios Públicos: el desafío de superar la orfandad*. Quipu – Políticas y tecnologías de comunicación. Disponible en URL: <https://martinbecerra.wordpress.com/2015/02/25/medios-publicos-el-desafio-de-superar-la-orfandad/> [consulta 23 de julio de 2015]

⁹ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.5.

¹⁰ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.6.

¹¹ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.6.

¹² En cuatro años, régimen cuenta con 19 medios de comunicación (11 de enero de 2011). *El Universo*. Disponible URL: <http://www.eluniverso.com/2011/01/11/1/1355/cuatro-anos-regimen-cuenta-19-medios-comunicacion.html> [consulta 23 de julio de 2015]

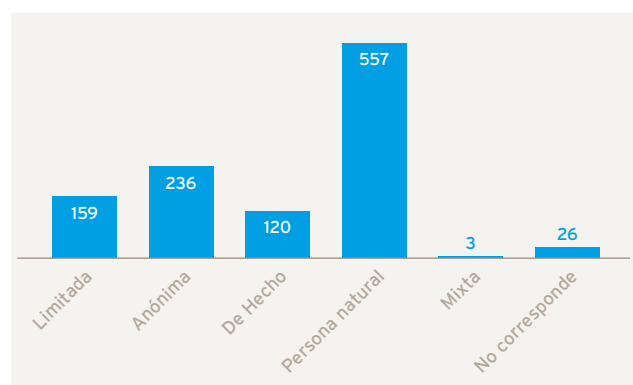
¹³ MATOKO, E. y GONZÁLEZ, R. M. (2011). *Análisis de Desarrollo Mediático en Ecuador - 2011*. Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ecuador_mdi_report_eng.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

¹⁴ Asamblea Nacional República del Ecuador (julio de 2008). *Constitución Nacional del Ecuador*. Disponible en URL: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

¹⁵ AYALA MARÍN, A. y CALVACHE, M.B. (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador. Informe de investigación de campo*. Ciespal. Disponible en URL: http://www.flacoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_300.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

¹⁶ CORONEL SALAS, G., MIER SANMARTÍN, C., et. al. *Morfología de los medios y empresas de comunicación del Ecuador*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2012. N° 67, pp. 511-532. Disponible en URL : http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_ac-tas/152_Coronel.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

El siguiente gráfico especifica la cantidad de empresas que corresponden a cada tipo de constitución:



Fuente: *Anuario de la Comunicación en Ecuador 2011-2012*, Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

En la actualidad, los principales actores del panorama de los medios privados de Ecuador son los siguientes:¹⁷

- Grupo Fidel Egas: el mayor grupo del sector financiero de Ecuador, al cual pertenecen seis empresas del sector de la comunicación: Teleamazonas Quito, Teleamazonas Guayaquil (uno de los canales de mayor sintonía del país), Multicines (salas de cine), Editorial Dinediciones con las revistas *Diners* y *Gestión*; la productora de TV Publipromueve; y la planificadora de pauta publicitaria Planimedios.
- Grupo El Universo: fundado en 1921, pertenece a la familia Pérez de Guayaquil: editores del periódico *El Universo*, las revistas *Sambo*, *La Revista* y el diario *Súper*, propietarios de la radioemisora Radio City, y del canal de televisión pagada Univisa.
- Grupo El Comercio: constituido en 1906 y en manos de la familia Mantilla de Quito, editores del periódico *El Comercio*, las revistas *La Familia*, *Carburando* (automóviles), *As Deportivo*, *EducAcción* y *La Pandilla*. Además, propietarios del semanario *Líderes* y del periódico vespertino *Últimas Noticias* así como de Radio Platinum y Radio Quito.
- Grupo Alvarado-Roca: fundado en 1957, dueño de Ecuavisa, del canal de televisión de pago Ecuavisa Internacional, y del grupo Editores Nacionales S.A. (ENSA) con las revistas *Vistazo*, *Estadio*, *Hogar*, *Generación21* y *América Economía*.
- Finalmente, el diario de mayor tiraje en el país, *Extra*, es editado por el grupo editorial Gráficos Nacionales S.A. (Granasa), con sede en Guayaquil. El rotativo imprime entre 130 000 y 150 000 ejemplares al día.

1.6 Medios comunitarios

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC), promulgada en 2013, establece la concesión del 34 % de las frecuencias disponibles a medios comunitarios. Además, la ley tipifica los principios de democratización del acceso a las frecuencias y la prevención de la concentración en el sector de los medios.¹⁸ En la actualidad, la participación del sector comunitario solo es del 3,6 %, frente al 78,8 % de las radios privadas. El 17,6 % de las radios corresponden a emisoras de servicio público. En cifras absolutas, de un total de 1 085 estaciones de radio que funcionaban en el país en 2015, solo 39 estaban registradas como comunitarias.

Las radios comunitarias están distribuidas en 18 de las 24 provincias. Todas transmiten en FM (frecuencia modulada). Las frecuencias fueron entregadas por el Estado a 13 nacionalidades indígenas, que transmiten en sus propias lenguas. Estas son: Salinerito FM, Chachi, Stereo Siapidaarade, La Salinera FM, Ampara Su, La Voz de la Nae, La Voz de la Cascada, Ñuncanhi Muscuy, Wao Apeninka, Kichwa Radio, Sapara, Tarimiat, La Voz de Tuna, Wao Mokotso, Somba Pamín, Siona y Tsanda Jenfa. Radio Salinerito cuenta con una repetidora a y Radio Siona, con dos, de modo que entre 17 radios matrices y tres repetidoras se contabiliza un total de 20 radios comunitarias, a las que se les concedieron 14 frecuencias. Estas fueron entregadas en 2014 por un período de 15 años a cada radio; otras 20 frecuencias a igual número de pueblos están previstas para las zonas Sierra Centro, las provincias de Imbabura, Cañar y Azuay. En una tercera etapa, prevista para 2015, otras 20 frecuencias deberían haber sido otorgadas hasta completar las 54.¹⁹ Sin embargo, hasta el cierre de redacción de este estudio (diciembre de 2015), esta tercera etapa no se había iniciado.

¹⁷ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.14-15.

¹⁸ Unesco (2011), p.73.

¹⁹ Radiodifusores no descartan una eventual devolución de frecuencias al Estado (Infografía) (31 de marzo de 2015) Quito, Ecuador: Diario El Telégrafo.

La siguiente tabla muestra la distribución de las emisoras concesionadas de radiodifusión sonora (AM, FM y onda corta) por provincias y tipo de frecuencia.

Radiodifusión Sonora abierta				
Categoría: Infraestructura				
Número de estaciones concesionadas de Radiodifusión Sonora (AM, FM y Onda Corta)				
Fuente: SISATV Fecha de publicación: Noviembre de 2015 Fecha de corte: Octubre de 2015				
Provincia	Comercial Privada	Servicio Público	Servicio Público Comunitario	Total
Azuay	74	13	2	89
Bolívar	17	4	4	25
Cañar	34	1	1	36
Carchi	26	9	1	36
Chimborazo	51	14	2	67
Cotopaxi	17	5	-	22
El Oro	49	7	1	57
Esmeraldas	29	13	3	45
Galápagos	7	5	1	13
Guayas	87	7	1	95
Imbabura	32	10	3	45
Loja	56	14	-	70
Los Ríos	32	2	1	35
Manabí	65	20	-	85
Morona Santiago	23	6	3	32
Napo	17	5	-	22
Orellana	10	6	1	17
Pastaza	11	4	7	22
Pichincha	71	17	1	89
Santa Elena	40	3	1	44
Santo Domingo de los Tsáchilas	30	6	2	38
Sucumbíos	14	10	4	28
Tungurahua	50	7	-	57
Zamora Chinchipe	13	3	-	16
Total	855	191	39	1.085
%	78,8	17,6	3,6	100,0

Fuente: Agencia de de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel), noviembre de 2015.

Frecuencias serán adjudicadas en 9 provincias



Se adjudicarán **51 frecuencias** en: Carchi, Esmeraldas, El Oro, Morona Santiago, Napo, Orellana, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos y Zamora Chinchipe.

→ **10** (9 frecuencias FM y 1 AM) de los 239 medios de comunicación en estas provincias son comunitarios y otros 6 públicos (3 TV y 3 radio FM).

→ **No hay** medios públicos en Orellana, Esmeraldas y El Oro.

→ **De los 239** medios de comunicación en estas provincias, 22 son impresos y 2 portales informativos en internet, es decir, no ocupan espacio dentro del espectro.

→ **El Art. 106** de la Ley Orgánica de Comunicación establece la redistribución de frecuencias de radio y TV. 33% para el sector privado, 33% públicos y 34% comunitarios.

→ **14 radios** comunitarias tienen frecuencias definitivas.

→ **La concesión** es por 15 años.

→ **Las 13 nacionalidades** indígenas del Ecuador podrán continuar con su programación en sus respectivos idiomas ancestrales.

→ **Las emisoras son:** Apara Su, Tarimiat, Radio Sapara, Jatari Kichwa, Wao Apeninka, La Voz de la Frontera, La voz de NAE, La Voz de Tuna, Chachis, Sionas, Tsáchilas, Éperas, Cofanes y Quichuas de Loreto.

→ **20 frecuencias** adicionales a igual número de pueblos están previstas para la Sierra Centro y de Imbabura, Cañar y Azuay.

→ **En una tercera etapa**, que se debe cumplir este año, 20 frecuencias más serán proporcionadas hasta sumar las 54.

Fuente: Radiodifusores no descartan una eventual devolución de frecuencias al Estado, Diario El Telégrafo.

Las radios comunitarias afrontan grandes desafíos, como una escasa financiación y poca publicidad. A consecuencia de los bajos ingresos, muchos de estos medios de comunicación solo pueden contratar a periodistas sin formación formal, que reciben salarios muy bajos. Algunos perciben una remuneración mensual de alrededor de 120 dólares.

Según informes de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel), no existe ningún canal de televisión comunitario. La participación es del 0% frente al 71% de las emisoras privadas y el 29% de las estatales.

En el listado de la Supertel no aparecían las 34 radioemisoras que pertenecen a la red Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (Corape). Estas igualmente fueron creadas por las comunidades y su programación también está orientada a la información local. No obstante, sus frecuencias figuran como comerciales y en pocos casos como radios públicas. Esto se debe a que, de acuerdo a la Ley de Radiodifusión y Televisión, anterior a la LOC, los medios comunitarios no podían generar ingresos por publicidad. De ahí que muchos proyectos comunicacionales comunitarios funcionen como radios locales comerciales privadas, lo que les permite pautar más publicidad. La Ley Orgánica de Comunicación (LOC), sin embargo, permite también a las radios comunitarias generar beneficios que pueden ser reinvertidos en la emisora. Las radioemisoras afiliadas a la red Corape se están preparando para solicitar frecuencias como radios comunitarias, en vista de que la LOC aspira a fortalecer este sector, que abarcará el 34% del espacio radioeléctrico.

La Ley Orgánica de Comunicación se refiere en tres artículos explícitamente a las radios comunitarias:

«**Artículo 85.-** Definición.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social.

Artículo 86.- Acción Afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad. El Estado se compromete a brindar el apoyo necesario para que estos medios de comunicación puedan contar con acceso a créditos, exención de impuestos para importación de equipos y capacitación para los trabajadores.

Artículo 87.- Financiamiento.- Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos.

Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.»

1.7 Concentración de medios y adjudicación de frecuencias

La Constitución de 2008 establece expresamente la redistribución del espacio radioeléctrico, tal como se ha mencionado antes: 33% para el sector público, 33% para el sector privado y 34% para el sector comunitario, a fin de asegurar la pluralidad y la diversidad. Sin embargo, hasta finales de 2015, dos años después de la aprobación de la ley, no se han registrado avances sustanciales en este proceso. La Unesco, en su Análisis del Desarrollo del sector de los medios en Ecuador en el año 2011 critica lo siguiente:

«la Ley de Comunicación dispone que se 'reservará el 34% del espectro radioeléctrico de radio y televisión para los medios de comunicación comunitarios de las frecuencias disponibles'. Sin embargo, la actual redacción debería hacer mención al 34% del 'espectro disponible', en lugar de las 'frecuencias disponibles', ya que esta última formulación hace prácticamente impracticable dicha pretensión». (Unesco (2011), p.83)²⁰

Las frecuencias disponibles son aquellas que fueron concesionadas ilegalmente, de acuerdo a una revisión realizada por la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión en el año 2009. La Comisión llegó a la conclusión de «que 900 de un total de 1 637 frecuencias habían sido concesionadas ilegalmente».²¹ El otorgamiento ilegal y unilateral habría perjudicado en primer lugar a empresas pequeñas y medianas, universidades y otras instituciones educativas, organizaciones y movimientos sociales, provincias, etc.

Tras un examen de la Contraloría General del Estado (2015), se formuló la recomendación de revertir al Estado 354 frecuencias que habían sido otorgadas de manera irregular. No obstante, en el informe final, la exigencia de «reversión» fue transformada en «requerimiento de revisión».²²

Basándose en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la nueva autoridad, la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel), anunció el primer concurso de frecuencias para abril de 2015. Sin embargo, hasta finales de 2015 no hubo convocatoria alguna por parte de Arcotel. Las 14 frecuencias asignadas a las nacionalidades indígenas de Ecuador fueron entregadas por el Estado sin concurso.

Frecuencias entregadas a pueblos indígenas

Nacionalidades	Lugares que cubre la frecuencia
Huaorani del Ecuador	Puyo, Shell y Veracruz
Federación del Centro Chachi de Esmeraldas	Esmeraldas, Atacames y Río Verde
Achuar del Ecuador	Macas, Sucúa, Logroño y Guamboya
Zápara del Ecuador	Puyo, Palora y Shell
Eperara Siapidara del Ecuador	Borbón y San Lorenzo
Asociación de Comunidades de Arajuno	Arajuno
Tsáchila	Santo Domingo, El Carmen y la Concordia
Shiwiari	Puyo y Palora
Nacionalidad Andwa Pastaza del Ecuador	Puyo, Mera y Palora
Federación Indígena de la Nacionalidad Cofán	Lago Agrio, El Dorado, Cascales y Lumbaquí
Organización Siona del Ecuador	Nueva Loja, Lumbaquí, El Dorado de Cascales y Tarapoa.
Federación de Centros Awá del Ecuador	Ibarra, Atuntaqui y Cotacachi.
Shuar de Pastaza	Puyo, Shell, Mera y Palora
Comunidades Quichuas de Loreto	Loreto y Puerto Francisco de Orellana

Fuente: Distribución de frecuencias prevista en Ley de Medios aún no se concreta, Diario El Universo.

Desde el año 2002, y con mayor celeridad a partir de 2007, se ha venido observando un proceso de desconcentración en el sector de los medios. En 2002, los principales medios privados de cobertura nacional estaban en manos de once grupos empresariales. Desde que entró en vigor la nueva Constitución, que prohíbe al sector financiero ser propietario de medios de comunicación, varios de los grandes grupos se han tenido que desprender de los medios que poseían, de modo que han surgido nuevos grupos y actores relevantes. En 2007, el Servicio de Rentas Internas (SRI) contabilizaba 17 grupos empresariales en el sector de los medios privados. En 2012, esta cifra había ascendido a 100.

²⁰ Unesco (2011), p.83.

²¹ Distribución de frecuencias prevista en Ley de Medios aún no se concreta (23 de junio de 2014). El Universo. Disponible en URL: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/23/nota/3140786/distribucion-frecuencias-prevista-ley-medios-aun-no-se-concreta> [consulta 20 de julio de 2015]

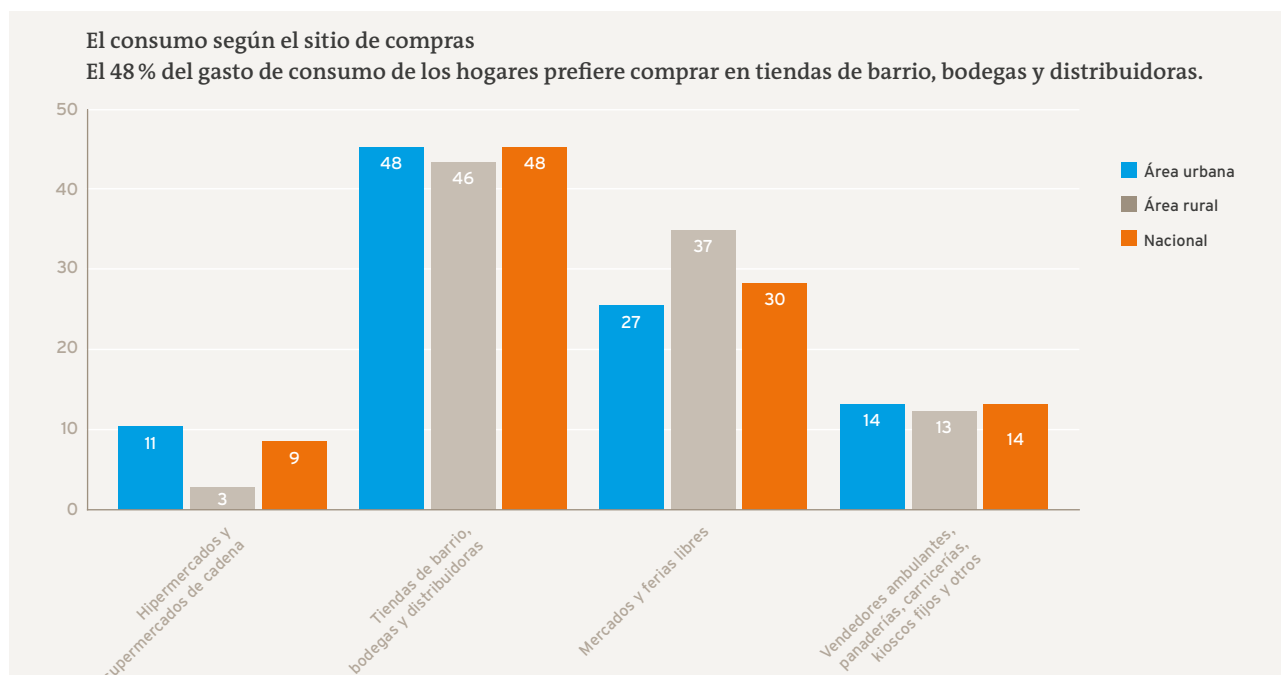
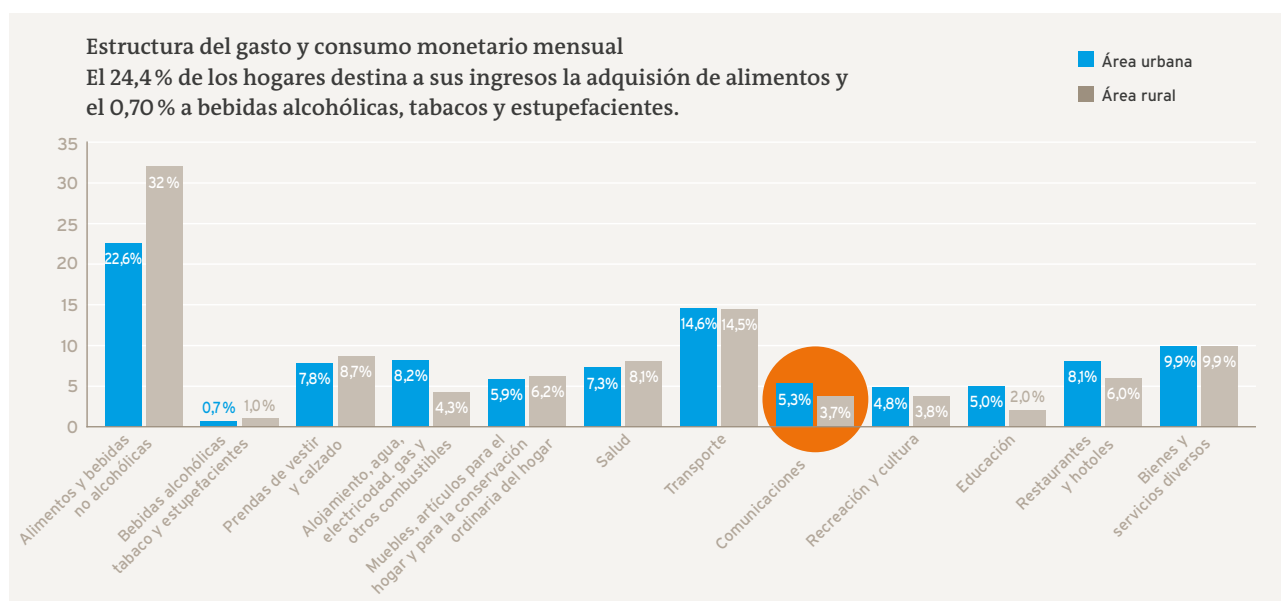
²² Unesco (2011), p.75.

2. Consumo de medios

Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2011-2012, ejecutada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC),²³ la población de Ecuador gasta mensualmente 2 393,5 millones de dólares. De estos egresos, la mayor parte, casi el 25 %, está destinado a alimentos y bebidas.

La estadística indica que los hogares ecuatorianos dedican un 5 % de sus ingresos a «comunicaciones». Esto equivale a un

gasto promedio de 37 dólares mensuales por hogar. En total, los gastos de los hogares particulares suman 118 734,7 millones de dólares. Entre los hogares urbanos y rurales es evidente la diferencia de egresos destinados a las comunicaciones, que se debe tanto a la inequidad en los niveles de ingresos como a las posibilidades de acceso a medios de comunicación y a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Los hogares en áreas urbanas gastan mensualmente el doble (42 dólares) de lo que pueden invertir en el uso de medios de comunicación y TIC los hogares de las zonas rurales (21 dólares).



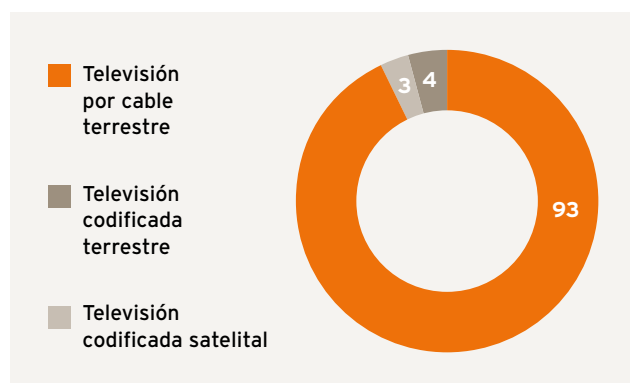
Fuente: El 24,34 % de los ingresos de los ecuatorianos se destina para alimentación, Diario El Telégrafo.

2.1 Consumo televisivo

La televisión ha llegado a casi todos los hogares de Ecuador. Los resultados del último Estudio de *Condiciones de Vida* elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) arrojan que el 87,1% de los hogares ecuatorianos tiene un televisor. Cada hogar incluso tiene un promedio de 1,54 televisores. La televisión permanece encendida una media de 8 horas y 32 minutos diarios, y cada persona consume cerca de 3 horas y 24 minutos de televisión cada día. El estudio de Tobar Jordán/ Panchana Macay (2009) caracteriza de la siguiente manera al usuario promedio de medios de comunicación en Ecuador: «Un amante de la televisión que de vez en cuando lee medios gráficos y escucha radio. Y que se orienta cada vez más hacia Internet».²⁴

La televisión de pago goza de creciente aceptación entre la población ecuatoriana. El servicio se inició en 1987 con la empresa TV Cable, el primer servicio de televisión por cable de Ecuador. En 2014, casi uno de cada tres hogares contaba ya con este servicio. Según cifras publicadas por la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel), el 28,7% de las familias están suscritas a la televisión de pago. Esto significa que 4,6 millones de ecuatorianos consumen televisión por cable o satélite.²⁵ En un plazo de 10 años, la televisión de pago en Ecuador ha experimentado uno de los más altos ritmos de crecimiento en América Latina. En el año 2004, solo el 5,8% de la población había contratado un servicio de TV pagada. En 2009, la penetración ya alcanzaba el 7%, en 2010 un 10%, en 2012 un 16% y en 2013 se incrementó al 23%.

Según cifras de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel), en febrero de 2015 funcionaban en Ecuador 250 canales de televisión por suscripción, 233 de ellos por cable terrestre, diez estaciones de televisión codificada terrestre y siete canales satelitales codificados.



Fuente: Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel), 2015.

De acuerdo al *Anuario de la Comunicación de Ecuador 2011-12* de la Universidad Técnica Particular de Loja, en 2012 existían en Ecuador 238 operadores de televisión que ofrecían en sus paquetes de 30 a 60 emisoras. En los últimos diez años, esta cantidad se ha incrementado más de cuatro veces (en 2001 había solamente 54 operadores de televisión). El uso ilegal del servicio televisivo, mediante el robo de la señal para evadir el pago es uno de los principales desafíos a los que se enfrentan estas empresas.

El precio de suscripción a la televisión pagada tiene un valor promedio de 20 dólares mensuales, según concluye un estudio de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) realizado en 2013. La oferta abarca una amplia gama de canales y programación, los precios oscilan entre 10,99 dólares por el servicio básico y 128,78 dólares por el paquete más caro. DirecTV es el operador de mayor cobertura, que con más de 300 000 suscriptores cubre el 36% del mercado. Le siguen Grupo TV Cable con un 18% de la cuota del mercado, CNT-TV (11%), Univisa (8%), Cableunión (4%), Colorados Visión y Cine Cable TV (0,6% cada uno) y Claro TV (0,15%).²⁶

La medición de audiencia aún no está suficientemente desarrollada en Ecuador. La empresa brasileña líder en este sector es el Instituto Brasileiro de Opinión Pública y Estadística (Ibope-Time) y concentra sus mediciones únicamente en Quito y Guayaquil, donde cuenta con 550 sistemas PeopleMeter. Por lo tanto, los hábitos de consumo de televisión en las 218 ciudades restantes no son analizados. En respuesta a esta situación, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) aprobó en febrero de 2014 un nuevo Reglamento para la Medición de Sintonías Canales de Televisión.²⁷ El objetivo es «medir las preferencias de los televidentes con variables no solo cuantitativas sino cualitativas, a través

²³ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2013). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012*. Disponible en URL: http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf [consulta 15 de julio de 2015]

²⁴ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.18.

²⁵ La TV de pago roza el 30% de penetración en Ecuador (9 de febrero de 2015). *Rapid TV News*, media smart business ready. Disponible en URL <http://es.rapidtvnews.com/tv-de-pago/21902-la-tv-de-pago-se-acerca-al-30-de-penetracion-en-ecuador#ixzz3XSTJly55> [consulta 25 de julio de 2015]

²⁶ PAUTASIO, L. (14 de noviembre de 2013). El plan básico de TV paga en Ecuador cuesta cerca de US\$20. *TeleSemana.com*. Disponible en URL: <http://www.telesemana.com/blog/2013/11/14/el-plan-basico-de-tv-paga-en-ecuador-cuesta-cerca-de-us-20/> [consulta 23 de mayo de 2015]

²⁷ El Cordicom explica el reglamento de medición de audiencias (15 de abril de 2015). Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. Disponible en URL: <http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-conferencia-reglamento-audiencias/> [consulta 23 de julio de 2015]

de medios electrónicos, sondeos y monitoreo de redes sociales» en todo el territorio nacional y no exclusivamente en los tradicionales centros urbanos de Quito y Guayaquil.

Por lo general, los programas de mayor acogida son las telenovelas internacionales, los reality shows y las transmisiones de espectáculos deportivos. Las películas y las series tienen, por el contrario, menor sintonía.²⁸

Productores Independientes se convirtió el 24 de enero de 1979 en la primera empresa de producción televisiva de Ecuador. En la actualidad ya hay 64 empresas como ésta en el país y todas son privadas.²⁹

2.2 Consumo de radio

La radio sigue siendo, fuera de las ciudades, el medio de mayor consumo³⁰ y, desde el punto de vista geográfico, el de mayor alcance en Ecuador.³¹ El 33,62% de las emisoras transmiten su programación también por Internet. El 57,72% de las radioemisoras tiene programación durante las 24 horas del día.

Según estudios, al menos el 87,6% de los hogares en Ecuador poseen un radioreceptor. En las dos principales ciudades del país, Quito y Guayaquil, entre las radios de mayor sintonía FM se registran: Francisco Stereo, Zaracay, Radio Disney (en Quito hasta 2013), La Rumbera, Canela Quito y La Otra, y Canela Guayaquil, Fabu, Galaxia, Antena 3 y Tropicálida Stereo.

En AM, las radios más escuchadas son, en Quito: Radio Pantera, La Cariñosa, 1490 La Radio, Radio Positiva, Radio Cristal y El Sol. En Guayaquil, las más populares son Caravana y Radio Cristal. Todas estas radios emiten fundamentalmente música popular.

La radio es el segundo medio más consumido, después de la televisión. Mientras que el 98% de la población dice ver televisión regularmente, un 83% declara escuchar la radio. Este medio, el más antiguo y tradicional del país, está afectado hoy por las nuevas tecnologías y por los nuevos hábitos de consumo de su audiencia, especialmente de los jóvenes, quienes recurren a los medios digitales.³² Un 82% de los ecuatorianos utiliza el celular, ya sea para escuchar música, comunicarse o buscar información.³³

Si bien los ecuatorianos saben que existen los medios públicos, éstos no gozan de una sintonía elevada. En el caso de Radio Pública de Ecuador (RPE), de acuerdo a una investigación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) sobre la percepción de los medios públicos en Ecuador, solo un 13,75% de los encuestados en Quito y Guayaquil dice escuchar RPE todo los días, contra un 43% que no la escucha nunca.³⁴

2.3 Consumo de medios gráficos

De acuerdo a la Unesco, los niveles de lectura en Ecuador están entre los más bajos de América Latina.³⁵ Esto lo confirma un estudio sobre hábitos de lectura elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en 2012, que señala que un 27% de los ecuatorianos no tiene el hábito de leer. De los habitantes que sí leen regularmente, casi un tercio (31%) lee periódicos y el lugar preferido para la lectura es el hogar.

El artículo 90 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) obliga a los diarios a «incluir en cada publicación un espacio que especifique el número total de ejemplares puestos en circulación». De acuerdo a esta disposición, solo los medios que imprimen más de 35 000 ejemplares diarios son considerados medios de información nacional. El número de ejemplares impresos es decisivo para el precio de la publicidad y para el diseño de campañas de promoción de productos o servicios.

Según la investigación de Tobar Jordán/ Panchana Macay (2009), se estima que el tiraje de los diarios de alcance nacional y regional asciende a algo más de 900 000 ejemplares por día. Los lectores de diarios se elevan a 3 200 000.³⁶ El mercado de los diarios es liderado por el periódico de crónica roja Extra, que apunta especialmente a la clase media baja y baja. Su tiraje varía entre 330 000 y 363 000 ejemplares, según el día de la semana. Le siguen los diarios *El Universo*, de Guayaquil y *El Comercio*, de Quito, con un tiraje diario promedio de 100 000 ejemplares.³⁷

El mercado ecuatoriano de periódicos también está amenazado por la merma del tiraje y la cantidad de lectores.³⁸ En 2006, el instituto de investigaciones *Kantar Media Research* elaboró un estudio sobre el perfil de los lectores de diarios que arrojó los siguientes resultados, según el formato original de la encuesta:

- Siete de cada diez personas han leído periódicos recientemente.
- El principal público lector tiene entre 25 y 44 años de edad.
- Los varones representan, con el 73%, el grupo más numeroso de lectores de periódicos.
- El 44,54% de los encuestados dedica entre 15 minutos y media hora a la lectura de diarios, el 29,99% lee periódicos entre media hora y una hora y el 16,51% los lee durante menos de 15 minutos. Solo el 8,3% reserva entre una y dos horas diarias a la lectura de periódicos
- Por el contrario, el potencial del mercado ecuatoriano de revistas es muy escaso, ya que existe una baja demanda social de estos productos. En 2009 circulaban en el país aproximadamente 30 revistas nacionales y 300 internacionales.³⁹

Ecuador fue hasta hace poco uno de los cinco países con menor penetración de Internet en América Latina. Sin embargo, la cobertura de la red y el número de celulares crecieron rápidamente. Esto ha motivado a los diarios a incursionar en los medios digitales. En 1994, el diario Hoy de Quito fue el primer diario de América del Sur que publicaba sus contenidos también en Internet.⁴⁰ En el año 2005, Ecuadorinmediato fue el primer grupo de medios en comercializar exclusivamente contenidos mediáticos digitales.

El rotativo capitalino *Hoy* cerró su edición impresa en junio de 2014. Su director, Jaime Mantilla, justificó la decisión con supuestas limitaciones a causa de la Ley de Comunicación.⁴¹ No obstante, el periódico mantuvo su difusión informativa a través de su portal *online* Hoy Digital y una edición impresa de fin de semana hasta agosto del mismo año. El cierre definitivo de sus puertas se derivó de la orden de liquidación por parte de la Superintendencia de Compañías a 700 empresas que habrían reincidido durante dos años consecutivos en pérdidas superiores a la mitad de su capital social, conforme a sus estados financieros de los ejercicios de 2012 y 2013.⁴² Este medio fue fundado en junio de 1982.

Según la Unesco, la interactividad en los medios ecuatorianos es cada vez más alta: el 72,5% de los medios gráficos, el 100% de los canales de televisión y el 66,67% de las radioemisoras aprovechan esta opción para intercambiar ideas con su público.⁴³

3. Los medios de comunicación y la sociedad

La confianza en los medios de comunicación de Ecuador es, en general, baja. Esto se debe al papel que jugaron los medios durante la crisis financiera de 1999. Los canales de televisión, las radios y los diarios pertenecientes a los bancos y grupos financieros ocultaron hasta el último momento la verdadera dimensión de la inminente crisis y sostuvieron que los bancos se encontraban en una situación económica estable. Finalmente, cuando el Estado tuvo que intervenir los bancos, cientos de miles de ecuatorianos que habían confiado en la estabilidad de las instituciones financieras perdieron todos sus ahorros.

Esto supuso un grave punto de inflexión. Hasta antes de la crisis, los medios se ubicaban tradicionalmente entre los tres primeros lugares de las instituciones con mayor credibilidad y fiabilidad, sin embargo, después de la crisis, cayeron al octavo lugar. En los quince años posteriores, no han logrado recuperar la confianza de antaño.

Un estudio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) de 2011, indica que casi el 52% de la población ecuatoriana considera los medios de comunicación corruptos, opinión promovida por el presidente Rafael Correa, quien no cesa de calificar así a la prensa privada. Aun así, el 45% de los ecuatorianos considera

los medios del país fiables. Similar es la imagen que se tiene de los periodistas. Mientras un 47% los considera igualmente corruptos, el 49% de los encuestados los califica de fiables. Sin embargo, en cuanto a los contenidos, la opinión general es más favorable: el 63,47% los considera objetivos y fiables.⁴⁴

Si bien la televisión y, en segundo lugar, la radio son los medios de comunicación masivos más consumidos en Ecuador, la prensa escrita ejerce mayor influencia en la opinión pública. Esto se debe, entre otros factores, a que los editoriales, análisis y comentarios difundidos en los diarios del país suelen ser reproducidos por medios electrónicos y en parte leídos de forma íntegra en programas de radio y televisión. De este modo, las opiniones vertidas en la prensa llegan a un público muy superior a los estimados 3,2 millones de lectores regulares de diarios.

²⁸ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.18.

²⁹ CORONEL SALAS, G., BANEGAS, et. al. *Anuario de la Comunicación en Ecuador 2011-2012*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja. Departamento de Ciencias de Comunicación, 2012.

³⁰ Unesco (2011), p.144.

³¹ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.22.

³² *Ibid.*

³³ DEL ALCÁZAR, J. P. (mayo 2013). ¿Qué hacen los ecuatorianos en Internet? *Nuestro Mundo Air Magazine*. Pp. 88-89.

³⁴ Ciespal (2009), p.17.

³⁵ Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef). UNICEF promueve la lectura. Disponible en URL: http://www.unicef.org/ecuador/spanish/media_9317.htm [consulta 16 de julio de 2013]

³⁶ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.28.

³⁷ *Ibid.*, p.29.

³⁸ *Ibid.*, p.28.

³⁹ *Ibid.*, p.30.

⁴⁰ *Ibid.*, p.16.

⁴¹ *Diario Hoy suspende edición impresa y culpa a la Ley de Comunicación* (28 de junio de 2014). Ecuavisa. Disponible en el URL: <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/69444-diario-hoy-suspende-edicion-impresa-culpa-ley-comunicacion> [consulta 31 de julio de 2015]

⁴² *Súper de Compañías cierra definitivamente diario Hoy* (26 de agosto de 2014). El Comercio, Redacción Política. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/super-compania-cierra-definitivamente-diario.html> [consulta 31 de julio de 2015]

⁴³ Unesco, (2011), p.111.

⁴⁴ *Ibid.*, p.110.

3.1 Percepción de los medios públicos

En agosto de 2009, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) llevó a cabo un estudio sobre la percepción de los medios públicos en Ecuador.⁴⁵ Para ello se realizaron encuestas a 800 personas mayores de 16 años, 400 en Quito y 400 en Guayaquil. En esa fecha, los medios públicos todavía eran un fenómeno muy nuevo en Ecuador. Rafael Correa llevaba dos años en el poder. La nueva Constitución había sido aprobada poco antes, en 2008. El sondeo arrojó los siguientes resultados:

- El 85 % de los consultados en Quito y el 91 % de Guayaquil sabían que hay medios públicos en Ecuador.
- Sin embargo, más de un tercio de los encuestados no pudo mencionar el nombre de ningún medio público para demostrarlo.
- El canal de televisión Ecuador TV fue la respuesta de la mayoría de los encuestados que aportaron un ejemplo.
- En la encuesta, Ecuador TV ya era el medio estatal más conocido. En cambio, más de la mitad de los encuestados no había leído jamás *El Telégrafo* y más del 40 % no había sintonizado nunca la Radio Pública del Ecuador (RPE); la cuota de mercado de ECTV apenas superaba el 30 %. El 25 % de los encuestados admitió sintonizar diariamente Ecuador TV, mientras que solamente el 19 % dijo escuchar a diario RPE y tan solo el 12 % afirmó leer todos los días *El Telégrafo*.
- Más de la mitad de los encuestados evaluó positivamente la información de los medios públicos.
- El portal digital *El Ciudadano* era desconocido para una amplia mayoría de los encuestados: más del 80 % dijo no conocer su existencia.
- En respuesta a la pregunta de si existe alguna diferencia entre un medio público y uno del Gobierno, el 60 % de los encuestados respondió que sí, mientras que cerca de un tercio opinó que no hay ninguna diferencia.

3.2 Grupos vulnerables

La Constitución ecuatoriana, en su artículo 47, define como grupos vulnerables a «los niños y adolescentes, las mujeres embarazadas, las personas con discapacidad, las que adolecen de enfermedades catastróficas de alta complejidad y las de la tercera edad. (...) las personas en situación de riesgo y víctimas de violencia doméstica, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos».

La Ley Orgánica de Comunicación prohíbe

«la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tengan por

objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los Derechos Humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales», (art. 62).

Por *contenido discriminatorio*, la carta magna define en su artículo 61:

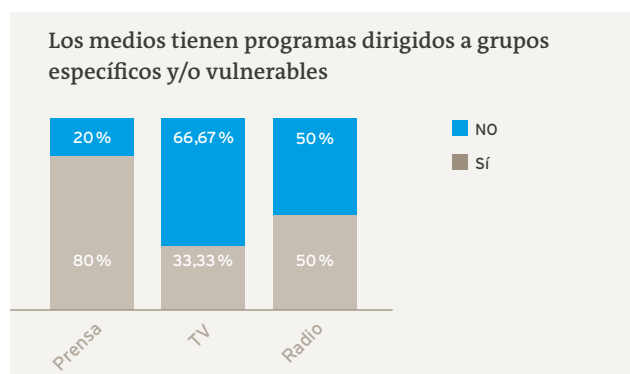
«todo mensaje (...) que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física...».

Con el objetivo de supervisar el cumplimiento de estas disposiciones, en 2014 el Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN) elaboró un Índice de Vulneración de Derechos en los Medios (IVDM) «que aglutina las principales vulneraciones de derechos en las que pueden incurrir (e incurren) los medios de comunicación».⁴⁶ El documento define 30 dimensiones de violaciones de los derechos fundamentales de los ciudadanos:

- Anormalización
- Banalización
- Cosificación
- Criminalización
- Discursos de odio
- Distorsión
- Empleo interesado del sensacionalismo, amarillismo y prensa roja
- Enjuiciamiento mediático
- Estereotipización
- Estigmatización
- Exclusión y marginación social
- Homogeneización de la realidad
- Incumplimiento del código deontológico
- Invisibilización
- Mal empleo del lenguaje
- Manipulación
- Mercantilización
- Mitificación
- Negativización
- Normalización
- Ridiculización
- Sobrerrepresentación de la violencia
- Transgresión del derecho de acceso a la información
- Tratamiento exhibicionista
- Tratamiento sexista
- Victimización
- Violación del derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la privacidad personal y familiar

Cada una de estas categorías se explica y luego se ofrece una serie de ejemplos para ilustrar el problema. El catálogo de criterios ofrece una orientación para una comunicación libre de violencia, discriminación y estigmatización. La elaboración de este catálogo de criterios, avalado por algunas instituciones públicas, permite a las autoridades disponer de una poderosa herramienta que puede ser utilizada también para ejercer censura e imponer sanciones o multas a los medios de comunicación.

Entre los tres tipos de medios (privados, públicos y comunitarios) existen amplias diferencias en cuanto al espacio que ocupan los denominados grupos vulnerables de la sociedad. Especialmente las emisoras privadas de radio y televisión les dedican un espacio insuficiente en su programación.⁴⁷ Según la misma investigación de la Unesco del año 2011, las mujeres se han vuelto prácticamente invisibles en las noticias y, cuando se informa sobre ellas, se lo hace mayormente con estereotipos.



Fuente: Unesco (2011), p.96.

Los medios gráficos dedican mucho más espacio a los grupos vulnerables que los medios audiovisuales: el 80% de los medios gráficos asegura dedicarles un lugar especial en sus ediciones, mientras que en las radios esto ocurre solamente en el 50% de ellas, al tiempo que apenas el 33,33% de los canales de televisión reserva a esta temática un lugar especial en su programación.⁴⁸

Por otro lado, los medios comunitarios dedican un espacio especial a contenidos para los grupos vulnerables y lo hacen diariamente con información y reportajes sobre la población indígena, afroecuatoriana, montubia, así como migrantes, refugiados, mujeres y jóvenes.⁴⁹

Sin embargo, en lo que respecta a la producción de contenidos, los medios audiovisuales son más abiertos respecto a productos elaborados por los propios grupos vulnerables. Dicen destinar el 50% de su parrilla de programación a dichas producciones.⁵⁰

Las noticias de los canales públicos son siempre traducidas simultáneamente a lengua de señas.⁵¹ Las lenguas indígenas, al menos en los medios privados nacionales, casi no tienen presencia. Solamente el 22% de los medios de comunicación tiene un programa en lenguas de los pueblos nativos. En los medios de radio y televisión públicos hay por lo menos algunos programas en lengua kichwa que son emitidos diariamente y producidos también por indígenas. Además hay programas en los que se imparten clases de lengua kichwa.⁵²

Programas en kichwa en medios públicos

MEDIOS	PROGRAMAS	IDIOMA	FRECUENCIA
RPE	Ecuador en movimiento	Español / Kichwa	Diaria
	Clases de kichwa	Kichwa	Diaria
	Programas	Kichwa	Semanal
ECTV	Informativo	Kichwa	Diaria
	Nuestros sueños	Kichwa	Semanal

El estudio de la Unesco de 2011 destaca ejemplos positivos del sector de los medios comunitarios producidos por indígenas en kichwa, como las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) en Riobamba. La cooperación de medios comunitarios con la difusión del kichwa más allá de las fronteras del país es impulsada especialmente por la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (Corape), que por medio de la Red Quechua enlaza emisoras indígenas de Ecuador, Perú y Bolivia.

Fuente: Unesco (2011), p.95.

⁴⁵ Ayala Marín y Calvache (2009).

⁴⁶ Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN) y Laboratorio de Comunicación y Derechos (LABCYD) (junio de 2014). Índice de Vulneración de Derechos Humanos IVDM. Herramienta conceptual y técnica para analizar los contenidos mediáticos. Disponible en URL: <http://iaen.edu.ec/wp-content/uploads/2014/06/%C3%8Dndice-de-Vulneraci%C3%B3n-de-Derechos-en-los-Medios.pdf> [consulta 23 de julio de 2013] p.12.

⁴⁷ Unesco, (2011), p.90.

⁴⁸ Ibid., p.95.

⁴⁹ Ibid., p.96.

⁵⁰ Ibid., p.96.

⁵¹ Ibid., p.95.

⁵² Ibid., p.94.

En el sector de los medios gráficos hay solamente una revista que se publica en kichwa: *Wiñay Kawsay*, desde 2007. Tampoco los grandes medios gráficos incluyen secciones que publiquen en alguna otra lengua nacional (idiomas indígenas).

En el año 2012, se presentó en Ecuador el primer teléfono móvil con aplicaciones en lengua kichwa. Se trata de una cooperación entre el Ministerio de Telecomunicaciones y la empresa Claro, líder en el mercado de la telefonía móvil con un 69 % de penetración (11,7 millones de usuarios).⁵³ El teléfono cuenta con radio FM, teclado de fácil lectura, calculadora, juegos y linterna, entre otros. Según datos del Censo de Población y Vivienda del año 2010, 591 448 personas tienen el kichwa como lengua materna en Ecuador.⁵⁴

La lengua *shuar*, hablada en la región amazónica, es divulgada a través de dos emisoras: la estación radial de la Federación Shuar y La Voz de Arutam.⁵⁵

3.3 Ámbitos de la información y selección de temas

Según un estudio de Paúl Bonilla de 2013⁵⁶, las áreas temáticas de la producción periodística se clasifican de la siguiente manera:

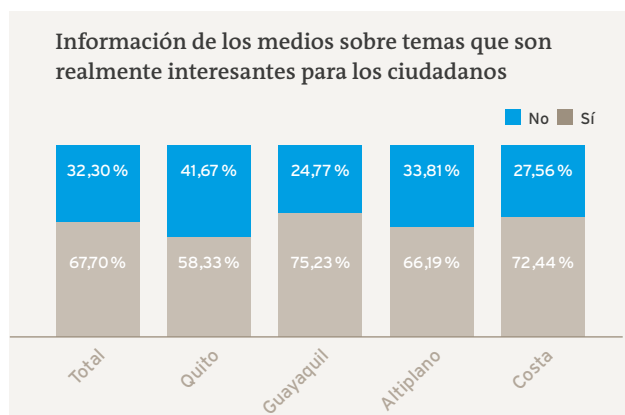
Política	14 %
Comuna	13 %
Cultura	13 %
Deporte	12 %
Sociedad	9 %
Economía	8 %
Crónica roja	6 %
Entretenimiento	6 %
Noticias internacionales	6 %
Tecnología	5 %

El artículo 80 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) define como una de las responsabilidades de los medios públicos la producción y difusión de contenidos que fomenten el reconocimiento de los Derechos Humanos de todos los grupos y de la naturaleza. Deben ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al Buen Vivir. Además, en lo que respecta a la información, los medios deben tomar en cuenta de manera especial el nivel de educación de los televidentes, oyentes, lectores y usuarios e incluir temas como la inclusión, las relaciones interculturales, la participación ciudadana, la diversidad, la transmisión de valores, la identidad nacional, la conciencia ambiental y los Derechos Humanos.

El artículo 74, numeral 4, de la LOC ratifica además lo dispuesto por la Ley de Radiodifusión y Televisión, a saber, que los me-

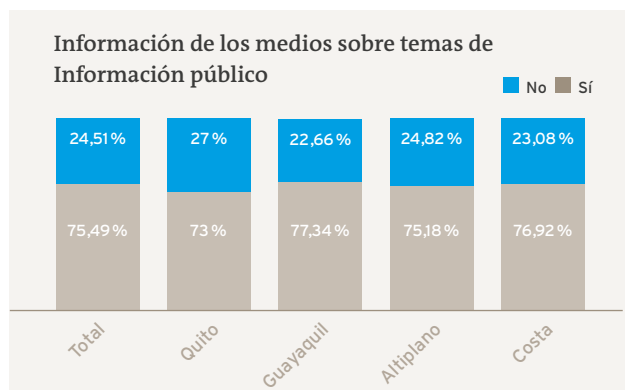
dios de comunicación televisivos deben destinar una hora diaria, no acumulable, a programas de educación, cultura, salud y derechos, producidos por los ministerios o secretarías competentes. Así, desde octubre de 2010, este es el fundamento legal sobre el que se sustenta la iniciativa Educa TV del Ministerio de Educación actualmente en funcionamiento en la televisión pública y privada de Ecuador.⁵⁷

Si bien, como se mencionó anteriormente, casi la mitad de la población tiene poca confianza en los medios de comunicación y los considera corruptos, en cuanto a los contenidos, la opinión es más favorable. Según el estudio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) de 2011 sobre el desarrollo mediático de Ecuador, el 67,7 % de los encuestados afirma que los medios difunden contenidos que son de su interés.



Fuente: Unesco (2011), p.96.

Los ciudadanos son conscientes de que hay una diferencia entre los temas de interés personal y los temas de interés público por su relevancia en la comunidad o en los ámbitos nacional, regional o local. También en este aspecto, los medios satisfacen las exigencias y expectativas de una amplia mayoría de la población (75,49 %), como constata el estudio de la Unesco:



Fuente: Unesco (2011), p.96.

Un análisis realizado en 2010 por la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios), ONG crítica con el Gobierno de Rafael Correa, examinó la cobertura informativa de las elecciones de 2009. La investigación se enfocó en la cobertura de la política ecuatoriana en televisión. Para ello se analizaron seis canales, tanto públicos como privados. El estudio llegó a la conclusión de que en ningún canal hubo un debate político entre los candidatos de distintos partidos y corrientes políticas. Tampoco las promesas electorales de los candidatos fueron analizadas en profundidad y los ciudadanos recibieron en general información insuficiente.⁵⁸

4. Legislación

4.1 La Ley Orgánica de Comunicación (LOC)

La última ley de medios de Ecuador data de 1975, época de la dictadura militar. Con este antecedente, a inicios del Gobierno de Rafael Correa, en 2007, algunos grupos de la sociedad civil, las redes y los medios comunitarios se comprometieron a *democratizar* los medios de comunicación que durante décadas estuvieron en manos de grandes empresarios y grupos económicos. Muchos de sus miembros ejercieron el periodismo en Ecuador.⁵⁹

El proyecto de Ley de Comunicación fue planteado en 2009 y, tras extensos debates, estuvo congelado durante un largo tiempo en el Parlamento, porque no tenía una mayoría a su favor. En las elecciones parlamentarias de febrero de 2013, el oficialista Movimiento Alianza PAIS obtuvo una amplia mayoría, con 100 escaños de un total de 137 en la Asamblea Nacional, con lo que se allanó el camino hacia la *Ley Orgánica de Comunicación*, que encabezaba la lista de prioridades del jefe de Estado.

Con fiestas y movilizaciones encabezadas por el Gobierno, con el respaldo de sus simpatizantes y con eslóganes como «La palabra ya es de todos» o «Democratizamos la palabra y terminamos con el abuso de ciertos medios», el 14 de junio de 2013 la Asamblea Nacional del Ecuador aprobó los 119 artículos de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) con una mayoría de 108 votos, de un total de 137. La redistribución de las frecuencias obtuvo incluso el apoyo de 110 asambleístas, entre ellos los dos del partido indígena Pachakutik. Desde entonces, la comunicación a través de los medios es un *servicio público* en Ecuador.⁵⁹

También hubo protestas y una ola de indignación por parte de la oposición y de organizaciones no gubernamentales internacionales contra la, por ellos denominada, ley mordaza.

4.2 El 14 de junio de 2013

Entre los reclamos de la oposición, se denunció que el texto definitivo del proyecto de ley fue distribuido apenas 16 horas antes de la votación en la Asamblea. El legislador responsable, Mauro Andino, habría introducido alrededor de 40 cambios al cuerpo legal que no fueron debatidos. Entre las supuestas modificaciones que despertaron especial preocupación se cuenta la tipificación del denominado *linchamiento mediático* y la creación de una autoridad denominada *Superintendencia de la Información y Comunicación*, con facultades para controlar e imponer sanciones si los periodistas no se atienen a la ley.⁶⁰ Uno de los temas centrales de los debates de los cuatro años anteriores había sido precisamente que no debía crearse en modo alguno una autoridad de estas características.

Andino defendió la legitimidad de los cambios insertados en el texto y afirmó que, en su calidad de asambleísta, la ley le habilitaba a introducirlos antes del último debate en el pleno. Después de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, el legislador aseguró que la nueva normativa garantiza la liber-

⁵³ PAUTASIO, L. (25 de enero de 2013). Claro lidera el mercado de telefonía móvil con el 69% de penetración. *TeleSemana.com*. Disponible en URL: <http://www.telesemana.com/blog/2013/01/25/ecuador-claro-lidera-el-mercado-de-telefonía-movil-con-el-69-de-penetracion/> [consulta 23 de mayo de 2015]

⁵⁴ Ecuador lanza primer teléfono celular con aplicaciones en Kichwa (05 de octubre de 2012). *El Telégrafo*. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/tecnología/item/ecuador-lanza-primer-telefono-celular-con-aplicaciones-en-kichwa.html> [consulta 23 de julio de 2013]

⁵⁵ Unesco, (2011), pp.94, 95.

⁵⁶ BONILLA SORIA, P.E. (2013). *Los periodistas quiteños, las condiciones de trabajo imperantes y los procesos de producción de las noticias*. Tesis para obtener el título de maestría en Comunicación con mención en Opinión Pública. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Quito: Sede Ecuador.

⁵⁷ Ministerio de Educación. Educa TV. Disponible en URL: <http://www.educa.ec/index.php/quienes-somos> [consulta 10 de agosto de 2015]

⁵⁸ RICAURTE, C., AGUILAR, P., et. al. *La Palabra Rota. Seis Investigaciones Sobre el periodismo Ecuatoriano*. Quito: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, FUNDAMEDIOS / Artes Gráficas Senefelder, 2010. Disponible en URL: http://www.fundamedios.org/sites/default/files/archivos/9467_la_palabra_rota_libro_final_h.pdf [consulta 25 de julio de 2013] p. 166.

⁵⁹ SANTAMARÍA ANSA, C. (junio de 2013). Ecuador tiene polémica ley sobre comunicación. *El País*. Disponible en URL: <http://www.elpais.com.uy/mundo/ecuador-polemica-ley-comunicacion-correa.html> [consulta 11 de agosto de 2015]

⁶⁰ *La Ley de Comunicación es aprobada por la Asamblea Nacional (14 de junio de 2013)*. *El Diario Manabita libre de pensamiento*. Disponible en URL: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/269293-la-ley-de-comunicacion-es-aprobada-por-la-asamblea-nacional/> [consulta 25 de julio de 2015]

tad de expresión y el acceso a la información que, en el pasado, habría sido un privilegio de las minorías.⁶¹

La oposición solicitó un debate más a fondo sobre las últimas modificaciones que, sin embargo, no le fue concedido. Los asambleístas opositores manifestaron su desacuerdo con la ley atándose pañuelos blancos a manera de mordazas y elevando pancartas en el interior de la Asamblea que exhibían frases como «La comunicación es un derecho, no un servicio público».

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) fue presentada al Ejecutivo y sancionada por el presidente Correa sin veto para transferirla a las autoridades legales sin ninguna objeción. Rodeada de tal controversia, el 14 de junio de 2013 la LOC se convirtió en realidad. «No desperdicien su tiempo. ¡En el Ecuador del siglo XXI, el Ecuador de la Revolución Ciudadana, encontrarán soberanía y dignidad!», fueron las palabras del presidente para celebrar la Ley de Comunicación.

4.3 Reacciones

Si bien la Ley Orgánica de Comunicación fue bien recibida por sectores sociales afines al Gobierno y algunos grupos que celebraron los incisos que promueven la redistribución de frecuencias, el eco internacional en su mayoría fue crítico. Entre los aspectos más cuestionados destacan el *delito de linchamiento mediático*, la ambigüedad acerca de la obligación de los periodistas de informar sobre hechos de *interés público*, la tipificación de la comunicación como *servicio público* y la creación de la *Superintendencia de Información* como autoridad reguladora de los medios. A continuación se relacionan algunas de estas reacciones:

La organización no gubernamental (ONG) Human Rights Watch advirtió que «la ley habla en diversos pasajes de sanciones penales contra medios y periodistas. Esto contradice el estándar internacional. Esta ley sirve para presentar la versión estatal como si fuera la verdad». Por su parte, Reporteros sin Fronteras afirmó que la LOC es

«un claro ataque a la libertad de expresión, junto con una campaña sistemática de demonización, especialmente de todos los periódicos y todas las radioemisoras privadas. Rafael Correa, que se muestra en el extranjero, en los casos Assange y Snowden, como protector de la libertad de expresión, ha transformado a Ecuador en uno de los países más restrictivos en cuanto a libertad de expresión».

La Organización de las Naciones Unidas manifestó que «la ley contiene elementos que claramente van en dirección contraria a la libertad de expresión y de prensa». La exrelatora para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana

de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos (OEA), Catalina Botero, ya expresó la preocupación del organismo internacional durante los procesos de debate de la LOC. Después de su aprobación en el Pleno, Botero dirigió una carta al canciller ecuatoriano, Ricardo Patiño, en la que urgió al Gobierno ecuatoriano a revisar el cuerpo legal para evitar una posible restricción «severa» de la libertad de prensa y un «efecto intimidatorio» en los medios de comunicación de Ecuador. La representante señaló que

«la ley consagra algunos principios importantes para el ejercicio del derecho a la libertad de pensamiento y expresión. No obstante, al regular dichos principios, la ley establece gravosas restricciones que hacen que resulten prácticamente ineficaces».

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), entidad que representa a los editores y propietarios de los medios de todo el continente americano, calificó el cuerpo legal como «el mayor retraso para la libertad de expresión en la historia reciente de América Latina». El Comité para la Protección de Periodistas sostuvo: «esta ley mordaza limita la libertad de expresión a niveles alarmantes. Con ella, la estrategia de Correa de acallar a los medios demuestra ser exitosa».

Por su parte, la Unión Nacional de Periodistas (UNP) se manifestó mediante su titular Vicente Ordóñez, quien declaró que la nueva ley es «perversa» y «pretende hacer daño a la tarea periodística», especialmente al periodismo de investigación, con el instrumento del «linchamiento mediático».⁶²

También en Ecuador muchos periodistas hablaron de «un día negro» para la libertad de expresión y la libertad de prensa. La ONG Fundamedios sostuvo que «esta ley va en contra de las sociedades democráticas, en las que se promueve la independencia. Pero en Ecuador, ésta es puesta en manos del Estado».

No obstante, la LOC también es considerada positiva, sobre todo, por parte de grupos y movimientos sociales marginales. Según ellos, la tendencia a la democratización de los medios comenzó en América Latina con la «Ley de Medios Audiovisuales» en Argentina, aprobada en 2009. Estos grupos consideran que ésta es una gran conquista no solamente para Ecuador, sino que representa también un importante precedente en la región.

Incluso antes de la votación en la Asamblea Nacional, la asambleísta Lourdes Tibán, del Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik (organización política de oposición al Gobierno), declaraba:

«Este es un gran día para todos los pueblos que han luchado mucho tiempo por la libertad de expresión. ¡Y seguiremos luchando mientras no nos anulen el cerebro y no nos corten la lengua!»

Asimismo, la presidenta de la Asamblea Nacional, Gabriela Rivadaneira, veía en la Ley de Comunicación la posibilidad de «poner fin a una época de monopolios, de democratizar la libertad de expresión y de garantizar finalmente los derechos de la población».

También el decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Kléber Loor, aplaudía la aprobación del nuevo cuerpo legal:

«Necesitamos periodistas profesionales que trabajen para todos los medios de comunicación y necesitamos más espacios. Además, es necesario que las frecuencias sean distribuidas igualmente».

Igualmente, el director del diario público *El Telégrafo*, Orlando Pérez, apuntaba en esa dirección y denunciaba que los medios privados y comerciales de Ecuador, supuestamente, escribían siempre lo mismo:

«Ni uno solo dice que al menos una parte de la ley sea buena o interesante, o que beneficie a un sector de la sociedad. En ese sentido, esta uniformidad contradice la afirmación de que la ley es un ataque contra la libertad de expresión. Lo que tenemos que lograr tanto en Ecuador como en América Latina y Europa es que muchos medios informen sobre muchas cosas y que reflejen la opinión de diversas personas, grupos y sectores sociales».

Estefanía Montalvo, periodista y encargada de prensa del Ministerio del Ambiente, considera que la ley es una oportunidad para mejorar la calidad periodística porque obliga a los periodistas a «recurrir a más fuentes, revisar mejor la información e informar sin los propios prejuicios. Ahora todos los periodistas lo pensarán dos veces antes de publicar información que no ha sido verificada».

El representante en Ecuador de Reporteros Sin Fronteras y catedrático de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), Eric Samson, también reconoció aspectos positivos de la ley, después de un año de su vigencia: «Me parece bien que se abran las frecuencias, eso es muy positivo. El hecho de repartir o dejar espacios para medios públicos y comunitarios es más que correcto, pero hay que pasar a los hechos», sostuvo Samson en una entrevista con el diario *El Telégrafo*.

En especial fue bien recibida por doquier la nueva (y tardía) redistribución de las frecuencias, que beneficia sobre todo a los medios comunitarios, así como el fundamento jurídico de los derechos laborales para los periodistas y el fortalecimiento de la industria nacional de la música, la publicidad y el cine, beneficiados de este modo por la Ley de Comunicación.

4.4 Los artículos más importantes de la LOC y su relevancia

La Ley Orgánica de Comunicación consta de 119 de artículos que se dividen en 6 títulos (Disposiciones preliminares y definiciones, Principios y derechos, Sistema de Comunicación Social, Regulación de contenidos, Medios de comunicación social y Del espectro radioeléctrico), 24 Disposiciones transitorias, 6 Disposiciones reformativas, 2 Disposiciones derogatorias y una Disposición final que se distribuyen en un total de 24 páginas. Algunas disposiciones han despertado especial preocupación y debate desde de su aprobación. Muchas de ellas también ocasionaron cambios en el panorama mediático de Ecuador. A continuación presentamos algunos de artículos de la LOC:

Art. 5. Medios de comunicación social

«Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de Internet». (LOC, p.3)⁶³

En el artículo 5 de la Ley de Comunicación aparece por primera vez el concepto de comunicación o información como *servicio público*. El presidente Correa lo compara con servicios básicos como agua, energía eléctrica o recolección de residuos, que también son provistos por el Estado. Es uno de los artículos particularmente cuestionados, porque la cercanía con el Estado supone un gran obstáculo para el periodismo independiente. Voces contrarias reclaman que la comunicación es un derecho y no un servicio a cargo del Estado.

⁶¹ Mauro Andino defiende inserción de cambios en último momento a Ley de Comunicación (17 de junio de 2013). Periódico online Ecuador Inmediato. Disponible en URL: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=wap_news_view&id=199110, [consulta 12 de agosto de 2015]

⁶² Para UNP, Ley de Comunicación es perversa (18 de junio de 2013). Periódico online Ecuador Inmediato.

⁶³ Asamblea Nacional República del Ecuador (junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Disponible en URL: http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf [consulta 23 de julio de 2013], p.3.

En diciembre de 2015, la Asamblea Nacional aprobó un paquete de 15 enmiendas constitucionales, una de las cuales reivindica la definición de la comunicación como servicio público. El artículo 384 de la Carta Magna de Ecuador, que hace referencia a la comunicación social, dice en su nueva versión:

«La comunicación como un servicio público se prestará a través de medios públicos, privados y comunitarios. El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana...».⁶⁴

Las críticas a nivel nacional e internacional no se hicieron esperar. La ONG Fundamedios califica esta modificación constitucional de «un grave retroceso y vulneración al derecho a la libertad de expresión». La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), por su parte, catalogó la medida como un «duro revés para la libertad de expresión en Ecuador». El presidente de la SIP, Pierre Manigault, indicó al respecto que el derecho del público a la información es «un derecho humano que no le pertenece a la autoridad sino al pueblo, como rezan los principios internacionales, tal como la Declaración Universal de los Derechos Humanos y también la Declaración de Chapultepec».⁶⁵

Art. 6. Medios de comunicación social de carácter nacional

«Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llegue al 30% o más de la población del país, de acuerdo al último censo nacional; o, si el sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país. Adquieren la misma condición los medios impresos nacionales siempre que la publicación circule en una o más provincias del territorio de la República del Ecuador cuya población corresponda, individual o conjuntamente, al 30% o más del total de habitantes del país, de acuerdo con el último censo nacional. Los medios de comunicación social de carácter nacional no podrán pertenecer en todo o en parte, de forma directa o indirecta, a organizaciones o compañías extranjeras domiciliadas fuera del Estado ecuatoriano ni a ciudadanos extranjeros, salvo aquellos ciudadanos extranjeros que residan de manera regular en el territorio nacional». (LOC, p.3)⁶⁶

Este artículo regula la influencia de las empresas extranjeras sobre los medios ecuatorianos. Los medios de comunicación que lleguen a más del 30% de la población (televisión, radio o medios impresos) y que sean considerados de carácter nacional, no pueden pertenecer, ni siquiera en parte, a empresas extranjeras que tengan su sede fuera del país. Los extranjeros que tengan un permiso regular de residencia en Ecuador quedan excluidos.

Art. 18. Prohibición de censura previa

«Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa. Quienes censuren previamente o ejecuten actos conducentes a realizarla de manera indirecta, serán sancionados administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 10 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que el autor de los actos de censura responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral». (LOC, p.5)⁶⁷

El medio de comunicación que no informe sobre hechos de *interés público* o lo haga de manera incompleta recibirá una sanción de 10 salarios básicos (un salario básico equivale a 354 dólares) por parte de la Superintendencia de la Información y Comunicación. La ambigüedad del apelativo de *interés público* ha dado lugar a un amplio debate y a algunas confusiones. El artículo despierta una serie de preguntas como ¿no es responsabilidad del profesional de la comunicación decidir, de acuerdo a criterios periodísticos, qué temas son o no de interés público? o ¿es o no de interés público, por ejemplo, la visita de un ministro a una provincia? o ¿qué consecuencias debería enfrentar una radio local si decide no cubrir esa visita porque la considera un acto de relaciones públicas y, por lo tanto, no relevante?

Art. 22. Derecho a recibir información de relevancia pública veraz

«Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística. La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones. La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística. Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un inte-

rés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente». (LOC, p.6)⁶⁸

El artículo 22 tiene por objetivo corregir la falta de precisión y rigurosidad en la investigación de un acontecimiento, la cobertura tendenciosa que omite el punto de vista o la opinión de la contraparte o simplemente de una segunda fuente. Cabe preguntarse si la Ley de Comunicación es el instrumento indicado para mejorar la calidad del periodismo en Ecuador y lograr que la información difundida por medios electrónicos sea contrastada, precisa, contextualizada y que presente varias fuentes.

Art. 26. Linchamiento mediático

«Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública. La Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas: 1. La disculpa pública de la o las personas que produjeron y difundieron tal información. 2. Publicar la disculpa establecida en el numeral anterior en el medio o medios de comunicación, en días distintos, en el mismo espacio, programas, secciones, tantas veces como fue publicada la información lesiva al prestigio o la credibilidad de las personas afectadas. Estas medidas administrativas se aplicarán sin perjuicio de que los autores de la infracción respondan por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral». (LOC, p.6)⁶⁹

El artículo 26 prohíbe el *linchamiento mediático* o *difamación mediática*, definido como la publicación repetitiva de información que desprestigie a una persona o institución. La ley prohíbe, por lo tanto, a los periodistas criticar a políticos o instituciones para «reducir su credibilidad pública». La sanción para quienes incurran en esta *infracción* consiste en forzar a los medios de comunicación a pedir disculpas públicamente con la misma frecuencia y en el mismo espacio utilizado para la difusión de *comentarios discriminatorios*. En casos particulares, los periodistas corren el riesgo de recibir penas que alcancen hasta tres años de prisión. Los críticos dicen que este instrumento determina el «fin del periodismo de investigación» en Ecuador. No solamente los medios temen que esta disposición pretenda impedir que se informe acerca de irregularidades dentro del aparato estatal. Catalina Botero, exrelatora especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, manifiesta

ba su preocupación sobre las consecuencias de este artículo, en su carta enviada al Ministro de Relaciones Exteriores ecuatoriano, Ricardo Patiño, en junio de 2013:

«Cualquier denuncia sostenida de corrupción que pueda conducir a la reducción de la credibilidad pública del funcionario involucrado podría ser calificada por el órgano administrativo competente como linchamiento mediático y ser objeto de las correspondientes sanciones».

Art. 36. Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional

«Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio». (LOC, p.8)⁷⁰

El artículo 36 reconoce el derecho de las minorías nacionales como indígenas, afroecuatorianos o montubios a informar en su propia lengua. Además, todos los medios tienen el deber de dedicar el 5% de su programación a estos grupos de la población mediante información sobre la cultura, tradiciones o los saberes de las mismas.

Sin embargo, un estudio realizado por la Supercom en 2014 constata el absoluto incumplimiento de este artículo en la televisión. La investigación analizó en febrero, junio, septiembre y noviembre de ese año un total de 851 contenidos de los nueve canales de televisión de mayor audiencia del país. De esos contenidos, apenas uno fue de aspecto intercultural. Según el estudio, los canales de televisión argumentan que la oferta de contenidos interculturales en el mercado ecuatoriano es muy escasa y que los costos de producción de contenidos exclusivos son muy altos.⁷¹

⁶⁴ Asamblea aprueba cambio a la Constitución para que la comunicación sea considerada como servicio público, *Fundamedios*, 03.12.2015

⁶⁵ SIP (10.12.2015). *Un duro revés, la enmienda constitucional sobre comunicación en Ecuador. La Prensa.*

⁶⁶ Asamblea Nacional República del Ecuador (junio de 2013) *Ley Orgánica de Comunicación*, p.3.

⁶⁷ *Ibid.*, p.5.

⁶⁸ *Ibid.*, p.6.

⁶⁹ *Ibid.*, p.6.

⁷⁰ *Ibid.*, p.8.

⁷¹ *La interculturalidad en la TV es casi nula* (13.02.2015). *El Telégrafo.*

Art. 42. Libre ejercicio de la comunicación

«Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos Indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior. En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales». (LOC, p.9)⁷²

El artículo 42 tiene el objetivo de impulsar la profesionalización de los periodistas en Ecuador. El artículo establece un plazo de seis años desde la vigencia de la LOC, es decir hasta el año 2019, para obtener un título universitario de periodista, ya que en el futuro «todas las actividades periodísticas deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación». Organizaciones no gubernamentales como Fundamedios rechazan este inciso, ya que «va en contra de los estándares internacionales» que defienden que no toda actividad informativa será realizada necesariamente por periodistas profesionales. Cabe destacar que los periodistas indígenas no están obligados a tener un título universitario, es decir, los comunicadores de las emisoras que solo emiten programas en lenguas nativas. Por otro lado, aquellas emisoras que solo transmiten en español tienen la obligación de contar por lo menos con un periodista titulado. Esta disposición representa un desafío también para las universidades ecuatorianas que no cuentan con suficientes docentes en la especialidad de periodismo, las cuales deben revisar su malla curricular y desarrollar ofertas especiales para reconocer la experiencia profesional de los comunicadores empíricos. La realidad geográfica representa un problema adicional, puesto que en algunas zonas del país no hay universidades.

Art. 44. Derechos laborales de las y los trabajadores de la comunicación

«Las y los comunicadores; y, las y los trabajadores de la comunicación tienen los siguientes derechos: A remuneraciones de acuerdo a las tablas salariales fijadas por la autoridad competente, a la seguridad social y demás derechos laborales, según sus funciones y competencias; a ser provistos por sus empleadores de los recursos económicos, técnicos y materiales suficientes para el adecuado ejercicio de su profesión y de las tareas periodísticas que les encargan tanto en la ciudad, donde habitualmente trabajan, o fuera de ella». (LOC, p.9)⁷³

Según el artículo 44, los medios de comunicación están obligados a proveer a sus trabajadores de los recursos económicos, técnicos y materiales adecuados necesarios para el ejercicio de sus actividades. La tabla salarial estipula un salario mínimo de 817 dólares para un periodista profesional de un medio privado o público. Para los trabajadores de medios comunitarios, el sueldo mínimo es de 570 dólares. Mientras que el pago del salario mínimo no debería representar un mayor desafío para los medios comerciales y públicos, la tarifa fijada para medios comunitarios genera situaciones económicas más complejas. Si bien la LOC permite que los medios comunitarios generen ingresos mediante la publicidad, el nuevo nivel de salarios supera las posibilidades económicas de muchos de ellos.

Art. 47. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación

«El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación es un cuerpo colegiado con personalidad jurídica, autonomía funcional, administrativa y financiera, cuyo presidente ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de esta entidad. Sus resoluciones son de obligatorio cumplimiento». (LOC, p.10)⁷⁴

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información (Cordicom) es el organismo encargado de implementar las normativas para regular los derechos de la comunicación e información, de conformidad con la Constitución y la Ley Orgánica de Comunicación. Es también la institución responsable de la distribución de frecuencias y la entidad que recibe y analiza la pertinencia de reclamos y denuncias relacionadas con el incumplimiento de la LOC por medios de comunicación social o la violación de alguno de sus artículos.⁷⁵

Al mismo tiempo, es la institución responsable de diseñar los programas de profesionalización para periodistas empíricos y demás trabajadores de la comunicación. El Cordicom ha diseñado programas de profesionalización en las siguientes áreas: certificación de competencias laborales, titulación superior universitaria, escolaridad inconclusa, titulación en carreras tecnológicas y formación continua.

Art. 48. Integración

«El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación estará integrado de la siguiente manera: 1. Un representante de la Función Ejecutiva, quien lo presidirá. 2. Un representante de los Consejos Nacionales de Igualdad. 3. Un representante del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. 4. Un representante de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. 5. Un representante del Defensor del Pueblo». (LOC, p.10)⁷⁶

Art. 55. Superintendencia de la Información y Comunicación

«La Superintendencia de la Información y Comunicación

es el organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa; que cuenta con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación. La Superintendencia tendrá en su estructura intendencias, unidades, divisiones técnicas, y órganos asesores que se establezcan en la normativa que para el efecto emita. La o el Superintendente será nombrado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social de una terna que enviará la Presidenta o Presidente de la República de conformidad con lo dispuesto en la Constitución. Las resoluciones que emita la Superintendencia en el ámbito de su competencia son de obligatorio cumplimiento». (LOC, p.11)⁷⁷

Se crean dos instancias de control a modo de comisiones reguladoras. Son, por un lado, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom). Lo integran representantes del Estado, de los Consejos Nacionales para la Igualdad, del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS) y representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs). Las voces críticas apuntan esencialmente al hecho de que su jurisdicción abarca el control y la regulación del acceso a la información, los contenidos, las frecuencias y los horarios de emisión.

Asimismo, la Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom) vigila y controla la información y tiene capacidad sancionatoria, es decir, puede imponer sanciones en caso de infracciones. El superintendente designado se elige de una terna de candidatos propuestos por el presidente de la república.

La Superintendencia de Información y Comunicación pone en práctica lo que propone el Cordicom. Es decir, aquí intervienen dos autoridades estatales que controlan el manejo y la difusión de información en Ecuador. Esto podría implicar consecuencias negativas para el derecho a la libertad de expresión y la libertad de prensa. Los ya mencionados cinco miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación son, además, sin excepción, afines al Gobierno.

Art. 74. Obligaciones de los medios audiovisuales

«Los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general: Transmitir en cadena nacional o local, en todos o en varios medios de comunicación social, los mensajes de interés general que disponga el Presidente de la República y/o la entidad de la Función Ejecutiva que reciba esta competencia. Los titulares de las demás funciones del Estado coordinarán con esta entidad de la Función Ejecutiva para hacer uso de este espacio desti-

nado a realizar las cadenas establecidas en este numeral. Estos espacios se utilizarán de forma coordinada única y exclusivamente para informar de las materias de su competencia cuando sea necesario para el interés público. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad». (LOC, p.14)⁷⁸

Mediante esta disposición, el Estado obliga a los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta, públicos y privados a transmitir las cadenas nacionales, que permiten al presidente interrumpir la programación regular cuando el Gobierno considera que tiene un mensaje de *interés general*. Se trata de una herramienta poderosa en manos del presidente Correa, empleada ya en repetidas ocasiones para difundir manifiestos con opiniones críticas a manera de réplica presidencial.

Art. 77. Suspensión de la libertad de información

«La o el Presidente de la República, en uso de sus atribuciones constitucionales, puede disponer la suspensión del derecho a la libertad de información, para lo cual debe cumplir las siguientes condiciones:

1. Que el estado de excepción se haya declarado previamente;
2. Que se verifique la aplicación de los principios, condiciones y alcances que debe satisfacer la declaratoria del estado de excepción, según el Art. 164 de la Constitución;
3. Que se verifique el cumplimiento adecuado del procedimiento establecido en el Art. 166 de la Constitución para declarar el estado de excepción; y,
4. Que se fundamente por escrito y desde los parámetros del Estado de Derecho la necesidad y la finalidad de disponer la suspensión del derecho a la libertad de información y la censura previa a los medios de comunicación, estableciendo los alcances de estas medidas y el plazo que van a durar.

La declaratoria de estado de excepción solo puede suspender el derecho a la libertad de información y establecer la censura previa de los medios de comunicación, y no podrán establecerse restricciones de ningún tipo a los demás derechos de la comunicación establecidos en esta Ley y en la Constitución». (LOC, p.14)⁷⁹

⁷² Asamblea Nacional República del Ecuador (junio de 2013) *Ley Orgánica de Comunicación*, p.9.

⁷³ *Ibid.*, p.9.

⁷⁴ *Ibid.*, p.10.

⁷⁵ *Ibid.*, p.10.

⁷⁶ *Ibid.*, p.10.

⁷⁷ *Ibid.*, p.11.

⁷⁸ *Ibid.* p.14.

⁷⁹ *Ibid.*, p.14.

El artículo 77 amplía las facultades otorgadas por la Constitución al presidente de la república de suspender la libertad de información durante un estado de emergencia. La LOC permite al presidente suspender las libertades también bajo consideraciones relacionadas con el *Estado de derecho*, una noción muy general y frecuentemente subjetiva.

Art. 84 . Definición.

«Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social». (LOC, p.15)⁸⁰

Es la segunda vez que la Ley la Comunicación define la información como *servicio público*. Esta definición transforma al Estado en un ente controlador del flujo de información y no en el garante del derecho a la libertad de opinión y de expresión. De acuerdo con la ex Relatora para la Libertad de Expresión de la CIDH, Catalina Botero, el concepto de la comunicación social como *servicio público* y de la información como *bien público* no es compatible con ningún instrumento internacional de Derechos Humanos.

Art. 85. Definición

«Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social». (LOC, p.15)⁸¹

Art. 87. Financiamiento

«Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen». (LOC, p.16)⁸²

Los artículos 85 y 87 se refieren a los medios comunitarios. Estos son medios que funcionan explícitamente sin fines de lucro y que tienen un carácter social. Con la nueva ley se les permite expresamente generar ingresos por la venta de publicidad, los cuales deben en primera instancia beneficiar al respectivo medio y después ser destinados a proyectos sociales de las respectivas comunidades aledañas. Esta disposición supone un fortalecimiento de los medios comunitarios, que por primera vez tienen la posibilidad de generar ingresos y con ello también la oportunidad de consolidar una mayor independencia de donaciones y subvenciones por parte de ONG nacionales e internacionales, de la Iglesia y del Estado.

Art. 96. Inversión en publicidad privada

«Al menos el 10 % del presupuesto anual destinado por los anunciantes privados para publicidad de productos, servicios o bienes que se oferten a nivel nacional en los medios de comunicación se invertirá en medios de comunicación de cobertura local o regional». (LOC, p.17)⁸³

Entre las innovaciones de la ley está la obligación de los anunciantes privados a destinar por los menos el 10% de su presupuesto publicitario a medios locales y regionales. De esta manera se garantiza que también los medios de bajo alcance o tiraje, como medios de zonas rurales, reciban un porcentaje de los ingresos por publicidad.

Art. 97. Espacio para la producción audiovisual nacional

«Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60 % de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10 % de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio». (LOC, p.17)⁸⁴

Un aspecto positivo de la Ley Orgánica de Comunicación es que apunta a fortalecer la industria nacional de la música, el cine y la publicidad.

Art. 98. Producción de publicidad nacional

«La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80 % de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales. Se prohíbe importación de piezas publicitarias producidas fuera del país por empresas extranjeras». (LOC, p.17)⁸⁵

La industria publicitaria nacional podrá, por su parte, sacar provecho de la nueva ley, pues en el futuro cuatro de cada cinco anuncios publicitarios deben provenir de productoras ecuatorianas.

Art. 103. Difusión de los contenidos musicales

«En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50 % de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley. Están exentas de la obliga-

ción referida al 50 % de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado». (LOC, p.18)⁸⁶

Este artículo es también materia de reclamos por parte de sectores sociales que luchan por el estímulo a las producciones culturales. La música de los programas musicales debe ser por lo menos en un 50 % de producción, composición o ejecución nacional. Esto, sin embargo, supone algunos problemas para las emisoras, ya que la industria ecuatoriana de la música es débil y en algunos géneros musicales existen muy pocas composiciones. A pesar de ello, 1 147 radios, 547 canales de televisión y 277 productoras audiovisuales van a tener que modificar paulatinamente su programación.

Art. 106. Distribución equitativa de frecuencias

«Distribución equitativa de frecuencias. Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33 % de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33 % para la operación de medios privados, y 34 % para la operación de medios comunitarios. Esta distribución se alcanzará de forma progresiva y principalmente mediante: 1. La asignación de las frecuencias todavía disponibles; 2. La reversión de frecuencias obtenidas ilegalmente, y su posterior redistribución; 3. La reversión de frecuencias por incumplimiento de las normas técnicas, jurídicas para su funcionamiento o fines para los que les fueron concesionadas, y su posterior redistribución; 4. La distribución de frecuencias que regresan al Estado conforme a lo dispuesto por la ley; y, 5. La distribución equitativa de frecuencias y señales que permitirá la digitalización de los sistemas de transmisión de radio y televisión. En todos estos casos, la distribución de frecuencias priorizará al sector comunitario hasta lograr la distribución equitativa que establece este artículo». (LOC, p.19)⁸⁷

La redistribución paulatina de las frecuencias de radio y televisión es, sin duda, la medida que recibe los mayores aplausos: un 33 % de las frecuencias serán otorgadas a operadores privados, un 33 %, a operadores públicos y un 34 %, a medios comunitarios. Esta regulación impide la formación de monopolios en medios audiovisuales al establecer que las personas naturales o jurídicas no recibirán más de un permiso para una emisora principal en AM, FM y televisión. En coincidencia con los resultados de la evaluación de radiofrecuencias de 2009, las frecuencias ilegalmente adquiridas u operadas fueron devueltas al Estado y podrán ser reasignadas. Antes las frecuencias eran distribuidas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión (Conartel). Según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel), el 85 % de las radiofrecuencias y el 71 % de los canales de televisión son administrados por operadores privados. Así, la nueva distribución de frecuencias limita a los

medios privados, mientras que el sector de los medios comunitarios sale fortalecido.

4.5 Regulación estatal, adjudicación de licencias y frecuencias

A partir de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) se crearon dos instituciones para supervisar el cumplimiento de sus normativas legales:

- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom)
- La Superintendencia de la Información y Comunicación (Supercom)

El Cordicom es el ente encargado, entre otros asuntos, de velar por el cumplimiento de la LOC, así como de distribuir las frecuencias para radio y televisión a medios públicos (33 %), privados (33 %) y comunitarios (34 %). La Supercom, por su parte, es responsable de aplicar las sanciones establecidas en la ley.

La regulación estatal del sector de las telecomunicaciones está a cargo de la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (Arcotel), la cual, de acuerdo con la nueva ley, absorbió las tres instituciones siguientes:⁸⁸

- Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)
- Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel)
- Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel)

Aunque conforme al artículo 5 de la LOC el Consejo Nacional de Radio y Televisión (Conartel), la autoridad antecesora al Conatel, era formalmente independiente, las regulaciones para unificar el Consejo impidieron en la práctica que éste decidiera y actuara con independencia.⁸⁹ En 2009, el Conartel se transformó en Conatel y quedó supeditado al Ministerio de Telecomunicaciones, MINTEL, y, con ello, al Estado.⁹⁰

⁸⁰ *Ibid.*, p.15.

⁸¹ *Ibid.*, p.15.

⁸² *Ibid.*, p.16.

⁸³ *Ibid.*, p.17.

⁸⁴ *Ibid.*, p.17.

⁸⁵ *Ibid.*, p.17.

⁸⁶ *Ibid.*, p.18.

⁸⁷ *Ibid.*, p.19.

⁸⁸ Asamblea Nacional República del Ecuador (junio de 2013). *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Disponible en URL: http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ro_ley_organica_de_telecomunicaciones_ro_439_tercer_suplemento_del_18-02-2015.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

⁸⁹ Unesco (2011), p.40.

⁹⁰ *Ibid.*, p.41.

A partir del 20 de noviembre de 2008, una comisión creada por el presidente Rafael Correa e integrada por cinco ecuatorianos y dos extranjeros comenzó a revisar las concesiones para radio y televisión. Esta entidad, que reemplazó al Consejo Nacional de Radio y Televisión (Conartel), en funcionamiento entre 1995 y 2008, tuvo un plazo de 180 días para determinar algunas irregularidades. Desde entonces, la Supertel revisa esporádicamente las concesiones.

Hasta el 12 de junio de 2012 fueron cerradas, por diferentes motivos, 14 radioemisoras. La justificación oficial fue que o bien estas emisoras no habían pagado sus cánones o bien que no habían vuelto a solicitar sus frecuencias. Las estaciones de radio y televisión que emiten sin licencia son cerradas y sus equipos son incautados, además se hace una denuncia ante el tribunal competente. La pena es de dos a cuatro años de cárcel.⁹¹

Por razones de transparencia, las empresas de medios están obligadas a registrarse según la Ley de Comunicación. Sin embargo, no hay una relación directa entre el registro y la adjudicación de licencias.⁹²

La Ley de Comunicación establece que los diarios deben difundir su tiraje. En el pasado, los periódicos manipulaban frecuentemente sus cifras de ventas para recibir más avisos publicitarios o cobrar más por los mismos.⁹³

La ley estipula que debe protegerse a los diversos grupos sociales, étnicos y culturales y debe informarse acerca de ellos.⁹⁴ En este contexto, cobra especial relevancia el fortalecimiento de los medios comunitarios, que deben cubrir el 34% de las frecuencias del espacio radioeléctrico. Sin embargo, hasta mediados de 2015 la adjudicación de frecuencias a medios comunitarios no había avanzado sustancialmente. En 2010 fueron adjudicadas 14 licencias para radios comunitarias de las nacionalidades indígenas y el Gobierno presentó un proyecto para su promoción y desarrollo.⁹⁵ En relación con los costos de una licencia de emisión, no hay ninguna diferencia entre empresas de medios privados y medios comunitarios. No se aplica una tarifa distinta.⁹⁶

En abril de 2016, Arcotel y Cordicom abrieron el concurso para la adjudicación de más de 1 400 frecuencias: 846 para estaciones de radio FM, 148 para AM, y 478 para canales de TV de banda UHF. Sin embargo, de acuerdo al ministro de Telecomunicaciones, Augusto Espín, no se cumplirá con la disposición legal de distribuir el espectro en un 33% para los medios públicos, 33% para los privados y 34% para medios comunitarios «ya que se trata de fundamentalmente de licencias históricamente adjudicadas en forma directa.»⁹⁷

5. Grupos de interés, fundaciones y redes

5.1 Asociaciones de periodistas y sindicatos

Para el estudio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) se consultó a nueve asociaciones de periodistas de diferentes provincias, además de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (Fenape) y la Unión Nacional de Periodistas (UNP).⁹⁸

A pesar de que el estudio de la Unesco no verifica una mayor integración de las asociaciones ecuatorianas de periodistas con asociaciones internacionales o globales, según dicha investigación el 54,55% de las asociaciones pertenece a entidades globales y el 27,27%, a organizaciones internacionales de periodistas profesionales.⁹⁹ El estudio concluye que «existe poca vinculación con las asociaciones a nivel mundial que podrían fortalecer la gestión de los gremios».¹⁰⁰

Si bien la Constitución ecuatoriana garantiza el derecho a pertenecer a una asociación,¹⁰¹ esto suele ser difícil en la práctica. A los periodistas se les hace casi imposible afiliarse a sindicatos o asociaciones profesionales. Tres de cada cuatro periodistas confirman que esto no es posible en sus medios.¹⁰² En la capital, la situación es levemente mejor que en el resto del país. En Quito, tres de cada diez periodistas están afiliados a sindicatos o asociaciones.¹⁰³

Existen muy pocas asociaciones de trabajadores dentro de los distintos medios, por ejemplo, en el periódico estatal *El Telégrafo*. En el sector privado, solamente dos periódicos y un canal de televisión tienen sindicatos, los cuales tienen muy pocos afiliados.¹⁰⁴

Las dificultades para los periodistas interesados en afiliarse a alguna organización sindical comienzan por los requisitos de admisión: el Colegio de Periodistas de Pichincha y la Unión Nacional de Periodistas (UNP) exigen un título universitario para asociarse. Las asociaciones de periodistas cuentan en parte con órganos que actúan cuando sus miembros infringen normas de ética periodística.

Según la investigación de Tobar y Panchana, las asociaciones más importantes que agrupan a las empresas de medios privados son:

- Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AE-DEP). Fundada en 1985, representa y agrupa a los ocho periódicos principales de distribución nacional: *El Comercio*, *Hoy*, *El Universo*, *Expreso*, *El Diario*, *El Mercurio*, *La Hora*. Además, están afiliados la revista *Vistazo* y la Asociación de Diarios Regionales (*La Prensa de Ríobamba*, *La Prensa Amazónica*, *El Heraldo*, *La Gaceta de Cotopaxi*, *El Vocero de Bolívar*, *El Meridiano de Guaya-*

quil, *El Espectador de Cañar*, *La Prensa de Los Ríos*, *La Prensa Universitaria de Riobamba* y *La Tribuna de Guaranda*). Los medios organizados en la AEDEP son aquellos que el presidente Correa suele calificar de *prensa corrupta*. Al igual que la ONG Fundamedios, inició un recurso contra el referéndum convocado en 2011 por el presidente Correa, que tenía entre sus temas la conformación de una autoridad reguladora de medios.¹⁰⁵ La AEDEP, por su parte, es blanco de constantes ataques por parte del Gobierno debido a sus declaraciones en defensa de la libertad de prensa.¹⁰⁶

- Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER). Fundada en 1946, el gremio agrupa a cerca de 400 concesionarios que gestionan unas 700 frecuencias de radio en todo el país.
- Asociación de Canales de Televisión del Ecuador (ACTVE). Antes conocida como Asociación Ecuatoriana de Canales de Televisión. Organización gremial fundada en 1978, con sede en Quito y Guayaquil, agrupa a algunos de los principales canales de televisión del Ecuador: *RTS*, *TC Televisión*, *Gama TV*, *Canal Uno*, *Telerama*, *CN+* y *CD*; en 2010 se integraron también los canales *Ecuavisa* y *Teleamazonas*.
- Canales Comunitarios Regionales Ecuatorianos Asociados (CCREA). Agrupa al menos a sesenta televisiones locales y regionales.

5.2 Asociaciones de medios comunitarios

En el ámbito de los medios comunitarios hay que mencionar especialmente a la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (Corape). Esta red brinda un apoyo activo a las radios comunitarias¹⁰⁷ y tiene a sus 34 miembros distribuidos en tres redes:

- Red Informativa: tiene alcance nacional. Las 34 radios afiliadas y ocho radios asociadas están ubicadas en 21 de las 24 provincias del Ecuador. Corape estima que a través de las radios afiliadas y asociadas, la cobertura alcanza el 30 % de la población urbana marginal y el 60 % de la población rural de Ecuador.
- Red Amazónica: esta red se ocupa principalmente de la integración y el desarrollo de las culturas indígenas de la región amazónica.
- Red Kichwa: el objetivo es fundamentalmente impulsar las culturas y nacionalidades indígenas de Ecuador, como también la democracia, el ecumenismo y la interculturalidad.

La Asociación de Radialistas Apasionadas y Apasionados es una ONG sin fines de lucro que tiene su sede en Quito. Tiene un centro de producción radiofónica y sus programas pueden ser retransmitidos por medios comunitarios. Además, Radialistas ofrece capacitaciones periódicas.¹⁰⁸

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) ha dado un importante apoyo a los medios comunitarios durante los últimos 30 años y ha ofrecido capacitaciones para estaciones de radio especializadas en asuntos indígenas.¹⁰⁹

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) es una red de radios populares que nació inicialmente con el fin de promover la educación y alfabetización a distancia. Hoy ALER tiene un servicio informativo que comunica a todo el continente latinoamericano. Además, la red ofrece también cursos de formación y capacitación así como servicios de producción radiofónica y audiovisual.¹¹⁰ Corape es la representación de ALER en Ecuador.

Otras organizaciones sociales que apoyan a medios comunitarios son la Fundación GAMMA (Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay), la Agencia Nacional de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes (ACNNA), la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) y la ya mencionada Corporación Participación Ciudadana. Su apoyo consiste básicamente en asesoramiento técnico, capacitaciones y comentarios críticos sobre coberturas informativas.

¹⁰⁵ *Ibid.*, p.61.

¹⁰⁶ *Ibid.*, p.61.

¹⁰⁷ Tobar Jordán, y Panchana Macay (2009), p.3.Véase el comentario de Pieper.

¹⁰⁸ Unesco (2011), p.42.

¹⁰⁹ *Ibid.*, p.47, 48.

¹¹⁰ *Ibid.*, p.79.

¹¹¹ Ecuador abre primera licitación formal de frecuencias de radio y TV (14 de abril de 2016) *Prensario Internacional*. Disponible en URL: <http://www.prensario.net/15862-Ecuador-abre-primera-licitacion-formal-de-frecuencias-de-radio-y-TV.note.aspx> [consulta 25 de abril 2016]

¹¹² *Ibid.*, p.11.

¹¹³ *Ibid.*, p.135.

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 141

¹¹⁵ *Ibid.*, p.134.

¹¹⁶ *Ibid.*, pp. 120, 134, 135.

¹¹⁷ Bonilla Soria (2013), p.123.

¹¹⁸ Unesco (2011), p.134.

¹¹⁹ *Ibid.*, p. 59. (inclusive nota al pie nº 64).

¹²⁰ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.28.

¹²¹ *Ibid.*, p.27,28.

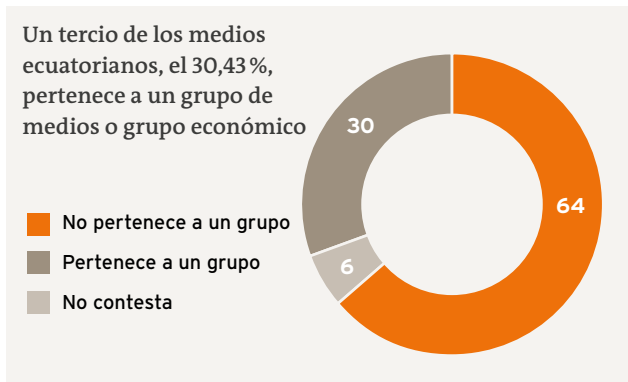
¹²² Radialistas apasionadas y apasionados. Disponible en URL: <http://radialistas.net/sobre-radialistas/quienes-somos> [consulta 27 de julio de 2013]

¹²³ Unesco (2011), p. 81.

¹²⁴ Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Disponible en URL: http://aler.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3906&Itemid=191&lang=es [consulta 13 de julio de 2013]

6. Contexto económico

Se ha detectado que el sector de los medios está dominado por empresas privadas. Casi el 97% de los medios son privados, solo el 2,18% corresponde a empresas públicas.¹¹¹ Hasta el año 2007, el Estado ecuatoriano nunca había manifestado un interés real en el fomento de los medios públicos. Si bien la radio comunitaria tiene una larga tradición en Ecuador, la organización social de la mayoría de esos medios es privada, ya que las condiciones para acceder a una frecuencia como medio comunitario eran difíciles de cumplir y no permitían generar ingresos propios. La situación ha cambiado con la Constitución de 2008 y con la Ley de Comunicación de 2013.



Fuente: Anuario de la Comunicación en Ecuador 2011-2012, Repositorio Mapa de Comunicación de Ecuador 2011.

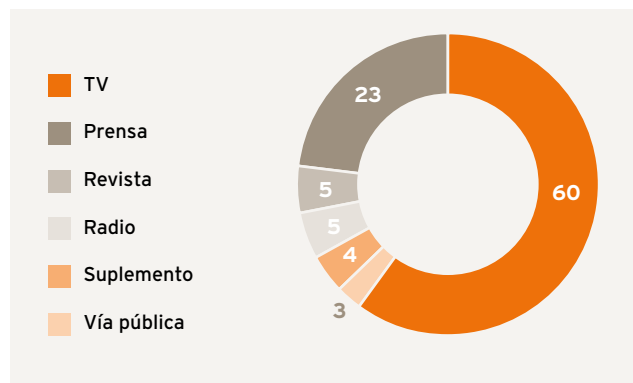
Según la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión, en 2009, 20 grupos económicos controlaban un total de 256 frecuencias, lo que equivale al 21% de las frecuencias de radio.¹¹² En 2009, la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión presentó su informe sobre la concentración de medios, el cual concluyó que 8 familias controlaban el sector de los medios en Ecuador.¹¹³

Según el catastro del Servicio de Rentas Internas (SRI) de Ecuador, en 2014 existían un total de 118 grupos económicos.

6.1 El mercado de la publicidad

El mercado publicitario en Ecuador es altamente competitivo. Según el Censo Económico del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en 2010 había 974 empresas de publicidad registradas en el país.

La televisión es el medio que más publicidad acapara (60%), seguido por la prensa (23%) y la radio (5%).



Fuente: Mercado Publicitario Ecuatoriano Info Media, Grupo IBOPE.¹¹⁴

La creciente inversión publicitaria refleja la dinámica económica del país. De 2011 al 2012, la inversión en publicidad aumentó en un 9%.

MEDIOS	Estimado de Inversión Publicitaria acumulada por medios				Crecimiento 2012 vs.		
	2011	%	2012	%	jun-12	jul-11	acum-2011
Todos	195,728,926		213,402,113		-1,8%	9,9%	9,0%
TV	118,360,141	60	128,703,094	60	-1,1%	14,5%	8,7%
Prensa	42,327,688	22	48,347,616	23	-0,2%	4,3%	14,2%
Radio	10,659,642	5	11,292,709	5	-5,0%	4,1%	5,9%
Revista	9,655,664	5	9,911,259	5	-22,5%	-11,2%	2,6%
Suplemento	7,349,783	4	8,174,657	4	7,2%	9,4%	11,2%
Vía pública	7,376,609	4	6,972,778	3	5,2%	9,2%	-5,5%

Fuente: Mercado Publicitario Ecuatoriano Info Media, Grupo IBOPE.¹¹⁵

Sin bien la televisión sigue siendo el medio preferido por los anunciantes, la publicidad digital ha experimentado un acelerado aumento. Un estudio del *Interactive Advertising Bureau* (IAB Ecuador), publicado en 2013, llegó a la conclusión que en ese año la inversión en publicidad en Internet alcanzaba los 7,4 millones de dólares, lo que equivale a un crecimiento del 50% respecto del año anterior. Hubo un incremento tanto en *display* con el 55%, redes sociales con el 33% y móvil en el 12%.¹¹⁶ Respecto a la dinámica del mercado publicitario digital en comparación con otros países latinoamericanos, IAB Ecuador señala que

«al comparar a Ecuador con Colombia y Perú, se observa que el sector de consumo coincide en ser uno de los más importantes para los tres países, seguido por servicios financieros, telecomunicaciones, sector automotriz y servicios».¹¹⁷

Conforme a la información provista por Infomedia (Información y Medios S.A.), empresa de auditoría publicitaria del mercado ecuatoriano, el Gobierno es el mayor anunciante en los medios, con una participación del 6,4%.¹¹⁸ En un estudio de 2010, la organización no gubernamental Fundamedios llega a los mismos resultados: en 2008, el Estado gastó un total de 14 894 000 dólares en publicidad en los medios.

La anterior Ley de Radiodifusión y Telecomunicaciones de 1975 prohibía vender espacios de publicidad a emisoras públicas y privadas que tuvieran fines sociales, pedagógicos, culturales y religiosos.¹¹⁹ Por su parte, la Ley de Comunicación establece en su artículo 73 la igualdad de trato para la venta de publicidad a instituciones del sector público.¹²⁰ La regulación de la publicidad para emisoras públicas fue modificada en la Ley de Comunicación con el artículo 60. El inciso establece que los medios públicos pueden publicitar pero que sus ingresos por pauta comercial no pueden superar el 30% de su presupuesto.¹²¹

¹¹¹ Coronel Salas, et. al (2012). *Morfología de los medios y empresas de comunicación del Ecuador*, 67, pp. 511-532.

¹¹² Tobar Jordán y Panchana Macay (2009), p.26.

¹¹³ Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión (18 de mayo de 2009). *Informe Definitivo y Recomendaciones. Asamblea Nacional del Ecuador*. Disponible en URL: <http://documentacion.asambleanacional.gov.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/efb5cf5c-fd52-4ca8-b2fc-3748e5023044/Informe%20de%20la%20Comisi%C3%B3n%20para%20la%20Auditor%C3%ADa%20de%20las%20Concesiones%20de%20las%20Frecuencias%20de%20Radio%20y%20Televisi%C3%B3n> [consulta 25 de julio de 2013]. P.195.

¹¹⁴ Infomedia, Grupo IBOPE (2012). *Mercado Publicitario Ecuatoriano*. Disponible en URL: <http://www.infomedia.com.ec/sistema/news/news.htm> [consulta 23 de julio de 2013]

¹¹⁵ Infomedia, Grupo IBOPE (2012) *Mercado Publicitario Ecuatoriano*.

¹¹⁶ *Interactive Advertising Bureau (Productor)*, (2013). *Estudio de hábitos digitales en Ecuador [Video]* disponible en URL: <http://www.iabecuador.com/> [consulta 25 de julio de 2013]

¹¹⁷ *Interactive Advertising Bureau (Productor)*, (2013). *Informe de inversión publicitaria 2013 para Ecuador. [Video]* Disponible en URL: <http://www.iabecuador.com/> [consulta 25 de julio de 2013]

¹¹⁸ PUNÍN LARREA, M. I. *Rafael Correa y la Prensa Ecuatoriana. Una Relación de Intrigas y Odios. Revista electrónica Especializada en Comunicación, Razón y Palabra*, febrero-abril de 2011. N° 75. Disponible en URL: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia3parte/37_Punin_V75.pdf [consulta 27 de julio de 2013]. P.1.

¹¹⁹ Unesco, (2011), p.71.

¹²⁰ *Ibid.*, p.86.

¹²¹ *Ibid.*, p.87.

Con el Decreto Presidencial N° 1793, el Gobierno de Rafael Correa ha vuelto a regular el otorgamiento de publicidad de organismos públicos y se concede únicamente a medios que tengan su sede principal en Ecuador y no en paraísos fiscales.¹²² Esto afectó a medios como los periódicos *El Comercio*, *El Universo*, *La Hora*, *Expreso* y la revista *Vanguardia* (cerrada en junio de 2013), debido a que tenían sus acciones en paraísos fiscales. Como consecuencia de esta medida, estos medios sufrieron un drástico recorte de la cuota publicitaria del Gobierno.¹²³

Hasta la entrada en vigor de la Ley de Comunicación no existían leyes o normas que exigieran una clara diferencia entre publicidad y programación. Aun así, algunas empresas de medios privados habían incorporado esta diferencia en su código de ética. En la Ley de Comunicación se establecen numerosas regulaciones para la publicidad en medios audiovisuales, por ejemplo, la división entre contenido editorial y publicidad.¹²⁴

Además, se establece la prohibición de toda publicidad discriminatoria o que incite al odio o a la violencia. Otros impedimentos se refieren a la publicidad de alcohol, tabaco y otras drogas. La publicidad de bebidas energizantes está permitida, pero únicamente fuera de la franja destinada para niños y adolescentes.¹²⁵

6.2 Publicidad de empresas extranjeras

Tradicionalmente, las empresas extranjeras son bastante reservadas a participar en el mercado publicitario de Ecuador, el cual está firmemente en manos nacionales.¹²⁶ Los motivos son variados:

- Prolongada inestabilidad política del país, que ofrecía poca seguridad a las inversiones extranjeras.
- Legislación restrictiva de inversión extranjera para el sector de medios.
- Hundimiento del sector de los medios durante la crisis financiera.

En su artículo 98, la Ley de Comunicación prohíbe expresamente «la importación de piezas publicitarias producidas fuera del país por empresas extranjeras». Se excluyen de esta medida las campañas internacionales que promueven el respeto, los Derechos Humanos, la paz, la solidaridad y el desarrollo humano. Como consecuencia, la producción nacional de publicidad aumentó entre un 30% y un 40% en el primer trimestre de 2014.¹²⁷

7. Tecnología

El uso de las tecnologías digitales en el sector de la comunicación de Ecuador aún se ubica en niveles relativamente bajos. Ecuador ocupa el octavo puesto (de diez) en la región en lo relativo a conectividad a Internet, con un 35% de penetración, según un estudio del portal latinoamericasciencia.org.¹²⁸ El acceso a Internet es más elevado en los centros urbanos del país, donde el 47,6% de la población usa Internet, frente al 25,3% de la población en las zonas rurales. Estas cifras corresponden a la Encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en diciembre de 2013. El sondeo demostró, sin embargo, que precisamente en las zonas rurales el acceso a Internet registró un mayor crecimiento que en las ciudades.

Por su parte, Punín, Martínez y Rencoret (2013), en su estudio *Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro*, constatan que «el uso de Internet dentro del sector de la comunicación ecuatoriana no se explota en su totalidad».¹²⁹ El mismo análisis trabaja con cifras diferentes en cuanto a la conectividad y toma como referente cifras estadísticas de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) de julio de 2012, según las cuales un 50,5% de la población de Ecuador tenía acceso a Internet, lo equivalente a un total de 7 320 206 personas.

La era de los medios digitales en Ecuador comenzó en septiembre de 2004, cuando se lanzaron los periódicos online *Ecuador Inmediato* y *Ciudadanía Informada*. Le siguieron en 2008 *Infórmate*, *Punto* y *El Ciudadano Online*. Hasta 2012, había 34 medios digitales nativos en Ecuador: 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas. Sin embargo, desde 1994, los primeros periódicos ya empezaron a publicar regularmente contenidos en Internet.¹³⁰ La red digital llegó a Ecuador en 1991. Las provincias con mayor número de medios digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro. La región Sierra es donde más medios se registran. Por otro lado, en las provincias de Napo, Orellana, Zamora y Carchi no existen medios digitales.¹³¹

Los medios digitales de Ecuador interactúan de diversas maneras con sus usuarios: mediante chat, comentarios, *charts*, foros, encuestas y redes sociales (Facebook y Twitter). En cuanto a su organización, la mayoría de los medios digitales está estructurada de igual manera que los medios gráficos, pero cuenta con menos personal. El 84,62% de los medios digitales tiene un director. En materia de recursos humanos, la mayor parte de los medios digitales trabaja con un fotógrafo, uno o dos dibujantes, un diseñador gráfico y un colaborador autónomo, según el *Anuario de la Comunicación de Ecuador 2011-12*, publicado por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) en noviembre de 2012.

Los medios privados y públicos están dotados con el equipamiento más moderno y lo usan para mantener un contacto interactivo con su público.¹³² La televisión pública ya cubre con estas nuevas tecnologías el país entero.¹³³

En 2013, cuatro emisoras de televisión ecuatorianas ya emitían su programación de forma digital: los dos canales comerciales, uno incautado y el otro privado, TC (desde el 3 de mayo de 2013) y Ecuavisa (desde el 9 de mayo de 2013) como también las estaciones Ecuador TV y Oromar.¹³⁴

Hasta 2016, Ecuador aspira a que todos los canales que transmiten desde los grandes centros urbanos Quito y Guayaquil cuenten con una frecuencia digital. Para 2018 está previsto que la cobertura total de televisión en el país sea digital. Este proceso se inició en 2010 con apoyo tecnológico de Japón. Ecuador adoptó el estándar japonés-brasileño (ISDB-Tb) para la Televisión Digital Terrestre.¹³⁵ Para que toda la población tenga acceso a la televisión digital, el Gobierno prevé otorgar subsidios a cerca de 900 000 personas en condiciones de extrema pobreza para que puedan adquirir un decodificador digital. El Gobierno está analizando la posibilidad de prohibir la importación de televisiones de tecnología análoga.¹³⁶

El desarrollo de la correspondiente infraestructura para las nuevas ofertas digitales ya ha comenzado. Las universidades Escuela Politécnica Nacional, Escuela Politécnica del Ejército, Universidad de Cuenca y la Escuela Politécnica del Litoral, con ayuda de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SuperTel), desarrollarán aplicaciones que permitan a los usuarios acercarse a la televisión digital. Se está trabajando, por ejemplo, en una aplicación que establece una comunicación entre Facebook, Twitter y la televisión.¹³⁷

De acuerdo a la Unesco, en 2011, el 80 % de las emisoras de televisión tenía una página web propia. El 48,48 % de las emisoras se comunica con sus televidentes también a través de Facebook y el 36,58 % a través de Twitter.

En los medios comunitarios, las nuevas tecnologías están menos desarrolladas debido a la escasez de recursos y tienen, además, menor alcance.¹³⁸ El 57,14 % carece incluso de una página web propia.¹³⁹

7.1 Los hogares ecuatorianos y la tecnología

El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se está incrementando a un ritmo cada vez más acelerado en Ecuador. Este crecimiento se concentra sobre todo en las zonas rurales del país y en la población joven. «El grupo etario con mayor número de personas que utilizaron computadora es el que está entre 16 a 24 años con el 67,8 %, seguidos de 5 a 15 años con 58,3 %»,¹⁴⁰ según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. En el grupo etario de 55 y más años, el uso de compu-

tadoras no llega al 20 % y no ha experimentado un crecimiento significativo desde 2010. El acceso a Internet a nivel nacional ha aumentado del 11,8 % en 2010 al 28,3 % en 2013. La diferencia entre las áreas urbanas y rurales es muy marcada: mientras que en 2013 el 37 % de los hogares en zonas urbanas (+ 20,3 puntos desde 2010) tenían acceso a Internet, en las áreas rurales del país solo el 9,1 % de los hogares (+ 7,8 puntos desde 2010) estaba conectado a la red.¹⁴¹

¹³² Punín Larrea (2011) Rafael Correa y la Prensa Ecuatoriana. Una Relación de Intrigas y Odios, p.3.

¹³³ Ibid.

¹³⁴ Unesco, (2011), pp.69, 87.

¹³⁵ Ibid., pp. 87,88.

¹³⁶ Tobar Jordán y Panchana Macay (2009),p.11.

¹³⁷ El país se encamina a la exportación de publicidad (07 de abril de 2014). El Comercio. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/pais-se-encamina-a-exportacion.html> [consulta 23 de julio de 2015]

¹³⁸ Ecuador ocupa el octavo puesto en la región en conectividad a Internet (27 de mayo de 2013). El Comercio. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/Internet-ecuador-tecnologia-conectividad-uit.html> [consulta 23 de julio de 2015]

¹³⁹ PUNÍN LARREA, M.I. y MARTÍNEZ HARO, A. C. y Rencoret, N. (21 de mayo de 2013). Medios Digitales en Ecuador: perspectivas del Futuro. Comunicar, revista Científica de Comunicación. Disponible en el URL: http://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CD8QFjADahUKEwiUruSevsHHAhWfVRQKHbTQ-Bf1&url=http%3A%2F%2Fwww.revistacomunicar.com%2Fverpdf.php%3Fnumero%3D42%26articulo%3D42-2014-20&ei=0-7aVdT-QKYWrUbShl5AP&usq=AFQjCNG2sNouAON-1_CDRWPsxBezUHIAjQ&sig2=R1EPRIoYQiyFKA3JTgNWA [consulta 27 de julio de 2013]. P.2.

¹⁴⁰ RIVERA COSTALES, J. y CHÁVEZ, M. I. (2012). Mapa de medios digitales del Ecuador. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Ciespal. Disponible en URL: <http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf> [consulta 13 de junio de 2013]

¹⁴¹ Ibid., p.6.

¹³² Unesco (2011), p.140.

¹³³ Ibid., p.101.

¹³⁴ El Comercio (21-05-2013), pág. 2

¹³⁵ Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (26 de marzo de 2010). Televisión Digital Terrestre en el Ecuador. Disponible en URL: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/television-digital-terrestre-en-el-ecuador/> [consulta 31 de julio de 2013]

¹³⁶ Ibid.

¹³⁷ El Comercio (21-05-2013), p.2.

¹³⁸ Unesco (2011), p.140.

¹³⁹ Ibid., p.141.

¹⁴⁰ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2013). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013. Disponible en URL: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

¹⁴¹ Ibid., p.7.

En cuanto al equipamiento tecnológico de los hogares, se puede observar una tendencia preferencial a dispositivos móviles como computadores portátiles en lugar de computadoras de escritorio o teléfonos celulares en lugar de telefonía fija. En el año 2013, «el 18,1% de los hogares tiene al menos un computador portátil, 9,1 puntos más que lo registrado en 2010. Mientras el 27,5% de los hogares tiene computadora de escritorio, 3,5 puntos más que en 2010».¹⁴² El 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular, lo que equivale a un aumento de 36,7 puntos desde 2010. Solo el 39,3% de los hogares está conectado a la red de telefonía fija. De los usuarios que poseen un celular, el 16,9% posee un celular inteligente (*smartphone*), que le permite conectarse a Internet, comunicarse por correo electrónico, etc.

El analfabetismo digital se ha reducido en el período 2010–2013 de 29,2% a 20% en todo el país. También aquí se manifiesta una clara brecha digital entre las zonas urbanas y las rurales: la tasa de analfabetismo digital es del 15,5% en las zonas urbanas y alcanza el 30,6% en las zonas rurales. De acuerdo a la definición del INEC, se considera a una persona como analfabeta digital «cuando cumple simultáneamente tres características: 1. No tiene celular activado 2. En los últimos 12 meses no ha utilizado una computadora 3. En los últimos 12 meses no ha utilizado Internet».¹⁴³

De acuerdo a cifras del INEC del año 2013, el consumo de Internet se realiza sobre todo desde casa: el 45,1% se conecta en su hogar, el 29,8% visita un *cibercafé*. En las instituciones escolares y universitarias, la proporción es del 12,2%. El 9,8% de los ecuatorianos usa Internet desde su trabajo.¹⁴⁴ Mientras tanto, la forma clásica de conectarse a través del módem lleva la delantera con el 53,5%, al tiempo que el 20,1% de los ecuatorianos se conecta con dispositivos móviles. En Ecuador hay 2 201 *cibercafé*s.¹⁴⁵

7.2 Acceso a Internet

La búsqueda de información, la interacción en redes sociales y la comunicación por correo electrónico son las principales actividades en la red. Se constata claramente un avance en la alfabetización digital de los usuarios: los contenidos son examinados bajo la lupa cada vez con mayor frecuencia y reciben cada vez más comentarios.¹⁴⁶

Principales usos del Internet en Ecuador

Comunicación y entretenimiento	32,60 %
Búsqueda de información y noticias	31,10 %
Educación e investigación	29,10 %
Trabajo	3,40 %
Otros	3,80 %

Fuente: Uso de TICs en Ecuador. INEC, diciembre 2012

Fuente: Del Alcázar, Juan Pablo. ¿Qué hacen los ecuatorianos en Internet? Revista Nuestro Mundo.

Las redes sociales y los servicios como *Whatsapp*, *Facebook Messenger* y *Twitter* reemplazan cada vez más funciones como el *Instant Messenger* y el *chat*.¹⁴⁷ De los 8,5 millones de usuarios de Internet en Ecuador hasta enero de 2015, Facebook cuenta con 8,1 millones¹⁴⁸ y se mantiene como la red social número uno en el país, seguida por *Google*, *Youtube*, *Twitter*, *Slideshare*, *LinkedIn* e *Instagram* que ya destacaban en cifras de 2013.¹⁴⁹ Lo más demandado en Ecuador son los videos, las fotos y los *streamings* de radio y televisión.¹⁵⁰

Páginas más visitadas de Ecuador

#	Sitio	Tipo
1	Facebook	Red Social
2	Google.com.ec	Buscador
3	Youtube	Red Social
4	Google.com	Buscador
5	Amazon.com	E-Commerce
6	Live.com	Portal Web
7	Eluniverso.com	Medio
8	Yahoo.com	Portal Web
9	Ecuavisa.com	Medio
10	Wikipedia.org	Portal Web

Fuente Alexa.com enero 2015

Fuente: Del Alcázar, Juan Pablo. ¿Qué hacen los ecuatorianos en Internet? Revista Nuestro Mundo.

El 69% de los usuarios de Facebook en Ecuador se conecta a través de dispositivos móviles. En el caso de los dos millones de ecuatorianos que usan *Twitter*, el 53% también accede desde su celular, que a la vez es una de las plataformas con mayor flujo de interacción y de consumo de noticias. Asimismo, LinkedIn se ha consolidado como la principal red social para contactos profesionales y búsqueda de empleo, con 1 251 148 usuarios registrados.¹⁵¹

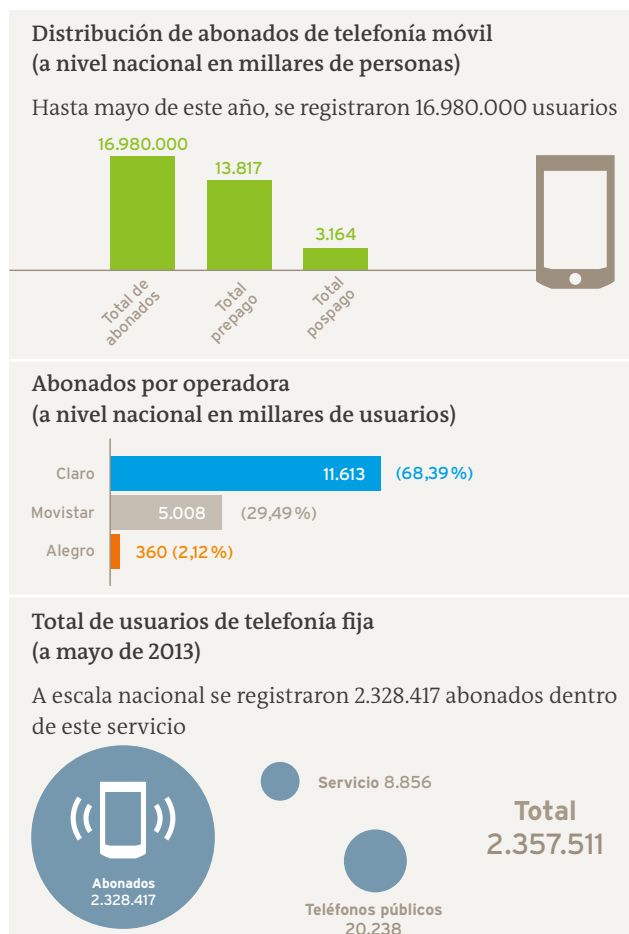
Cabe resaltar el crecimiento del comercio electrónico en Ecuador, del cual se benefician especialmente las plataformas de venta en línea Amazon y Mercado Libre.¹⁵²

El uso de banda ancha registra, en comparación con otros países de la región, un crecimiento muy pronunciado: del 48,7% entre los años 2005 y 2012, seguido por Colombia con el 24,19%, Argentina con el 17,94%, y Chile, con el 9,55%. En el mismo período, los costos del uso de Internet en banda ancha se redujeron desde 2010 casi en un 50% y en 2015 eran inferiores a 18 dólares por cada 1,5 Mbps.¹⁵³

7.3 Telefonía móvil

El desarrollo de las telecomunicaciones en Ecuador avanza a pasos agigantados. Desde 2006 se duplicó la cantidad de usuarios de telefonía móvil. Por aquel entonces existían cerca de 8,5 millones de usuarios registrados. La telefonía móvil ha superado ampliamente en Ecuador la cobertura de telefonía fija. Frente a dos millones de abonados a la telefonía fija, en 2014 se han contabilizado casi 17 millones de usuarios de telefonía móvil, con lo que este servicio es más de ocho veces superior al de cobertura de la red fija. En términos porcentuales, mientras la penetración de la telefonía fija se estancó en un 15 %, la telefonía móvil aumentó un 115 %, según datos del Ministerio de Telecomunicaciones (MINTEL).¹⁵⁴ Incluso la tasa de usuarios de teléfonos inteligentes superó el nivel de telefonía fija, alcanzando el 20 % en 2013.

Hasta mayo de 2013, la empresa Claro lideraba el mercado del servicio de telefonía móvil con más de 11 millones de abonados, seguido por Movistar con 5 millones y por último la estatal Alegro de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) con 360 000 abonados.



Fuente: Telefonía móvil registró más de 16 millones de abonados, diario El Telégrafo (20.07.2013)

La gran mayoría, casi 14 millones de los abonados a la telefonía móvil, tiene un contrato de prepago. En cambio, el 18 % de los usuarios de telefonía móvil contrata un servicio postpago. En términos generales, esta cuota coincide con la de los usuarios de teléfonos inteligentes.

También el acceso a Internet móvil ha crecido enormemente durante los últimos años en Ecuador. En 2006 era nulo, mientras que hasta 2013 se registraron 3 521 966 usuarios de este servicio, con una penetración del 22,6 %.¹⁵⁵ Según las cifras del Ministerio de Telecomunicaciones, 5 millones de ecuatorianos acceden al servicio de Internet móvil con mayor velocidad y calidad desde el reciente despliegue de la tecnología 4G de las dos principales operadoras Claro y Movistar.¹⁵⁶

Según el Banco Central del Ecuador, en 2014 las telecomunicaciones aportaron al Producto Interno Bruto (PIB) un 3,46 %.¹⁵⁷

¹⁵² Ibid., p.5.

¹⁵³ Ibid., p.26.

¹⁵⁴ Del Alcázar, J.P. (mayo 2013) ¿Qué hacen los ecuatorianos en Internet?, p.88,89.

¹⁵⁵ Ibid.

¹⁵⁶ Ibid.

¹⁵⁷ Ibid.

¹⁵⁸ DEL ALCÁZAR, J.P. (27 de enero de 2015). Ranking y Estadísticas Redes Sociales Ecuador. Revista Formación Gerencial. Disponible en URL: <http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/> [consulta 09 de agosto de 2015]

¹⁵⁹ Ibid.

¹⁶⁰ Ibid.

¹⁶¹ Ibid.

¹⁶² Ibid.

¹⁶³ Telefonía móvil registró más de 16 millones de abonados (20 de julio de 2013). El Telégrafo. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/telefonía-móvil-registro-más-de-16-millones-de-abonados.html> [consulta 13 de julio de 2013]

¹⁶⁴ Ibid.

¹⁶⁵ Ibid.

¹⁶⁶ Ministerio de Telecomunicaciones (9 de julio de 2015). Con resultados positivos en Ecuador conmemoramos el día nacional de las Telecomunicaciones. Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL). Disponible en URL: <http://www.arcotel.gob.ec/con-resultados-positivos-en-ecuador-conmemoramos-el-dia-nacional-de-las-telecomunicaciones/> [consulta 09 de agosto de 2015].

¹⁶⁷ Ibid.

7.4 Ampliación de la infraestructura

Desde que Rafael Correa asumió la presidencia en 2007, el Gobierno apostó decididamente por la ampliación de la infraestructura, también, en especial, en las regiones rurales.¹⁵⁸ Para ello, el Gobierno diseñó la Estrategia Ecuador Digital 2.0, integrada por tres elementos clave: el Plan Nacional de Acceso Universal y Alistamiento Digital, enfocado hacia los usuarios; el Plan de Gobierno Digital, que define las políticas para mejorar el acceso a la información y las aplicaciones y, en tercer lugar, el Plan Nacional de Banda Ancha, para crear y ampliar la infraestructura necesaria.

Esta estrategia se inscribe en el Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013–2017. Es el tercer plan nacional de desarrollo, subdividido en doce objetivos nacionales. El objetivo 10 consiste en «impulsar la transformación de la matriz productiva» y hace referencia a las telecomunicaciones: «ampliar y mejorar la provisión, acceso, calidad y eficiencia de los servicios públicos de agua potable, riego y drenaje, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, gas natural y el servicio postal».¹⁵⁹ El Plan Nacional refleja los avances tecnológicos desde 2010 y menciona, entre otros aspectos, que la conectividad de fibra óptica ha crecido «de 1 251 km en 11 provincias, en el año 2006, a 8 689 km en 24 provincias, en junio de 2012».¹⁶⁰ En julio de 2015 el Gobierno nacional informó de que el país cuenta con cerca de 46 000 km de fibra óptica con cobertura en el Ecuador continental.¹⁶¹

El objetivo de la Estrategia Ecuador Digital 2.0 es, por un lado, reducir el precio de acceso a servicios de banda ancha, con el fin de lograr, hasta el año 2017, que el 75 % de los ecuatorianos tengan acceso a ese servicio. Lo cual implica que el 50 % de la parroquias rurales, más de la mitad de los hogares de menor ingreso (quintil 1 y 2), estén conectados a la banda ancha.¹⁶²

La densidad de Internet en Ecuador ha crecido del 6,14 % en 2006 al 87,28 % en marzo de 2015. En cifras absolutas, en 2015 se registraron 14 043 191 usuarios de Internet. De ellos, 6 550 000 son abonados, lo que equivale al 40 % de la población total del país.¹⁶³ La implementación de cientos de Infocentros Comunitarios permite el acceso a Internet también a aquellos grupos de la población que no pueden abonar este servicio en sus hogares.¹⁶⁴

Según informó la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel), en junio de 2015, Ecuador contaba con 490 infocentros y 1 megacentro operativos.¹⁶⁵

Las empresas de telecomunicaciones deben destinar el 2,93 % de su facturación al Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones en Áreas Rurales y Urbano Marginales (Fodetel). Con este dinero se financia especialmente la expansión de las tecnologías modernas en las regiones rurales. En 2009, el Fodetel invirtió 30 millones de dólares en el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

A inicios de 2015, el Gobierno ecuatoriano firmó contratos con las dos principales empresas de telefonía móvil que operan en el país, Movistar y Claro, para ampliar la red 4G.

En el contexto latinoamericano, Ecuador ha registrado en los últimos años un rápido crecimiento de la infraestructura de comunicación. El Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) destaca en este ámbito el plan Ecuador Digital 2.0, que motivó una creciente demanda de servicios fijos y de banda ancha. Por otra parte, persisten las debilidades en el proceso de desarrollo de las TIC, por ejemplo, el «pobre desarrollo del capital humano, especialmente en cuanto al número de investigadores, a la capacidad innovadora y a la colaboración universidad-empresa».¹⁶⁶ En cuanto a las perspectivas de desarrollo del sector, el CAF menciona como oportunidades, entre otros aspectos, que «el retorno de la población emigrante puede suponer un incremento en el gasto TIC». También «los avances en sectores como el turístico y agrícola pueden constituir un motor que incentive el desarrollo de servicios y aplicaciones TIC». Sin embargo, las «políticas de contención del déficit pueden limitar la importación de equipamiento de redes, lastrando el despliegue de las mismas»¹⁶⁷, advierte el informe.

Para el segundo semestre de 2015, el Gobierno prevé una inversión de 11,5 millones de dólares para equipar 60 instituciones con 120 laboratorios tecnológicos, conectividad para 2 411 planteles educativos, con el fin de incrementar la alfabetización digital en Ecuador.¹⁶⁸

8. Condiciones de trabajo

En Ecuador solo pueden denominarse periodistas quienes hayan obtenido un título universitario en esta especialidad o hayan recibido un certificado del Ministerio de Educación, en el que consta que ya ejercían esa profesión antes de la aprobación de la ley del 30 de septiembre de 1975.

El artículo 25 de la antigua Ley de Medios prohibía el ejercicio de la profesión si no se tenía alguna de estas dos condiciones.¹⁶⁹ Además, todo periodista tiene la obligación, según el artículo 27, de pertenecer a una asociación profesional.¹⁷⁰ La Ley de Comunicación incluye también una norma similar.¹⁷¹

La formación de periodistas en Ecuador se ofrece principalmente en las universidades, concretamente en las facultades de comunicación. Sin embargo, la carrera se caracteriza por ser generalista y teórica, y por carecer de relación con la práctica periodística. Los graduados o egresados suelen aprender el oficio práctico una vez que comienzan a trabajar en un medio de comunicación. Mientras que las empresas de medios no dedican mucha atención a la capacitación de sus trabajadores.

8.1 Ética

En Ecuador rige el Código de Ética Profesional, que fue aprobado por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (Fenape) en 1978. Este Código está subdividido en siete capítulos que definen las responsabilidades del periodista frente a la comunidad, al Estado, a la Fenape, al ejercicio profesional, a la empresa y a las relaciones internacionales.

Sin embargo, en la práctica, el Código de Ética no es aplicado con suficiente rigurosidad. El 72,5 % de los encuestados por la Unesco dijo que, si bien sus empleadores han fijado normas de ética periodística para la tarea cotidiana, en la práctica no son aplicadas. No obstante, los medios aseguran que su personal está obligado a asistir a talleres de ética periodística.¹⁷²

Las asociaciones de periodistas trazan un cuadro menos optimista en cuanto a la aplicación de principios éticos. Conforme al mismo estudio, según el 72,7 % de los periodistas encuestados, dichos principios no se aplican.¹⁷³ En cuanto al compromiso con la objetividad, en los medios públicos se dedica poco espacio a la opinión de la oposición.¹⁷⁴ Un informe de la organización no gubernamental Reporteros sin Fronteras del año 2010, *El volcán mediático y su delicada regulación*, sostiene que en medios públicos como Ecuador TV o *El Telégrafo* «la crítica frontal contra el Gobierno es inexistente».¹⁷⁵

Los resultados de un estudio sobre cuatro emisoras de televisión ecuatorianas (dos privadas, una pública y un medio confiscado), elaborado por Ciespal en 2010, también reflejan una marcada polarización. El análisis concluyó que únicamente un canal privado informa de manera equilibrada, las otras tres emisoras estudiadas bien impiden a la oposición que se exprese o bien restringen al Gobierno.¹⁷⁶

8.2 Autocensura

La línea editorial de cada medio suele ser determinante para la información periodística que difunde. El 40 % de los periodistas encuestados por la Unesco dice haber sido testigo de autocensura en su medio, en el cual no se ha publicado información contraria a su línea editorial y política.¹⁷⁷

Según una investigación de la ONG Fundamedios (2010), la autocensura es una de las mayores amenazas contra la libertad de expresión en Ecuador. Los resultados de la encuesta arrojan que el 15,5 % de los periodistas consultados en Quito y el 15,25 % de los periodistas de Guayaquil confirman que la autocensura es lo que más frecuentemente coarta la libertad de expresión. Guayaquil y Quito son las ciudades donde se han establecido la mayoría de los medios ecuatorianos.¹⁷⁸

Por su parte, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) critica que los «órganos de control establecidos en la nueva ley han

sancionando a medios con multas que han obligado a algunos a cerrar sus puertas y a otros a entrar a un nivel de autocensura cada vez más alto».¹⁷⁹

Según el estudio denominado *Los periodistas quiteños, las condiciones de trabajo imperantes y los procesos de producción de las noticias*, de Paúl Edelberto Bonilla Soria, uno de cada diez periodistas ha sido víctima de algún tipo de censura durante su carrera periodística.¹⁸⁰ Para este trabajo se entrevistó, entre el 10 y el 15 de marzo de 2012, a 292 periodistas de diversos medios de Quito.

¹⁵⁸ Unesco (2011), p.140.

¹⁵⁹ Consejo Nacional de Planificación (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), República del Ecuador. Disponible en URL: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf> [consulta 23 de mayo de 2015]. P. 304.*

¹⁶⁰ *Ibid.*, p.320.

¹⁶¹ Ministerio de Telecomunicaciones (9 de julio de 2015)

¹⁶² Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2013). *Políticas Públicas para masificación TIC y mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos. Disponible en URL: http://www.cepal.org/socinfo/noticias/noticias/4/48124/Augusto_Esp%3%ADn_MINTEL_P1.pdf [consulta 23 de mayo de 2015]*

¹⁶³ Ministerio de Telecomunicaciones (9 de julio de 2015)

¹⁶⁴ BENALCÁZAR, W (26 de julio de 2014). *500 infocentros enlazan a las comunidades rurales del Ecuador con el mundo. El Comercio. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/infocentros-enlazan-comunidades-rurales-del-ecuador-mundo.html> [consulta 11 de junio de 2015]*

¹⁶⁵ Ministerio de Telecomunicaciones (9 de julio de 2015)

¹⁶⁶ *Hacia la transformación digital de América Latina: las infraestructuras y los servicios TIC de la región (diciembre 2013). Banco de Desarrollo de América Latina, Corporación Andina de Fomento (CAF). Disponible en URL: http://publicaciones.caf.com/media/39809/informe_tecnologiacaf.pdf [consulta 05 de mayo de 2015]. P. 287.*

¹⁶⁷ *Ibid.*, p.287.

¹⁶⁸ Ministerio de Telecomunicaciones (9 de julio de 2015)

¹⁶⁹ Unesco (2011), p.48.

¹⁷⁰ *Ibid.*

¹⁷¹ *Ibid.*

¹⁷² *Ibid.*, p.91.

¹⁷³ *Ibid.*, p.102.

¹⁷⁴ *Ibid.*, p.90.

¹⁷⁵ BENOIT, H., SAMSON, E. (Junio de 2010), p.4.

¹⁷⁶ Unesco (2011), p.97.

¹⁷⁷ Bonilla Soria (2013), p.62.

¹⁷⁸ Unesco (2011), pp.93, 104.

¹⁷⁹ SIP expresa su preocupación por autocensura de los medios en Ecuador y el retroceso de la libertad de prensa en toda la región (20 de octubre de 2014). *El Comercio. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/sip-preocupacion-autocensura-medios-ecuador.html> [consulta 23 de mayo de 2015]*

¹⁸⁰ Bonilla Soria (2013), p.61.

8.3 Agresiones contra periodistas

Según datos de directivos de medios, los periodistas están expuestos a sufrir amenazas relacionadas con el ejercicio de su trabajo, ya sea a través de juicios, llamadas telefónicas, persecuciones, agresiones físicas, restricciones y agravios.¹⁸¹

Formas de amenazas o acosos

	Prensa	TV	Radio
Demandas legales	X		X
Amenazas a través de llamadas	X	X	X
Agresión física	X		
Restricciones en coberturas informativas	X		
Insultos	X		
Amenazas a través de cartas			X
Persecuciones		X	
Amenazas a la integridad física		X	
Amenazas por medio de autoridades			X

Fuente: Unesco (2011), p.113.

El estudio de la Unesco arroja como resultado que el 12,5 % de los periodistas ha sido expuesto alguna vez a violencia física y un 2,5 % ha sufrido detenciones sin una orden judicial.¹⁸²

Sin embargo, las experiencias relatadas por los periodistas difieren claramente de lo que dicen los directivos de medios: el 77,5 % declara que no han sufrido amenazas. Una posible interpretación de esta divergencia es que los responsables de medios tienen una visión general del tema, mientras que los periodistas hablan de sus casos particulares.¹⁸³

Las siguientes tablas contienen los resultados de un estudio de Fundamedios, en 2010, acerca de la frecuencia y la clase de incidentes › Tabla 1: ¿Ha sufrido algún tipo de intimidaciones relacionadas con el ejercicio de la labor periodística?

Ante la pregunta sobre si los periodistas tenían conocimiento de algún caso de amenaza referida a la labor periodística, más de la mitad (60,75 %) respondió que sí. Se trata sobre todo de intentos de intimidación verbal o escrita (59,89 %) ¹⁸⁴ › Tabla 2: ¿Tiene conocimiento de algún caso de amenaza referida a la labor periodística?

El estudio de Fundamedios da cuenta de 153 agresiones (entre intimidaciones, amenazas, violencia física, destrucción de material) contra periodistas o medios entre enero y junio de 2015.¹⁸⁵ Según el estudio de Bonilla Soria, seis de cada diez periodistas dicen haber sido atacados en su lugar de trabajo, ya

sea de forma física o verbal, o agredidos también a través de *mobbing*, insultos o referencias a su sexualidad.¹⁸⁶

Según el estudio de la organización no gubernamental Fundamedios del año 2010, los grupos que más frecuentemente incurrieron en actos de violencia e intimidación contra periodistas fueron policías, activistas, manifestantes, empleados públicos y empleados del Poder Judicial. En 2010, Fundamedios registró 151 casos de ataques contra periodistas y medios de comunicación, cuatro asesinatos, un secuestro y 51 casos de violencia. Si bien la violencia y los ataques contra periodistas no han cesado en los últimos años, al menos desde 2012 ningún asesinato de un periodista estuvo relacionado con el ejercicio de su profesión.

8.4 Libertad de prensa

Algunas organizaciones internacionales de defensa de la libertad de expresión y de Derechos Humanos coinciden de forma unánime en que la libertad de expresión ha sido recortada gravemente desde que entró en vigor la Ley Orgánica de Comunicación en 2013. Las agresiones contra periodistas y medios descritas anteriormente son un síntoma de ello. La ONG Reporteros Sin Fronteras considera la situación «alarmante».

En el marco del estudio de 2010 *La Palabra Rota* de Fundamedios, en el que 372 periodistas fueron encuestados, se obtuvieron los siguientes resultados, que describen la situación de la libertad de expresión (conforme al art. 19 de la Declaración 59,15% Universal de los Derechos Humanos) en Ecuador › Tabla 3: ¿Cuáles son las principales amenazas para el derecho a la libertad de expresión en Ecuador?

Más de un tercio de los periodistas encuestados considera que hay grandes limitaciones a la libertad de expresión (34,06 %) y que son amenazados especialmente por el Estado (27,47%).¹⁸⁷ Resulta interesante en este contexto la respuesta dada a la pregunta sobre cuáles eran para los periodistas los mayores obstáculos para ejercer el derecho a la libertad de expresión (art. 19) › Tabla 4: ¿Cuáles son, para Ud., los mayores obstáculos para ejercer el derecho a la libertad de expresión?

Casi la mitad de los encuestados opinó que se ha dificultado sobre todo el acceso a la información (46,06 %).¹⁸⁸

¹⁸¹ Unesco (2011), p.93.

¹⁸² *Ibid.*, p.114.

¹⁸³ *Ibid.*, p.113

¹⁸⁴ Ricaurte, C., et.al. (2010), p.120.

¹⁸⁵ Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, FUNDAMEDIOS. (Sitio web)

¹⁸⁶ Bonilla Soria (2013), p.101.

¹⁸⁷ Ricaurte, C. et.al. (2010), p.122.

Tabla 1: ¿Ha sufrido algún tipo de intimidaciones relacionadas con el ejercicio de la labor periodística?

Opciones	Quito	Guayaquil	Nueva Loja	Manta	Machala	Total
Sí	53%	59,15%	53,33%	59,40%	78,57%	60,75%
No	46%	23,39%	39,66%	36,63%	15,71%	34,4%
No contestan	1%	17,46%	7,01%	3,97%	5,72%	4,85%

Fuente: Fundamedios (2010), p.120.

Tabla 2: ¿Tiene conocimiento de algún caso de amenaza referida a la labor periodística?

Tipo de amenaza	Quito	Guayaquil	Nueva Loja	Manta	Machala	Total
Verbal/escrita	65,3%	50%	92,3%	59,18%	51,16%	59,89%
Presiones	10,2%	21,42%	7,7%	20,4%	16,27%	15,93%
Física	14,28%	17,85%	0%	8,16%	20,93%	13,73%
Cesados	2,04%	10,73%	0%	2,04%	4,65%	3,84%
Demandas jurídicas	6,12%	0%	0%	2,04%	4,65%	3,29%
Persecuciones	2,06%	0%	0%	6,12%	2,34%	2,74%
Detenciones	0%	0%	0%	2,06%	0%	0,58%

Fuente: Fundamedios (2010), p.120.

Tabla 3: ¿Cuáles son las principales amenazas para el derecho a la libertad de expresión en Ecuador?

Opciones	Quito	Guayaquil	Nueva Loja	Manta	Machala	Total
Hay serias limitaciones	38,88%	38,88%	18,75%	30%	37,5%	34,06%
Amenazada por el Estado	33,33%	16,66%	12,05%	30%	37,5%	27,47%
Coartada por presiones laborales o políticas	12,96%	11,11%	43,75%	13,33%	0%	14,28%
Amenazada por otros actores	11,11%	11,11%	18,75%	11,66%	18,75%	12,63%
Desprestigiada/quebrantada/en crisis	6,12%	0%	0%	2,04%	4,65%	3,29%

Fuente: Fundamedios (2010), p.122.

Tabla 4: ¿Cuáles son, para Ud., los mayores obstáculos para ejercer el derecho a la libertad de expresión?

Opciones	Quito	Guayaquil	Nueva Loja	Manta	Machala	Total
Poco acceso a la información	58,13%	44,6%	43,33%	48,71%	27,38%	46,06%
Amenazas verbales	16,27%	12,71%	15%	15,38%	8,33%	13,89%
Autocensura	15,5%	15,25%	1,83%	8,97%	7,14%	12,61%
Otras	5,42%	11,86%	8,33%	1,41%	2,38%	9,14%
Amenazas de grupos organizados	1,55%	10,16%	8,33%	5,76%	2,38%	5,48%
Agresiones físicas	1,55%	5,08%	5%	5,12%	2,38%	3,83%
No contestan	1,58%	0,34%	18,18%	14,65%	50,01%	8,99%

Fuente: Fundamedios (2010), p.122.

8.5 Condiciones de trabajo

Según Bonilla Soria (2013), las condiciones de trabajo para los periodistas ecuatorianos suelen ser precarias. Derechos como vacaciones pagadas, el pago de horas extras o la contratación de un seguro social solo están garantizados en la menor parte de los casos.¹⁸⁹

Si bien la última versión del Código del Trabajo de julio de 2012 establece en su artículo 47 que el horario laboral no debe exceder las 40 horas semanales, la realidad de los periodistas ecuatorianos es otra. Más de la mitad hace horas extras y trabaja diariamente entre ocho y doce horas (51%). Sin embargo, más de la mitad de los medios (52%) no remunerar las horas extras. Los afectados por esta situación son especialmente periodistas de televisión (61%) y medios gráficos (60%). El 73% de los periodistas trabaja, además, los feriados y fines de semana.¹⁹⁰



Fuente: Periodistas exigen a sus medios cumplir con el alza salarial, Diario El Telégrafo (03.01.2013)

El salario de los periodistas profesionales subió en 2015 de 817 dólares a 849 dólares, mientras los periodistas comunitarios reciben 570 dólares según lo fijó la Secretaría de Empleo. Estos sueldos se refieren a periodistas que trabajan en relación de dependencia. El Salario Básico Unificado es de 345 dólares, según el nuevo monto establecido en 2015.

Sin embargo, no todos los medios respetan estas normas. Incluso se han denunciado casos de pago de sueldos «con sacos de arroz, hojas de papel bond, botellas de licor y descuentos para compras de electrodomésticos».¹⁹¹

La situación más precaria es la de periodistas que trabajan sin relación de dependencia. «Ellos subsisten con la venta de espacios publicitarios o publirreportajes», indica el estudio de Bonilla Soria, publicado en el año 2013.¹⁹²

Según el mismo autor, nueve de diez periodistas tienen un lugar fijo donde ejercer su labor periodística, es decir, un escritorio en su lugar de trabajo. También nueve de cada diez periodistas cuentan con una computadora. El 35% de los periodistas recibe del medio en que trabaja un teléfono celular, seis de cada diez periodistas tienen en todo momento a su disposición un automóvil para su labor de cobertura informativa, también por parte el medio para el que trabajan. Dos de cada diez periodistas pueden recurrir a un vehículo de la empresa de vez en cuando, y dos de cada diez no disponen de un vehículo.¹⁹³

Solamente el 8% de los periodistas recibe de su empleador un seguro contra accidentes, el 7% un seguro de enfermedad privado y el 4% tiene cobertura de odontología.¹⁹⁴

Las condiciones laborales tienen efectos directos sobre el grado de satisfacción de los periodistas ecuatorianos con su trabajo: tres de cada cuatro periodistas no está conforme.¹⁹⁵

8.6 Continuidad, flexibilidad y rotación

La continuidad del personal que trabaja en redacciones es diversa. Hay una tendencia a un incremento de la rotación. Un tercio de los periodistas en Ecuador trabaja desde hace más de seis años en el medio en el que se desempeñaba, tomando el momento de realización del estudio como punto de referencia temporal. El 36% lleva en el mismo medio entre dos y seis años y el 31% lleva menos de dos años en su actual empleo.

La encuesta de Bonilla Soria, de 2013, subraya la alta rotación en el campo laboral periodístico: el 74% de los periodistas encuestados ha trabajado para varios medios, entre dos y seis, durante su carrera profesional. El 10% ha llegado a ejercer en siete medios distintos o más. Solo el 16% trabaja desde el inicio de su carrera en el mismo medio.¹⁹⁶

Además, el 35% de los periodistas tiene uno o varios trabajos paralelamente.¹⁹⁷ La principal motivación es para un 68% la situación económica. Otro motivo es que su profesión no les consume todo el tiempo disponible para trabajar, por lo que están dispuestos a asumir tareas periodísticas adicionales (20%).¹⁹⁸

8.7 Calidad de la información

El mismo estudio señala que con respecto a la calidad de la información, el 32% de los periodistas opina que no ha habido cambios ni para bien ni para mal en la calidad del periodismo en Ecuador. Esta apreciación va de la mano de una visión (auto)crítica y negativa del periodista y de cómo ejerce su trabajo. Los encuestados piensan que los periodistas trabajan sin sentido de responsabilidad y que no se hace uso pleno del derecho a la libertad de expresión.¹⁹⁹

El 23% de los periodistas encuestados opinó que el nivel del periodismo incluso ha decaído. Algunos responsabilizan de ello fundamentalmente al Gobierno.²⁰⁰

Aun así, el 45% de los periodistas cree que la calidad del periodismo en Ecuador sí ha mejorado en los últimos años.²⁰¹ Uno de los argumentos son los recientes incrementos salariales; así como los avances tecnológicos y un mejor equipamiento de los lugares de trabajo.²⁰²

9. Formación periodística

De cada cuatro periodistas, tres tienen un título universitario, equivalente al 74% de los entrevistados en el estudio de Bonilla Soria. Uno de cada diez ha hecho además un postgrado. Según el mismo estudio, la diferencia entre periodistas de medios públicos y de medios privados con respecto a la profesionalización es reducida (70% para los medios públicos y 75% para los medios privados). Las diferencias son mayores cuando se observan los tipos de medios en los que trabajan los periodistas: el 90% de quienes trabajan en medios gráficos tienen un título universitario, al igual que el 80% de aquellos que ejercen en medios digitales. En la televisión son el 60% y en el caso de las radios, el 63%.²⁰³

Hace diez años, los diarios *El Universo* y *El Comercio* crearon fundaciones para formar a su propio personal, pero estas iniciativas no se concretaron. La organización no gubernamental Fundamedios observa que hay un importante déficit en el plano de la formación y capacitación periodística y en su *Manual para Coberturas Periodísticas Elecciones 2013*²⁰⁴ exhorta a introducir mejoras.

9.1 Formación, capacitación y perfeccionamiento

Según declaran los periodistas, en los distintos medios hay posibilidades de capacitación: tres de cada cuatro periodistas aseguran que han participado en talleres.²⁰⁵ Según el estudio de la Unesco (2011), el 67,5% de los periodistas menciona las posibilidades de perfeccionamiento profesional en sus medios. Se trata en este caso sobre todo de actividades de perfeccionamiento técnico (22,2%), técnicas de escritura (14,8%) y análisis de mercado (21%). Temas como ética, nuevas tecnologías y seguridad en la red tienen, según los periodistas encuestados en el estudio de la Unesco, menor presencia.²⁰⁶

Sin embargo, cuando se pregunta a los directivos de los medios de comunicación, los temas de periodismo investigativo y ética encabezan la agenda de prioridades para el perfeccionamiento laboral. Según ellos, las actividades de perfeccionamiento abordaron el periodismo de investigación en un 100% de los canales de televisión, en un 80% de los medios gráficos y en un 83,3% de las radios. Y el tema ética encabezó la agenda

de actividades de perfeccionamiento en el 100% de los medios gráficos y el 77,78% de los medios radiales y televisivos.²⁰⁷

¹⁸⁸ *Ibid.*, p.119.

¹⁸⁹ Bonilla Soria (2013), p.92.

¹⁹⁰ Bonilla Soria (2013), pp.94, 106.

¹⁹¹ *Periodistas exigen a sus medios cumplir con el alza salarial (03 de enero de 2013). El Telégrafo, Economía. Disponible en URL: <http://eltelegrafo.com.ec/economia/item/periodistas-exigen-a-sus-medios-cumplir-con-el-alza-salarial.html> [consulta 13 de julio de 2013]*

¹⁹² *Ibid.*

¹⁹³ Bonilla Soria (2013), pp.103, 106.

¹⁹⁴ *Ibid.*, p.109.

¹⁹⁵ *Ibid.*, p.116.

¹⁹⁶ *Ibid.*, p.71.

¹⁹⁷ *Ibid.*, p.76.

¹⁹⁸ *Ibid.*, p.77.

¹⁹⁹ Bonilla Soria (2013), p.113.

²⁰⁰ *Ibid.*, p.116.

²⁰¹ *Ibid.*, p.112.

²⁰² *Ibid.*, p.113.

²⁰³ *Ibid.*, p.68.

²⁰⁴ *Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, FUNDAMEDIOS. (Sitio web)*

²⁰⁵ Unesco (2011), p.119.

²⁰⁶ *Ibid.*, p.126.

²⁰⁷ *Ibid.*, p.128.

En cooperación entre universidades y empresas informativas se organizaron actividades de capacitación para periodistas sobre los siguientes temas:

Cursos de capacitación para periodistas ofrecidos por universidades				
Universidad	Curso	Prensa	Televisión	Radio
Univ. Andina Simón Bolívar	Gestión de medios	X		
FLACSO	Periodismo, libertad y responsabilidad social	X		
Universidad Nacional de Loja	Medios gráficos	X	X	X
	Basura electrónica	X	X	X
Universidad de las Américas	Ética periodística	X		
	Periodismo de investigación	X		
Universidad Técnica Particular de Loja	Radio digital	X	X	X
	Ética periodística	X	X	X
	Comunicación corporativa	X	X	X

Fuente: Fundamedios (2010), p.122.

Sin embargo, los estímulos individuales para periodistas otorgados por empresas de medios no son tan frecuentes. La práctica indica que tres de cada cinco periodistas no han recibido ninguna posibilidad de perfeccionamiento individual.²⁰⁸

Los periodistas encuestados para el estudio de la Unesco sienten que su formación les ha dado una buena preparación para el ejercicio de su profesión. El 90% de los periodistas encuestados respondió afirmativamente a esta pregunta y se refirió especialmente a su formación en temas de política nacional e internacional, economía, política económica y sociología.²⁰⁹

9.2 Formación universitaria

La formación académica de los periodistas ecuatorianos en las universidades comenzó en la década de 1940. La Universidad Central de Quito fue la primera institución del país que creó, en 1945, una Facultad de Comunicación Social. Ese mismo año la Universidad Estatal de Guayaquil, con la apertura de la Escuela de Información, hizo lo propio. Luego, el título universitario de periodista desapareció. No obstante, en la dé-

cada de 1960 el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) propuso una formación polivalente, de modo que este título reapareció en la década siguiente.

Ciespal ha desempeñado un papel fundamental en la evolución de la formación en Ciencias de la Comunicación en Ecuador. Con la formación polivalente se propuso en primera instancia ampliar y a la vez mejorar el perfil del periodista.²¹⁰ Ciespal apoyó además la creación de facultades de Ciencias de la Comunicación en toda América Latina.

En 1975, durante el Gobierno militar del general Guillermo Rodríguez Lara, se aprueba la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista. Esta establecía que toda persona que podía demostrar haber trabajado durante cinco años como periodista podía recibir un título, aunque no hubiese finalizado los estudios de grado en una facultad de Ciencias de la Comunicación.

En 1976 se reorganiza en Guayaquil la Escuela de Comunicación Social, un primer paso hacia la especialización de la carrera de periodismo en Ecuador. Algunos años más tarde, en la década de 1980, se consolida en Quito la Facultad de Comunicación Social en la Universidad Central (Facso). Los primeros estudiantes que se titularon en la Facso ingresaron de inmediato en los grandes diarios de Quito y Guayaquil.

Finalmente, en la década de 1990 aparece en las universidades ecuatorianas otra especialización más en las carreras de periodismo, tanto en el aspecto técnico como en el de contenidos: periodismo gráfico, radio, televisión, relaciones públicas y *marketing*. La oferta académica se adaptó a las necesidades del mercado.

Tener un título universitario en Ciencias de la Comunicación no era requisito para ejercer el periodismo en Ecuador. Con las modificaciones introducidas por el Gobierno de Rafael Correa, desde 2007 esta situación ha cambiado. Según la disposición transitoria vigésima de la Ley Suprema de 2008, se dispuso que

«en el plazo de cinco años a partir de la entrada en vigencia de esta Constitución, todas las instituciones de educación superior, así como sus carreras, programas y postgrados deberán ser evaluados conforme a la ley. En caso de no superar la evaluación y acreditación, quedarán fuera del sistema de educación superior».

Sobre esta base legal y la disposición transitoria primera de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), el Gobierno de Rafael Correa impuso una evaluación de todas las universidades y escuelas politécnicas según las categorías A, B, C, D y E.²¹¹

El modelo de evaluación externa fue desarrollado por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Ca-

lidad de Educación Superior (Ceaaces) en 2012. El proceso de evaluación concluyó en el 2013 y en su primera fase arrojó los siguientes resultados: once universidades se ubicaron finalmente en la categoría máxima A, entre ellas siete universidades que ofrecen la carrera de Ciencias de la Comunicación; estas casas de estudios superiores son:

- Pontificia Universidad Católica de Quito (PUCE)
- Universidad Central del Ecuador
- Universidad de Cuenca
- Universidad del Azuay
- Universidad San Francisco de Quito (USFQ)
- Universidad Técnica de Ambato
- Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

Siete universidades con una facultad de Ciencias de la Comunicación obtuvieron la calificación B; estas son:

- Universidad de Guayaquil
- Universidad Nacional de Loja
- Universidad Estatal de Bolívar
- Universidad Nacional de Chimborazo
- Universidad Politécnica Salesiana
- Universidad Técnica del Norte
- Universidad de Las Américas (UDLA).

Algunas otras instituciones, ninguna de ellas en capital de provincia, se ubicaron en las categorías C y D; las universidades con calificación E, es decir, las que no cumplieron con los estándares de la evaluación, tuvieron que cerrar.

Según datos de la periodista María Isabel Punín Larrea (2012) y de los periodistas ecuatorianos R. Buitrón y F. Astudillo (2005), la formación universitaria de los periodistas en Ecuador es criticada porque los estudiantes no reciben una formación práctica que realmente los prepare para el ejercicio posterior de su profesión.²¹² Según los autores, los docentes carecen de experiencia periodística y de la metodología necesaria. Dicen que abandonaron su profesión hace mucho tiempo y que sus conocimientos periodísticos no están actualizados. A su vez, constatan que la mayoría de los estudiantes carece de estímulos y muestra una excesiva exigencia respecto al material de lectura, investiga poco y no es consciente de los esfuerzos que conlleva la profesión, y, además, solo concibe el periodismo como una posibilidad para saltar a la fama.²¹³

En Ecuador, por otra parte, se percibe una lenta tendencia a reorientar las carreras de Ciencias de la Comunicación hacia las relaciones públicas. La especialización en esta materia ocupa un espacio cada vez mayor en los últimos años, fundamentalmente como reacción a la alta demanda del mercado, y se ha vuelto cada vez más atractiva para numerosos estudiantes debido a la remuneración generalmente superior.²¹⁴

La mayor oferta para la formación de un comunicador social la tienen ahora en Ecuador las universidades privadas. Actualmente hay en el país un total de 26 facultades de Ciencias de la Comunicación.

Según Punín Larrea, de las 26 facultades y escuelas de Ciencias de la Comunicación, diez son públicas. Éstas tienen más años de trayectoria y la mayor cantidad de estudiantes. Las otras 16 son privadas.²¹⁵ Desde el punto de vista geográfico, la mayor concentración de estas facultades está en la capital, Quito, en Guayaquil y en Cuenca.²¹⁶ Hay en total más de 80 instituciones que ofrecen capacitación y perfeccionamiento en periodismo.²¹⁷

²⁰⁸ Unesco (2011), p.119.

²⁰⁹ *Ibid.*, p.132.

²¹⁰ PUNÍN LARREA, M. I. y MARTÍNEZ HARO, A. C. (2013). *La profesionalización periodística en Ecuador: ¿la experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas?* *Revistas Científicas Computenses*. Disponible en el URL: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/42535/40444>. P. 5.

²¹¹ Punín Larrea y Martínez Haro (2013), p. 4.

²¹² PUNÍN LARREA, M. I. *Los estudios de comunicación social/ Periodismo en el Ecuador. Una visión crítica al rol de la universidad y la academia*. *Revista electrónica Especializada en Comunicación, Razón y Palabra*, mayo-julio de 2012. N° 79. Disponible en URL: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66_Punin_V79.pdf [consulta 27 de julio de 2013]. P. 9.

²¹³ *Ibid.*, p.10.

²¹⁴ *Ibid.*, p.15.

²¹⁵ *Ibid.*, p.4.

²¹⁶ *Ibid.*, p.7.

²¹⁷ Unesco (2011), p.119.

Tabla de resumen del surgimiento de las facultades de Ciencias de la Comunicación en Ecuador:

Facultad	Año de Fundación	Ubicación
Universidad de Guayaquil – Facultad de Comunicación Social	1945	Guayaquil
Universidad Central del Ecuador – Facultad de Comunicación Social	1945	Quito
Universidad Interamericana del Ecuador – Facultad de Comunicación Social	1947	Riobamba
Universidad de Cuenca – Facultad de Comunicación Social	1954	Cuenca
Universidad del Azuay – Escuela de Comunicación Social	1989	Cuenca
Universidad Nacional de Loja – Carrera de Comunicación Social	1989	Loja
Universidad Técnica Luis Vargas Torres – Escuela de Comunicación Social	1989	Esmeraldas
Universidad Técnica de Machala – Escuela de Comunicación Social	1991	Machala
Universidad Técnica de Ambato – Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales – Carrera de Comunicación Social	1992	Ambato
Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) – Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación	1994	Quito
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación – Escuela de Comunicación Social	1995	Guayaquil
Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) – Escuela de Comunicación Social	1997	Quito
Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) – Especialización maestrías en Comunicación Social	1999	Quito
Universidad Casa Grande Facultad de Comunicación Mónica Herrera	1999	Guayaquil
Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) – Escuela de Comunicación Social	2000	Loja
Universidad Santa María – Carrera de Gestión de Diseño y Comunicación Visual	2000	Guayaquil
Universidad Estatal de Bolívar – Escuela de Comunicación Social	2003	Guaranda
Universidad Estatal de Milagro UTE – Carrera de Periodismo	2004	Milagro
Universidad Nacional de Chimborazo – Carrera de Comunicación Social	2009	Riobamba
Universidad Politécnica Salesiana (UPS)	2009	Guayaquil
Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo Carrera Profesional de Periodismo	2010	Portoviejo
Universidad Católica de Cuenca Facultad de Ciencias de la Información y Comunicación Social	2010	Cuenca
Escuela Superior Politécnica del Litoral – Escuela de Comunicación Social	2010	Guayaquil
Universidad Técnica de Babahoyo	2010	Babahoyo

Fuente: Punín Larrea (2012), pp. 4,6.

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) apunta también a mejorar, afianzar y profesionalizar la formación universitaria de los periodistas. Establece una duración de cuatro años para la formación, y, mediante el artículo 42, advierte que en el futuro solo aquellos estudiantes graduados en periodismo podrán trabajar en los medios. Esta nueva norma no atañe a fotógrafos ni a camarógrafos. Se espera, por lo tanto, que en los próximos años aumenten significativamente las cifras de estudiantes de periodismo.

Como consecuencia de la Ley de Educación Superior, actualmente se están sometiendo a examen todas las carreras universitarias, incluida la de Ciencias de la Comunicación. Esto implica que todas las carreras deben ofrecer una cierta cantidad de seminarios, por ejemplo, de Historia, Lengua, Política, etc. Esta ley, sin embargo, no prevé aumentar la cantidad de prácticas en la formación periodística.

9.3 Profesionalización de comunicadores empíricos

La Ley de Comunicación exige que

«las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas».

El plazo estipulado por la ley para que los periodistas y comunicadores sociales se profesionalicen vence en 2019.

El Gobierno, a través del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom), el Ministerio del Trabajo y el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (Secap), han comenzado a entregar certificaciones laborales a los trabajadores auxiliares de la comunicación, como por ejemplo a locutores de radio, presentadores de noticias, camarógrafos y fotógrafos. Estos reciben una certificación por un período de cuatro años, que expira en 2019. Dentro de este plazo tienen la posibilidad de presentar pruebas de trabajo y rendir exámenes teóricos y prácticos para obtener un título profesional. En el sector de la comunicación trabajan actualmente alrededor de 17 000 personas, de las cuales se estima que unas 6 000 no tienen título.

Perfiles profesionales que iniciaron su certificación en el 2014:

Presentador/a locutor/a para radio y/o TV.
Trabajador/a de piso de TV.
Fotógrafo/a de medios y multimedia.
Programador/a de contenidos para medios comunitarios.
Camarógrafo/a de noticias.
Productor/a realizador/a de contenidos para medios comunitarios.

Fuente: Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom). (10.07.2014)

En total, se ofrecen capacitaciones y certificaciones para doce perfiles profesionales diferentes dentro del área de la comunicación:

- Presentador/locutor para radio
- Presentador/locutor para televisión
- Presentador/locutor para televisión y radio
- Trabajador de piso de televisión
- Fotógrafo de medios y multimedia
- Programador de contenidos para medios comunitarios de radio
- Programador de contenidos para medios comunitarios de televisión
- Programador de contenidos para medios comunitarios de radio y televisión

- Camarógrafo de noticias
- Productor/realizador de contenidos para medios comunitarios de radio
- Productor/realizador de contenidos para medios comunitarios de televisión
- Productor/realizador de contenidos para medios comunitarios de radio y televisión²¹⁸

Los periodistas, sin embargo, quedan excluidos de este programa de certificación laboral, puesto que la ley exige que cuenten con un título universitario. El Cordicom inició un diálogo con las facultades de Comunicación de una serie de universidades ecuatorianas para «buscar opciones que permitan el reconocimiento de la trayectoria profesional».²¹⁹ Sin embargo, hasta fines de 2015 aún no existía un concepto para que los comunicadores empíricos puedan acceder a una convalidación para obtener un título de tercer y cuarto nivel.

Las redes Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (Corape) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), por su parte, ofrecen una serie de cursos de formación y talleres de capacitación para trabajadores de medios comunitarios. Sin embargo, no se prevé una cooperación con las instituciones de educación superior.

9.4 Minorías

De acuerdo al sociólogo guayaquileño Galo Cervantes, los grupos de poder, que a través de los medios privados controlan gran parte de la información, le han dado poco espacio a las minorías, a pesar de que en su conjunto constituyen la mayoría de la población de los sectores populares.²²⁰

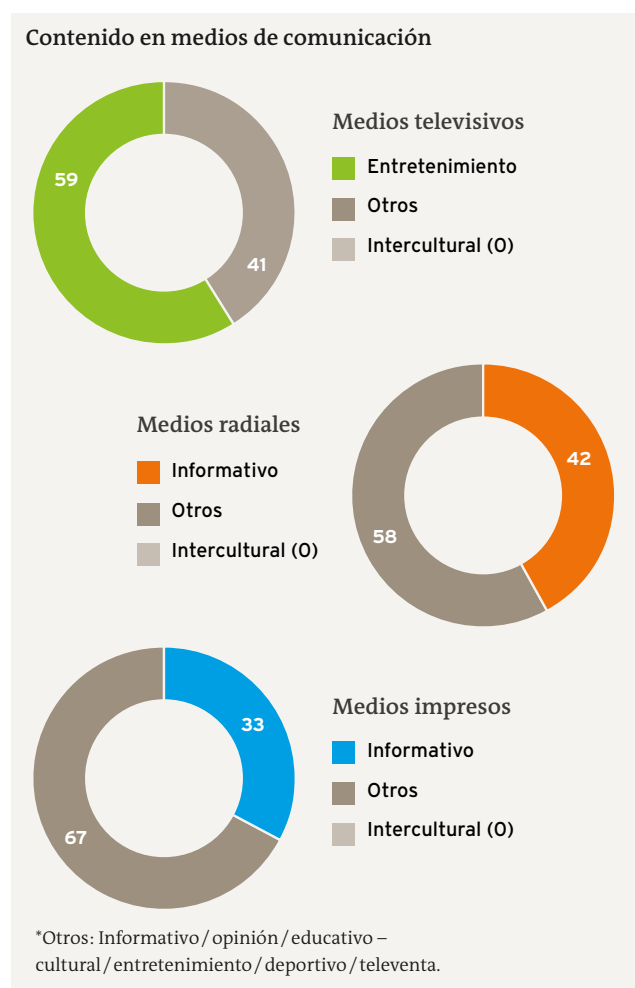
En respuesta a esta experiencia histórica, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) define que los medios deben dedicar al menos el 5% de su programación a difundir contenidos y productos que reflejen la cosmovisión, tradiciones y cultura de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias. Este concepto incluye también la producción de contenidos en su propia lengua. En Ecuador hay 14 pueblos reconocidos oficialmente como nacionalidades indígenas por la Constitución del 2008.

²¹⁸ Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (10 de julio de 2014). Profesionalización – Certificación de competencias laborales. Disponible en URL: <http://www.cordicom.gob.ec/certificacion-de-competencias-laborales/> [consulta 23 de mayo de 2015]

²¹⁹ Carreras de grado y postgrado: titulación de tercer y cuarto nivel, (10 de julio de 2014). Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom). Disponible en URL: <http://www.cordicom.gob.ec/profesionalizacion-titulacion-superior/> [consulta 13 de julio de 2015]

²²⁰ Ley protege a minorías de discriminación mediática (01 de julio de 2013). El Telégrafo. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/ley-protecte-a-minorias-de-discriminacion-mediatica.html> [consulta 15 de julio de 2013]

Sin embargo, un estudio de la Superintendencia de la Comunicación (Supercom) de julio de 2014, un año después de la aprobación de la LOC, señala que «el 0% de producción y difusión en los medios nacionales correspondió a contenidos interculturales».²²¹



Fuente: Agencia Andes (11.08.2014)

Para el estudio se analizaron 31 medios de comunicación, de un total de 78, considerados de mayor sintonía y lectoría a nivel nacional y regional, entre ellos 9 canales de televisión, 12 estaciones de radio y 10 medios impresos. Se analizaron un total de 2004 contenidos.

Diferente es, por cierto, el enfoque que dan los medios comunitarios a la información y cobertura, ya que muchos de ellos se deben precisamente a comunidades de minorías étnicas y transmiten su programación, en grandes partes, en lengua *kichwa*, *shuar* u otras. Estas lenguas siguen ausentes en la televisión, con excepción del canal público Ecuador TV (ECTV), que ofrece un breve noticiero diario y un programa semanal en kichwa, titulado *Nuestro Sueños*.²²²

Sin embargo, las comunidades indígenas aún tienen una presencia muy débil en los medios ecuatorianos. Según algunas encuestas, apenas el 10% del personal son comunicadores indígenas y apenas ocupan puestos ejecutivos.²²³

En los medios gráficos y en la televisión, las mujeres tienen bastante presencia, mientras que en la radio es menor. Sin embargo, se puede asegurar que las mujeres están presentes tanto en el ámbito mediático privado, como en los medios públicos y tanto en la producción periodística, como en funciones administrativas.²²⁴

10. Actividades en el marco de acuerdos de cooperación

10.1 ONGs

La labor de las organizaciones no gubernamentales (ONG) en beneficio de los medios de comunicación en Ecuador se centra particularmente en el análisis de la práctica del derecho a la libertad de expresión. Igualmente, contribuye con iniciativas de capacitación para medios y periodistas y con proyectos de medios, cuyo objetivo es proporcionar información relevante a determinados grupos de la sociedad.

Reporteros sin Fronteras analiza temas relacionados con la libertad de expresión en Ecuador. El último estudio a fondo del panorama de medios en Ecuador data de 2010 y se titula: *El volcán mediático y su delicada regulación*.²²⁵ También la ONG ecuatoriana Fundamedios se compromete con la libertad de expresión a través de publicaciones, del contacto con agencias de prensa internacionales y de la organización de mesas redondas acerca de este tema. Fundamedios recibió en el pasado apoyo financiero por parte de la agencia estatal de cooperación de EEUU, USAid. Según declaraciones del embajador de EEUU en Quito, en entrevista con el diario público *El Telégrafo* (02.07.2012), en 2012 el monto ascendía a 300 mil dólares anuales.²²⁶

Algunas organizaciones de la sociedad civil (OSC) trabajan también en el área de políticas de desarrollo para avances en materia de tecnologías de comunicación:

- Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC).
- Corporación Red Infodesarrollo, red de 35 organizaciones de ayuda para el desarrollo.

Las instituciones que, según los medios ecuatorianos, ofrecen programas de capacitación para periodistas son las siguientes:

Instituciones que ofrecen programas de capacitación listadas por medio:		
MEDIOS	Institución	Nacional o extranjero
	Universidades de la Argentina	Extranjero
	CIESPAL	Nacional
	Fundación El Universo	Nacional
	Universidad Andina Simón Bolívar	Nacional
PRENSA	Grupo de Diarios América	Extranjero
	Fundación Carolina (España)	Extranjero
	Universidad de Stanford (EE.UU.)	Extranjero
	Sociedad Iberoamericana de Prensa	Extranjero
	Asociación Interamericana de Prensa (IAPA)	Extranjero
TELEVISIÓN	CIESPAL	Nacional
	IPAL de Perú	Extranjero
	Embajada de Israel	Extranjero
	UNAM/México	Extranjero
RADIO	Radio Netherlands (Países Bajos)	Extranjero
	Cámara de Comercio de Guayaquil	Nacional
	Policía Nacional	Nacional
	CIESPAL	Nacional
	BBC (Gran Bretaña)	Extranjero

Fuente: Unesco (2011), p.123.

10.2 Cooperación bilateral con Alemania

La cooperación bilateral entre Alemania y Ecuador está representada por el Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo (*Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, BMZ*). Los objetivos fundamentales del trabajo del BMZ en Ecuador son el desarrollo de una cooperación a favor de la protección de los recursos naturales y el medioambiente; la lucha contra el cambio climático y esfuerzos para preservar los bosques tropicales. Además, el BMZ reúne esfuerzos en beneficio de la modernización del Estado y la descentralización. A continuación se detallan algunas de sus actividades:²²⁷

1.) Agencia de Cooperación Internacional (*Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, GIZ*)

La GIZ trabaja especialmente en la Amazonía y en la Sierra, en los siguientes temas:

- Gestión sustentable de recursos naturales
- Modernización y descentralización del Estado

²²¹ *Contenidos sobre pueblos indígenas y afro, una deuda pendiente en medios de comunicación de Ecuador (11 de agosto de 2014)*. Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (Andes). Disponible en URL: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/contenidos-sobre-pueblos-indigenas-afro-deuda-pendiente-medios-comunicacion-ecuador.html> [consulta 12 de mayo de 2015]

²²² CHECA GODOY, A. (28 de mayo de 2013). *La batalla política y legal en Ecuador ante la creación de un sector estatal de medios informativos*. Anuario Americanista Europeo. Disponible en URL: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00826775/document> [consulta 23 de julio de 2013] p.42.

²²³ Unesco (2011), p.98.

²²⁴ *Ibid.*

²²⁵ BENOIT, H., SAMSON, E. (Junio de 2010).

²²⁶ *Fundamedios recibe 25 mil dólares de Usaid (23 de julio de 2012)*. El Telégrafo. Disponible en URL: <http://telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/fundamedios-recibe-25-mil-dolares-mensuales-de-usaid.html> [consulta 25 de julio de 2013]

²²⁷ *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)*. Disponible en URL: <http://www.bmz.de/de/index.html> [consulta 10 de agosto de 2015]

La GIZ trabaja en Ecuador también a favor del diálogo entre organizaciones indígenas y estatales, la prevención de la violencia contra las mujeres, la seguridad y los Derechos Humanos.

En el sector de medios existe una cooperación entre la GIZ y la Deutsche Welle Akademie (DW Akademie), como por ejemplo el proyecto sectorial *Bajo la Lupa*.

2.) Fundación Hanns Seidel (*Hanns-Seidel-Stiftung, HSS*)

La HSS focaliza su trabajo en Ecuador en los siguientes temas:

- Creación de capacidades institucionales e individuales de socios para proyectos y jóvenes dirigentes políticos
- Apoyo y promoción de estudiantes jóvenes, sobre todo indígenas
- Superación de brechas sociales para la igualdad de derechos y la igualdad social de la población indígena en un Estado plurinacional
- Afianzamiento de la aceptación de la diversidad cultural y de la conciencia social
- Consolidación de estructuras pluralistas y democráticas en un contexto multiétnico

Los estudiantes indígenas también reciben en estos casos capacitación multimedia.

3.) Fundación Rosa Luxemburg (*Rosa-Luxemburg-Stiftung, RLS*)

Los objetivos del trabajo de la RLS en la región andina son el fortalecimiento de la participación de grupos de la sociedad civil en la implementación de las nuevas constituciones de izquierda y la protección de los derechos consagrados a ellas. La Fundación coopera sobre todo con nacionalidades indígenas, mujeres, jóvenes y medios alternativos.

Su segundo eje central es la búsqueda de variantes al modelo económico vigente, que se basa exclusivamente en la exportación de recursos naturales. Este tema es objeto de debate en los distintos países. La oficina retoma estos debates y fomenta un intercambio interregional.

4.) Fundación Friedrich Ebert (*Friedrich-Ebert-Stiftung, FES*)

La FES trabaja en Ecuador desde 1974, en sus inicios como base del Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS).

El objetivo de su trabajo es fortalecer los valores democráticos en el país y hacer posible una sociedad participativa e inclusiva. La FES apoya especialmente a actores muchas veces desfavorecidos, como mujeres y organizaciones indígenas, con la finalidad de que puedan participar en procesos de desarrollo social dentro y fuera del país.

La estrategia apunta a integrar actores sociales y de la sociedad civil en el diálogo político con instituciones democráticas y autoridades políticas. Entre ellos también hay operadores de medios independientes, con los que la FES coopera.

El trabajo de la FES se centra temáticamente en debates cruciales para el país y aborda, además de la inclusión social, cuestiones como los modelos de desarrollo sostenible. La FES trabaja fundamentalmente en las áreas de comunicación, energía y cambio climático, género, fortalecimiento de los sindicatos y seguridad.

Los proyectos de FES-ILDIS se ubican en los siguientes campos:

- Democracia
- Relaciones sociales y laborales
- Economía y desarrollo sostenible
- Seguridad
- Política internacional

En el área de medio ambiente existen diferentes iniciativas de medios para sensibilizar a los socios sobre los efectos del cambio climático. Estas actividades se inscriben en el Proyecto Regional de Energía y Clima de la FES en América Latina.

En el ámbito de la comunicación, existe además la plataforma virtual Centro de Competencia en Comunicación (C3), que trabaja en el ámbito internacional.

Se trata de un portal regional de la FES para análisis de las comunicaciones en América Latina. El objetivo es generar una base de conocimiento sobre cómo se utiliza la comunicación como estrategia fundamental de diálogo político y cómo, además, puede contribuir al fortalecimiento de la democracia social.

El trabajo de C3 está organizado en tres áreas:

- Comunicación y política: análisis de las formas de comunicación en la política, y estrategias de comunicación para profundizar y ampliar la democracia.
- Medios: calidad periodística, libertad de información, legislación sobre medios, responsabilidad social y sociedad civil organizada.

- Comunicación ciudadana: derecho a la comunicación, tecnologías de la información y la comunicación, medios locales y medios de participación ciudadana.

La plataforma virtual coopera especialmente con organizaciones de la izquierda ecuatoriana, con aquellas que defienden los derechos de las mujeres e instituciones ambientalistas.

5.) Fundación Konrad Adenauer (*Konrad-Adenauer-Stiftung, KAS*)

El 1 de septiembre de 2014, la KAS cerró sus oficinas en Ecuador, después de medio siglo de presencia en el país. La KAS fundamentó su decisión en el creciente control y supervisión del trabajo político de fundaciones y ONG internacionales por parte del Gobierno ecuatoriano.

10.3 Cooperación internacional

1.) Europe Aid

La cooperación europea con Ecuador está enfocada en las áreas de educación y crecimiento económico sostenible. También se financian con fondos europeos actividades en los sectores de seguridad alimentaria, Derechos Humanos, protección ambiental y migración. El presupuesto para Ecuador para el sexenio 2014 – 2020 es de 67 millones de euros, menos de la mitad de los fondos destinados para la cooperación del período 2007 – 2013, que alcanzaban los 141 millones de euros.

2.) USAid

La agencia estadounidense de cooperación USAid cerró sus oficinas en septiembre de 2014, después de 53 años de cooperación, tras la decisión del Gobierno ecuatoriano de detener las actividades de asistencia sin un nuevo convenio bilateral para la regulación de los proyectos, según informó el diario *El Universo*.²²⁸ La USAid contribuyó con más de 800 millones de dólares al desarrollo económico de Ecuador desde 1961.²²⁹

10.4 Cooperación multilateral

1.) Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) – Misión UNDP Ecuador

El PNUD trabaja en Ecuador impulsando un desarrollo sostenible de la sociedad en beneficio de las capacidades y esfuerzos nacionales que contribuyen a la construcción de un orden social justo.

2.) La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco)

La Unesco realizó en 2011 un amplio estudio sobre la evolución de los medios en Ecuador, financiado por el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (IPDC).²³⁰

La oficina de la organización en Quito trabaja en los siguientes temas centrales:

- Eliminación de la injusticia y la pobreza mediante el fomento de la formación de alta calidad a todos los niveles
- Conservación de la biodiversidad y promoción del desarrollo sostenible mediante el impulso de las correspondientes políticas y acciones individuales
- Promoción de la diversidad cultural y del diálogo intercultural, así como conservación del patrimonio cultural mundial, tanto material como inmaterial
- Apoyo a políticas sociales locales para combatir la pobreza
- Fomento de la participación ciudadana en la sociedad a través de la defensa de la libertad de expresión; capacitación de ciudadanos en el área de las tecnologías de la comunicación y la información

²²⁸ Con un coctel periodistas despidieron a la Usaid (19 de julio de 2014). *El Telégrafo*. Disponible en el URL: <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/con-un-coctel-periodistas-despidieron-a-la-usaid.html> [consulta 31 de julio de 2015]

²²⁹ Mañana es el último día de Usaid en Ecuador tras 53 años de actividad (23 de septiembre de 2014). *El Universo*. Disponible en URL: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/29/nota/4049876/manana-es-ultimo-dia-usaid-ecuador-tras-53-anos-actividad> [consulta 31 de julio de 2015]

²³⁰ Unesco (2011), p.9.

La oficina de la Unesco en Quito tiene jurisdicción no solo en Ecuador, sino también en Bolivia, Colombia y Venezuela. Las principales tareas son el fomento de la paz, la lucha contra la pobreza, la promoción del desarrollo sostenible y del diálogo intercultural a través de la educación, la ciencia y la cultura, así como por medio de la comunicación y la información. Para la oficina de la Unesco en Quito se definieron los siguientes campos de acción prioritarios:

- Igualdad de género
- Juventud
- Cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio de las Naciones Unidas
- Grupos participantes excluidos o en situación de riesgo; entre ellos fundamentalmente grupos indígenas y grupos afroamericanos de los países mencionados

10.5 Ámbito nacional, con énfasis en las minorías:

1.) Fundación Fidal

Objetivos: Mejora de las instituciones educativas nacionales a través de la cooperación nacional e internacional. Creación de un Centro Internacional de Coordinación Regional de Universidades Latinoamericanas; creación de actividades de cooperación entre instituciones públicas y privadas de Ecuador y el extranjero; apoyo al intercambio intercultural; promoción, conservación y difusión del patrimonio cultural mundial y consolidación de los procesos para el desarrollo autónomo y comunitario.

2.) Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE)²³¹

Institución pública que trabaja por el fortalecimiento de las nacionalidades, las comunas y las aldeas, así como de la vida con la interculturalidad.

3.) Coordinadora Política de la Mujer Ecuatoriana (CPME)

Federación central de organizaciones de mujeres en Ecuador, socia de cooperación de C3, funciona desde 1995 de forma autónoma con el género como tema central.

4.) Consorcio de Municipios Amazónicos y Galápagos (COMAGA)²³²

Consorcio de comunas de la Amazonía y de las islas Galápagos. Sus objetivos son:

- Modernización de las comunas
- Desarrollo sostenible en la región

5.) Centro sobre Derecho y Sociedad (CIDES) ONG fundada en 1987 con sede en Quito. Sus objetivos son:

- Promoción de la justicia de paz y la mediación comunitaria
- Difusión de métodos alternativos de solución de conflictos (MASC)

6.) Fundación Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA)

ONG dedicada a promover la igualdad de género. Produce series para radio sobre temas relacionados con la igualdad de género y la lucha contra la violencia contra las mujeres. A la Fundación GAMMA pertenece también el Observatorio Ciudadano de la Comunicación (OCC), que lleva a cabo el monitoreo de medios sobre el tratamiento y manejo de temas relacionados con la violencia de género en los medios.

7.) Agencia Nacional de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes (ACNNA)

ONG de defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en los medios. Publican informes trianuales sobre el enfoque de la niñez y la adolescencia en los medios impresos y televisivos en Ecuador. ACNNA impulsó la fundación de RED NNACE (Red de Niñas, Niños y Adolescentes Comunicadores del Ecuador). Su objetivo es posicionar la participación de la niñez y la adolescencia ecuatoriana en las agendas públicas, mediante la intervención en los medios de comunicación de masas como estrategia. Recibe el apoyo de UNICEF y de la ONG Plan Internacional.

8.) Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC)

ONG y red internacional que promueve el acceso libre y abierto a Internet para todas las personas, con especial enfoque en los derechos de la mujer.

²³¹ Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE). Disponible en URL: [mid=676](http://www.codenpe.org.ec/) [consulta 25 de julio de 2013]

²³² Consorcio de Municipios Amazónicos y Galápagos (COMAGA). Disponible en URL: <http://www.comaga.org.ec/index.php/inicio> [consulta 25 de julio de 2013]

11. Bibliografía e índice de fuentes

Activista defiende la Ley de Comunicación y un periodista critica "control" a los medios (13 de junio de 2014). *El Telégrafo*. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/activista-defiende-la-ley-de-comunicacion-y-un-periodista-critica-control-a-los-medios.html> [consulta 1 de agosto de 2015]

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Disponible en URL: http://aler.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3906&Itemid=191&lang=es [consulta 13 de julio de 2013]

Asamblea Nacional República del Ecuador (julio de 2008). *Constitución Nacional del Ecuador*. Disponible en URL: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

Asamblea Nacional República del Ecuador (junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Disponible en URL: http://www.asambleanacional.gov.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

Asamblea Nacional República del Ecuador (junio de 2013). *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Disponible en URL: http://www.asambleanacional.gov.ec/es/system/files/ro_ley_organica_de_telecomunicaciones_ro_439_tercer_suplemento_del_18-02-2015.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

AYALA MARÍN, A. y CALVACHE, M.B. (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador. Informe de investigación de campo*. Ciespal. Disponible en URL: http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_300.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

BECERRA, M. (25 de Febrero de 2015). *Medios Públicos: el desafío de superar la orfandad*. Quipu – Políticas y tecnologías de comunicación. Disponible en URL: <https://martinbecerra.wordpress.com/2015/02/25/medios-publicos-el-desafio-de-superar-la-orfandad/> [consulta 23 de julio de 2015]

BENALCÁZAR, W (26 de julio de 2014). *500 infocentros enlazan a las comunidades rurales del Ecuador con el mundo*. *El Comercio*. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/infocentros-enlazan-comunidades-rurales-del-ecuator-mundo.html> [consulta 11 de junio de 2015]

BENÍTEZ, J. (21 de septiembre de 2013). *La televisión digital será mucho más que cambiar de canales*. *El Comercio*, p. 2. Disponible en URL: <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/radiodifusion/television/item/43001-la-television-digital-sera-mucho-mas-que-cambiar-de-canales>

BENOIT, H., SAMSON, E. (Junio de 2010). *El volcán mediático y su delicada regulación, Informe sobre Ecuador*. Disponible en URL: http://es.rsfs.org/IMG/pdf/Informe_Ecuador.pdf [consulta 23 de julio de 2013]

BONILLA SORIA, P.E. (2013). *Los periodistas quiteños, las condiciones de trabajo imperantes y los procesos de producción de las noticias. Tesis para obtener el título de maestría en Comunicación con mención en Opinión Pública*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Quito: Sede Ecuador.

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Disponible en URL: <http://www.bmz.de/de/index.html> [consulta 10 de agosto de 2015]

Casa de la Cultura Ecuatoriana, Benjamín Carrión. Disponible en URL: http://www.casadelacultura.gob.ec/?ar_id=6&ge_id=17 [consulta 13 de julio de 2013]

Carreras de grado y postgrado: titulación de tercer y cuarto nivel, (10 de julio de 2014). Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom). Disponible en URL: <http://www.cordicom.gob.ec/profesionalizacion-titulacion-superior/> [consulta 13 de julio de 2015]

CHECA GODOY, A. (28 de mayo de 2013). *La batalla política y legal en Ecuador ante la creación de un sector estatal de medios informativos*. *Anuario Americanista Europeo*. Disponible en URL: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00826775/document> [consulta 23 de julio de 2013]

Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión (18 de mayo de 2009). *Informe Definitivo y Recomendaciones*. Asamblea Nacional del Ecuador. Disponible en URL: <http://documentacion.asambleanacional.gov.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/efb5cf5c-fd52-4ca8-b2fc-3748e5023044/Informe%20de%20la%20Comisi%C3%B3n%20para%20la%20Auditor%C3%ADa%20de%20las%20Concesiones%20de%20las%20Frecuencias%20de%20Radio%20y%20Televisi%C3%B3n> [consulta 25 de julio de 2013]

Con un coctel periodistas despidieron a la Usaid (19 de julio de 2014). *El Telégrafo*. Disponible en el URL: <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/con-un-coctel-periodistas-despidieron-a-la-usaid.html> [consulta 31 de julio de 2015]

Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE). Disponible en URL: [mid=676](http://www.codenpe.gob.ec) [consulta 25 de julio de 2013]

Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom). Disponible en URL: <http://www.cordicom.gob.ec> [consulta 31 de julio de 2015]

Consejo Nacional de Planificación (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), República del Ecuador. Disponible en URL: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf> [consulta 23 de mayo de 2015]

Consortio de Municipios Amazónicos y Galápagos (COMAGA). Disponible en URL: <http://www.comaga.org.ec/index.php/inicio> [consulta 25 de julio de 2013]

Contenidos sobre pueblos indígenas y afro, una deuda pendiente en medios de comunicación de Ecuador (11 de agosto de 2014). Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (Andes). Disponible en URL: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/contenidos-sobre-pueblos-indigenas-afro-deuda-pendiente-medios-comunicacion-ecuador.html> [consulta 12 de mayo de 2015]

CORONEL SALAS, G., BANEGAS, et. al. *Anuario de la Comunicación en Ecuador 2011-2012*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja. Departamento de Ciencias de Comunicación, 2012.

CORONEL SALAS, G., MIER SANMARTÍN, C., et. al. *Morfología de los medios y empresas de comunicación del Ecuador*. Revista Latina de Comunicación Social, 2012. N° 67, pp. 511-532. Disponible en URL: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/152_Coronel.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

DE LA TORRE CADENA, H. S. (2013). *Historia de un medio público: caso Radio Nacional del Ecuador*. Tesis de Posgrado previo a la obtención del Título de Magister en Comunicación Organizacional. Universidad Central del Ecuador. Disponible en URL: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2661/1/T-UCE-0009-189.pdf>

DEL ALCÁZAR, J.P. ¿Qué hacen los ecuatorianos en Internet? *Nuestro Mundo Air Magazine*, mayo 2013. Pp. 88-89.

DEL ALCÁZAR, J.P. (27 de enero de 2015). *Ranking y Estadísticas Redes Sociales Ecuador*. Revista Formación Gerencial. Disponible en URL: <http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/> [consulta 09 de agosto de 2015]

Diario Hoy suspende edición impresa y culpa a la Ley de Comunicación (28 de junio de 2014). *Ecuavisa*. Disponible en el URL: <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/69444-diario-hoy-suspende-edicion-impresa-culpa-ley-comunicacion> [consulta 31 de julio de 2015]

Distribución de frecuencias prevista en Ley de Medios aún no se concreta (23 de junio de 2014). *El Universo*. Disponible en URL: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/23/nota/3140786/distribucion-frecuencias-prevista-ley-medios-aun-no-se-concreta> [consulta 20 de julio de 2015]

Dos tercios del mundo siguen sin poder usar Internet como servicio (21 de mayo de 2013). *El Telégrafo*, p. 23. Disponible en URL: <http://181.198.10.250/noticias/tecnologia/item/dos-tercios-del-mundo-siguen-sin-poder-usar-internet-como-servicio.html>

Ecuador abre primera licitación formal de frecuencias de radio y TV (14 de abril de 2016) *Prensario Internacional*. Disponible en URL: <http://www.prensario.net/15862-Ecuador-abre-primera-licitacion-formal-de-frecuencias-de-radio-y-TV-note.aspx> [consulta 25 de abril 2016]

Ecuador lanza primer teléfono celular con aplicaciones en Kichwa (05 de octubre de 2012). *El Telégrafo*. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/item/ecuador-lanza-primer-telefono-celular-con-aplicaciones-en-kichwa.html> [consulta 23 de julio de 2013]

Ecuador ocupa el octavo puesto en la región en conectividad a Internet (27 de mayo de 2013). *El Comercio*. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/Internet-ecuador-tecnologia-conectividad-uit.html> [consulta 23 de julio de 2015]

Ecuador TV, Televisión Pública. Disponible en URL: <http://www.ecuadortv.ec/micrositio.php?c=1314> [consulta 23 de julio de 2015]

El Cordicom explica el reglamento de medición de audiencias (15 de abril de 2015). Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. Disponible en URL: <http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-conferencia-reglamento-audiencias/> [consulta 23 de julio de 2015]

El país se encamina a la exportación de publicidad (07 de abril de 2014). *El Comercio*. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/pais-se-encamina-a-exportacion.html> [consulta 23 de julio de 2015]

En cuatro años, régimen cuenta con 19 medios de comunicación (11 de enero de 2011). *El Universo*. Disponible URL: <http://www.eluniverso.com/2011/01/11/1/1355/cuatro-anos-regimen-cuenta-19-medios-comunicacion.html> [consulta 23 de julio de 2015]

Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, FUNDAMEDIOS. Disponible en URL: <http://www.fundamedios.org/mision-y-vision> [consulta 25 de julio de 2013]

Fundamedios recibe 25 mil dólares de Usaid (23 de julio de 2012). *El Telégrafo*. Disponible en URL: <http://telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/fundamedios-recibe-25-mil-dolares-mensuales-de-usaid.html> [consulta 25 de julio de 2013]

Ecuador tiene 1 648 radios y canales de Televisión. Grupo Radioescucha Argentino, diexismo y comunicaciones. Disponible en URL: <https://gruporadioescuchaargentino.wordpress.com/2012/10/23/ecuador-tiene-1648-radios-y-canales-de-tv/> [consulta 23 de julio de 2013]

Hacia la transformación digital de América Latina: las infraestructuras y los servicios TIC de la región (diciembre 2013). Banco de Desarrollo de América Latina, Corporación Andina de Fomento (CAF). Disponible en URL: http://publicaciones.caf.com/media/39809/informe_tecnologiacaf.pdf [consulta 05 de mayo de 2015]

Infomedia, Grupo IBOPE (2012). Mercado Publicitario Ecuatoriano. Disponible en URL: <http://www.infomedia.com.ec/sistema/news/news.htm> [consulta 23 de julio de 2013]

Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN) y Laboratorio de Comunicación y Derechos (LABCYD) (junio de 2014). Índice de Vulneración de Derechos Humanos IVDM. Herramienta conceptual y técnica para analizar los contenidos mediáticos. Disponible en URL: <http://iaen.edu.ec/wp-content/uploads/2014/06/%C3%8Dndice-de-Vulneraci%C3%B3n-de-Derechos-en-los-Medios.pdf> [consulta 23 de julio de 2013]

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2013). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011 - 2012. Disponible en URL: http://www.inec.gob.ec/Enighur_Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf [consulta 15 de julio de 2015]

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2013). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) 2013. Disponible en URL: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

Interactive Advertising Bureau (Productor), (2013). Estudio de hábitos digitales en Ecuador [Video] disponible en URL: <http://www.iabecuador.com/> [consulta 25 de julio de 2013]

Interactive Advertising Bureau (Productor), (2013). Informe de inversión publicitaria 2013 para Ecuador. [Video] Disponible en URL: <http://www.iabecuador.com/> [consulta 25 de julio de 2013]

La Ley de Comunicación es aprobada por la Asamblea Nacional (14 de junio de 2013). El Diario Manabita libre de pensamiento. Disponible en URL: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/269293-la-ley-de-comunicacion-es-aprobada-por-la-asamblea-nacional/> [consulta 25 de julio de 2015]

La televisión digital en Ecuador estará lista en 2018 (28 de abril de 2014). El Telégrafo. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/item/la-television-digital-en-ecuador-estara-lista-en-2018.html> [consulta 15 de junio de 2015]

La TV de pago roza el 30% de penetración en Ecuador (9 de febrero de 2015). Rapid TV News, media smart business ready. Disponible en URL <http://es.rapidtvnews.com/tv-de-pago/21902-la-tv-de-pago-se-acerca-al-30-de-penetracion-en-ecuador#ixzz3XSTJy55> [consulta 25 de julio de 2015]

Ley protege a minorías de discriminación mediática (01 de julio de 2013). El Telégrafo. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/ley-protege-a-minorias-de-discriminacion-mediatica.html> [consulta 15 de julio de 2013]

Mañana es el último día de Usaid en Ecuador tras 53 años de actividad (23 de septiembre de 2014). El Universo. Disponible en URL: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/29/nota/4049876/manana-es-ultimo-dia-usaid-ecuador-tras-53-anos-actividad> [consulta 31 de julio de 2015]

Mauro Andino defiende inserción de cambios en último momento a Ley de Comunicación (17 de junio de 2013). Periódico online Ecuador Inmediato. Disponible en URL: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=wap_news_view&id=199110, [consulta 12 de agosto de 2015]

Para UNP, Ley de Comunicación es perversa (18 de junio de 2013). Periódico online Ecuador Inmediato. Disponible en URL: http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=199184&umt=para_unp_ley_comunicacion_es_perversa_y_critica_linchamiento_mediatico [consulta 31 de octubre 2013]

SIP (10.12.2015). Un duro revés, la enmienda constitucional sobre comunicación en Ecuador. La Prensa. Disponible en URL: http://www.prensa.com/mundo/SIP-enmienda-constitucional-comunicacion-Ecuador_o_4366063516.html [consulta 11 de junio 2015]

La interculturalidad en la TV es casi nula (13.02.2015). El Telégrafo. Disponible en URL: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/2/la-interculturalidad-en-la-tv-es-casi-nula-infografia> [consulta 20 de junio 2015]

La Televisión digital será mucho más que cambiar de canales (21.05.2013) El Comercio. Disponible en URL: <http://mediatelecom.com.mx/index.php/radiodifusion/television/item/43001-la-television-digital-sera-mucho-mas-que-cambiar-de-canales> [consulta 20 de agosto 2015]

Asamblea aprueba cambio a la Constitución para que la comunicación sea considerada como servicio público, (3 de diciembre de 2015). Fundamedios. Disponible en URL: <http://www.fundamedios.org/alertas/asamblea-aprueba-cambio-la-constitucion-para-que-la-comunicacion-sea-considerada-como-servicio-publico/> [consulta 15 de enero 2016]

MATOKO, E. y GONZÁLEZ, R. M. (2011). Análisis de Desarrollo Mediático en Ecuador - 2011. Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ecuador_mdi_report_eng.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

Ministerio de Educación. Educa TV. Disponible en URL: <http://www.educa.ec/index.php/quienes-somos> [consulta 10 de agosto de 2015]

Ministerio de Telecomunicaciones (9 de julio de 2015). Con resultados positivos en Ecuador conmemoramos el día nacional de las Telecomunicaciones. Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL). Disponible en URL: <http://www.arcotel.gob.ec/con-resultados-positivos-en-ecuador-conmemoramos-el-dia-nacional-de-las-telecomunicaciones/> [consulta 09 de agosto de 2015]

Operadoras ecuatorianas ofrecen servicio de transferencia de saldo en celulares de forma gratuita (21 de mayo de 2013). *El Telégrafo*, p.23. Disponible en URL: <http://181.198.10.250/noticias/tecnologia/item/operadoras-ecuatorianas-ofrecen-servicio-de-transferencia-de-saldo-en-celulares-de-forma-gratuita.html>

Organización de los Estados Americanos (OEA), (28 de junio de 2013). Carta de Catalina Botero, relatora especial para la libertad de expresión, Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), al canciller ecuatoriano Ricardo Patiño. Disponible en URL: [http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/2013_06_28_CARTA_ECUADOR\(VP\)_ESPANOL.PDF](http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/2013_06_28_CARTA_ECUADOR(VP)_ESPANOL.PDF) [consulta 11 de agosto de 2015]

PAUTASIO, L. (25 de enero de 2013). Claro lidera el mercado de telefonía móvil con el 69% de penetración. *TeleSemana.com*. Disponible en URL: <http://www.telesemana.com/blog/2013/01/25/ecuador-claro-lidera-el-mercado-de-telefonía-movil-con-el-69-de-penetracion/> [consulta 23 de mayo de 2015]

PAUTASIO, L. (14 de noviembre de 2013). El plan básico de TV paga en Ecuador cuesta cerca de US\$20. *TeleSemana.com*. Disponible en URL: <http://www.telesemana.com/blog/2013/11/14/el-plan-basico-de-tv-paga-en-ecuador-cuesta-cerca-de-us-20/> [consulta 23 de mayo de 2015]

Periodistas exigen a sus medios cumplir con el alza salarial (03 de enero de 2013). *El Telégrafo*, Economía. Disponible en URL: <http://eltelegrafo.com.ec/economia/item/periodistas-exigen-a-sus-medios-cumplir-con-el-alza-salarial.html> [consulta 13 de julio de 2013]

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2013). Políticas Públicas para masificación TIC y mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos. Disponible en URL: http://www.cepal.org/socinfo/noticias/noticias/4/48124/Augusto_Esp%C3%ADn_MINTEL_P1.pdf [consulta 23 de mayo de 2015]

Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (10 de julio de 2014). Profesionalización – Certificación de competencias laborales. Disponible en URL: <http://www.cordicom.gob.ec/certificacion-de-competencias-laborales/> [consulta 23 de mayo de 2015]

PUNÍN LARREA, M. I. Los estudios de comunicación social/ Periodismo en el Ecuador. Una visión crítica al rol de la universidad y la academia. *Revista electrónica Especializada en Comunicación, Razón y Palabra*, mayo-julio de 2012. N° 79. Disponible en URL: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66_Punin_V79.pdf [consulta 27 de julio de 2013]

PUNÍN LARREA, M. I. Rafael Correa y la Prensa Ecuatoriana. Una Relación de Intrigas y Odios. *Revista electrónica Especializada en Comunicación, Razón y Palabra*, febrero-abril de 2011. N° 75. Disponible en URL: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia3parte/37_Punin_V75.pdf [consulta 27 de julio de 2013]

PUNÍN LARREA, M. I. y MARTÍNEZ HARO, A. C. (2013). La profesionalización periodística en Ecuador: ¿la experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas? *Revistas Científicas Complutenses*. Disponible en URL: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/42535/40444> [consulta 27 de julio de 2013]

PUNÍN LARREA, M.I. y MARTÍNEZ HARO, A. C. y Rencoret, N. (21 de mayo de 2013). Medios Digitales en Ecuador: perspectivas del Futuro. *Comunicar, revista Científica de Comunicación*. Disponible en el URL: http://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CD8QFjADahUKEwiUruSevsHHAhWFVRQKHbTQBfI&url=http%3A%2F%2Fwww.revistacomunicar.com%2Fverpdf.php%3Fnumero%3D42%26articulo%3D42-2014-20&ei=o-7aVdTQKYWrUbShl5AP&usq=AFQjCNG2sNouAON-I_CDRWPsxBezUHIAjQ&sig2=RiEPRinOYQiY-FKA3jTgNWA [consulta 27 de julio de 2013]

Radialistas apasionadas y apasionados. Disponible en URL: <http://radialistas.net/sobre-radialistas/quienes-somos> [consulta 27 de julio de 2013]

Radiodifusores no descartan una eventual devolución de frecuencias al Estado (*Infografía*) (31 de marzo de 2015). *El Telégrafo*. Disponible en URL: <http://m.telegrafo.com.ec/economia/item/radiodifusores-no-descartan-una-eventual-devolucion-de-frecuencias-al-estado-infografia.html> [consulta 11 de mayo de 2015]

Redacción MásQMenos (20 de mayo de 2013). Los ecuatorianos gastan al mes 2.393,5 millones de dólares. El Telégrafo. P. 7. Disponible en URL: <http://telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/tabacos-y-alcohol-se-alejan-de-los-hogares-ecuatorianos.html>

Reporteros sin Fronteras. Sección Ecuador. Disponible en URL: <http://www.rsf-es.org/noticias/america/ecuador/> [consulta 11 de julio de 2013]

RICAURTE, C., AGUILAR, P., et. al. La Palabra Rota. Seis Investigaciones Sobre el periodismo Ecuatoriano. Quito: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, FUNDAMEDIOS / Artes Gráficas Senefelder, 2010. Disponible en URL: http://www.fundamedios.org/sites/default/files/archivos/9467_la_palabra_rota_libro_final_h.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

RIVERA COSTALES, J. y CHÁVEZ, M. I. (2012). Mapa de medios digitales del Ecuador. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Ciespal. Disponible en URL: <http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf> [consulta 13 de junio de 2013]

SANTAMARÍA ANSA, C. (junio de 2013). Ecuador tiene polémica ley sobre comunicación. El País. Disponible en URL: <http://www.elpais.com.uy/mundo/ecuador-polemica-ley-comunicacion-correa.html> [consulta 11 de agosto de 2015]

Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), (2013). Informe General sobre la Evaluación, Acreditación y Categorización de las Universidades y Escuelas Politécnicas. Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES). Disponible en URL: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/Informe-General-sobre-evaluaci%C3%B3n-y-acreditacion-de-las-Uni-v.-y-Esc.-Pol-CEAACES-2013.pdf> [consulta 31 de julio de 2015]

Súper de Compañías cierra definitivamente diario Hoy (26 de agosto de 2014). El Comercio, Redacción Política. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/super-compania-cierra-definitivamente-diario.html> [consulta 31 de julio de 2015]

SIP expresa su preocupación por autocensura de los medios en Ecuador y el retroceso de la libertad de prensa en toda la región (20 de octubre de 2014). El Comercio. Disponible en URL: <http://www.elcomercio.com/actualidad/sip-preocupacion-autocensura-medios-ecuador.html> [consulta 23 de mayo de 2015]

Telefonía móvil registró más de 16 millones de abonados (20 de julio de 2013). El Telégrafo. Disponible en URL: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/telefonía-movil-registro-mas-de-16-millones-de-abonados.html> [consulta 13 de julio de 2013]

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (26 de marzo de 2010). Televisión Digital Terrestre en el Ecuador. Disponible en URL: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/television-digital-terrestre-en-el-ecuador/> [consulta 31 de julio de 2013]

TOBAR JORDÁN, R., PANCHANA MACAY, A. (2009). Los medios de comunicación en Ecuador. Comunicación Estratégica. The Handbook of Spanish Language Media, Routledge. Disponible en: <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf> [consulta 16 de julio de 2013]

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef). (2007) UNICEF promueve la lectura. Disponible en URL: http://www.unicef.org/ecuador/spanish/media_9317.htm [consulta 16 de julio de 2013]

Voces del Sur. Las Radios Públicas Nacionales por la Unión de América Latina. Disponible en URL: <http://www.vocesdelsur.info/> [consulta 16 de julio de 2013]

Fuentes de imágenes/ Gráficos/ Tablas

Censo Nacional Económico 2010 y superintendencia de Comunicaciones (15-07-2013). El Comercio. Disponible en URL: http://www.elcomercio.com/pais/Periodismo-periodistas-prensa-medios_de_comunicacion-profesionLey_de_Comunicacion_ECMFIL20130701_0001.pdf

DEL ALCÁZAR, J. P. (mayo 2013). ¿Qué hacen los ecuatorianos en Internet? Nuestro Mundo Air Magazine. Pp. 88-89.

MATOKO, E. y GONZÁLEZ, R. M. (2011). Análisis de Desarrollo Mediático en Ecuador - 2011. Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ecuador_mdi_report_eng.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

RICAURTE, C., AGUILAR, P., et. al. La Palabra Rota. Seis Investigaciones Sobre el periodismo Ecuatoriano. Quito: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, FUNDAMEDIOS / Artes Gráficas Senefelder, 2010. Disponible en URL: http://www.fundamedios.org/sites/default/files/archivos/9467_la_palabra_rota_libro_final_h.pdf [consulta 25 de julio de 2013]

Mirjam Gehrke

Periodista alemana. Inició sus experiencias profesionales en la prensa en Chile en 1988. Estudió periodismo en la Universidad Católica de Eichstätt y Ciencias Políticas en la Universidad de Colonia. Trabaja en Deutsche Welle desde 1989, donde ha desempeñado diferentes funciones: conductora y reportera en el programa en castellano para América Latina de Deutsche Welle, conductora y reportera en el programa de radio en alemán de Deutsche Welle, redactora y editora multimedia en la redacción en idioma alemán de Deutsche Welle. Desde junio de 2014 es coordinadora de los proyectos de fomento al periodismo de DW Akademie en Ecuador.



Mirjam Gehrke,
Coordinadora de Proyectos
Ecuador
DW Akademie

Nelsy Lizarazo

De nacionalidad colombiana y ecuatoriana. Con estudios en Filosofía y Letras y maestría en ciencia política y relaciones internacionales, su trayectoria profesional se ha enfocado en los campos de la comunicación, los derechos humanos y la educación. Once años con la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica-ALER, en dos etapas diferentes del desarrollo de la radio comunitaria en el continente, han sido la oportunidad para conocer en profundidad la situación de los medios comunitarios en América Latina y Caribe. En su calidad de Secretaria Ejecutiva de ALER hizo parte de la mesa de organizaciones que lucharon por la ley de comunicación en Ecuador y ha estado cerca de las luchas por la democratización de las comunicaciones en otros países del continente.



Nelsy Lizarazo,
Comunicadora
Editora, Pressenza

Patricia Noboa

Patricia Noboa Armendáriz, periodista ecuatoriana, estudiante de la maestría "International Media Studies" de la Deutsche Welle Akademie en Bonn. Ejerció el periodismo para radio y televisión en Ecuador desde 2009, ha colaborado para organizaciones internacionales en el campo de la investigación y la optimización de nuevos medios. Su interés por los idiomas y el intercambio cultural iniciaron con su primera experiencia académica en el extranjero en Austria, 2006. Esta interacción le permitió formar un punto de vista crítico para la comprensión y mediación entre diferentes culturas, sistemas de valores y prácticas políticas que encierran los códigos socioculturales en el ejercicio comunicacional.



Patricia Noboa,
Periodista

David Olmos

Nacido en Madrid y Licenciado en Historia por la Universidad Nacional de Educación a Distancia de España, UNED, trabaja, desde 2001, para el canal internacional alemán de información Deutsche Welle donde ha prestado servicios en diversos departamentos. Su inmersión en el mundo del periodismo se inició en 1989 cuando comienza a trabajar para la agencia internacional de noticias EFE en España. En 1997 decide tomar un año sabático para estudiar dirección de actores en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, Cuba. A partir de 2001 compagina su trabajo de periodista freelance con el de productor del informativo en español de Deutsche Welle TV. En 2009 pasa a formar parte del equipo de directores de proyectos para Latinoamérica de la DW Akademie. Desde 2014 es Coordinador regional para Centroamérica y Caribe donde ha desarrollado e implementando proyectos de cooperación en defensa de la libertad de expresión y acceso a la información en Ecuador y Guatemala.



David Olmos,
Coordinador Regional para
Centroamérica/Caribe
DW Akademie

Oliver Pieper

Periodista alemán nacido en Gotinga, donde realizó sus estudios universitarios en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Comunicación y Filología románica. En 1995 inicia su carrera profesional como periodista en la radio pública Deutschlandfunk y la emisora internacional Deutsche Welle. Se desempeña como moderador de conferencias y mesas redondas sobre temas de actualidad latinoamericana y recorre América Latina como reportero. En 2011 se integra a la DW Akademie como director de proyectos para América Latina. Desde 2012 trabaja como cooperante en Quito, Ecuador en un proyecto conjunto de la GIZ y la DW Akademie para el desarrollo de medios de comunicación y el fomento al periodismo de calidad.



Oliver Pieper,
Periodista DW
Cooperante GIZ/DW Akademie

Contáctenos para más información

Rodrigo Villarzú
Director del Departamento América
Latina DW Akademie

T +49.30.4646 8570
rodrigo.villarzu@dw.com

Ute Schaeffer
Directora del Departamento de
Desarrollo de Medios
Subdirectora DW Akademie

T +49.228.429 2881
ute.schaeffer@dw.com

Deutsche Welle
53110 Bonn, Alemania

dw-akademie.com
info@dw-akademie.com
facebook.com/DWakademie
dw.com/mediadev

-  facebook.com/DWakademie
-  dw.com/newsletter-registration
-  [@dw_akademie](https://twitter.com/dw_akademie)
-  [#mediadev - dw.com/mediadev](https://dw.com/mediadev)

dw-akademie.com

