

## **Análisis de los contenidos informativos en los medios de comunicación de la provincia de Zamora Chinchipe – Ecuador dentro del primer año de aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, principios de: participación, interculturalidad y plurinacionalidad**

**Henry Martínez Ruque** – [hrmartinez2@utpl.edu.ec](mailto:hrmartinez2@utpl.edu.ec)

Doctor en Derecho Civil por la Pontificia Universidad Lateranense. Roma-Italia.

Docente investigador del Departamento de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Técnica Particular de Loja – Ecuador.

Docente de Pensamiento Sociopolítico en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja –Ecuador.

**Hernán Yaguana Romero** – [hayaguana@utpl.edu.ec](mailto:hayaguana@utpl.edu.ec)

Doctor en comunicación y periodismo por la USC- España.

Docente investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja – Ecuador

**Resumen:** La aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada recientemente en Ecuador, ha generado diversas reacciones en varios sectores de la comunidad, desde los periodísticos hasta los sociales. Bajo esta óptica, la academia considera que la ley necesita ser complementada a partir de propuestas que conjuguen sus postulados con la realidad comunicacional ecuatoriana, máxime si se tiene en cuenta que la comunicación es un puntal del desarrollo de pueblos y sociedades. En esa línea, hemos emprendido una investigación que nos permita dimensionar, en su primer año, los efectos producidos por la Ley Orgánica de Comunicación dentro de los espacios

informativos de radio, prensa y televisión ecuatoriana, tomando como muestra el universo de medios de la provincia amazónica de Zamora Chinchipe (7 emisoras de radio, 1 canal de televisión, 1 medio impreso), provincia ubicada en el suroriente de la Amazonía ecuatoriana.

De los 119 artículos que contempla la Ley, nuestro interés ha sido puesto particularmente en los principios de participación y la plurinacionalidad e interculturalidad, justificándose con el hecho que la provincia de Zamora Chinchipe, poblacionalmente, está constituida por varias nacionalidades y pueblos indígenas, lo cual se presta para que desde un análisis, cualitativo y cuantitativo, podamos obtener una radiografía de lo que está pasando con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador (2013).

**Palabras clave:** Políticas de comunicación; informativos; contenidos; participación; interculturalidad; plurinacionalidad; democracia.

### **1.Introducción**

Debido a la globalización los estados nacionales de muchos países sudamericanos han venido a debilitarse, observamos como la tecnificación del tratamiento de la información, así como la concentración multimediática de los bienes culturales en manos de ciertos grupos de poder va dejando “huérfano” al dominio público. Bajo esas acciones su debilitamiento es innegable, por tanto, se torna fundamental recobrar ese espacio común que es propiedad de todos y que desde hace años viene siendo posesión absoluta de pocos, quienes han maniobrado de una forma nada ética ese bien; “se torna primordial recuperar y repensar la noción de espacio público. Esto es, devolver la centralidad del espacio público como aquel lugar simbólico de constitución de sentidos sociales, relatos e identidades...(Charras, Lozano y Rossi, 2013: 26).

Cuando hablamos de espacio público nos referimos al lugar que nos da sentido, pertenencia e identidad a todas las personas dentro de una esfera común. Arent, señala que, es el lugar que nos junta y no obstante impide que

caigamos uno sobre otro. (Cruz, 2005). Nos junta porque nos ofrece el “lugar” donde cada uno podemos emitir nuestras ideas, pensamientos y criterios, es decir crea el espacio para que la condición humana aflore, al tiempo que evita la confrontación entre todos. Quien le da sentido al espacio público son los sujetos, a quienes se les atribuye el grado de ciudadanos, por tanto ese espacio público es la ciudadanía. Para Cortina (1997). La ciudadanía es primariamente una relación política entre un individuo y una comunidad política, en virtud de la cual el individuo es miembro de pleno derecho de esa comunidad y le debe lealtad permanente. Reforzando la idea de ciudadanía al respecto Méndez y Negri:

*Status que determina la igualdad de todos los ciudadanos en derechos y deberes, permitiendo así la integración y la cohesión social. Se trata de una igualdad básica no coincidente con las diferencias producidas por el sistema capitalista... el status de ciudadano es considerado independiente de la situación de clase emergente del sistema económico y sus efectos. Citado en (Charras, Lozano y Rosi, 2013: 27).*

Por ello uno de los principales indicadores de ciudadanía, que viene de la misma polis griega, es la participación discursiva que el sujeto debía cumplir desde el rol ciudadano, participación expuesta desde: el discurso personal, es decir la posesión de información y el uso que se hace de ella. Lewis (1996) señala que la información era el requisito necesario para ingresar a la vida ciudadana y poder desarrollarse en ella.

Por lo tanto cuando se habla de ciudadanía, implícitamente se hace mención a la democracia, como sentido de ciudadanía (Lasch, Habermas, Lippman, Mansbridge, entre otros), y el principal rasgo identificativo de la democracia es la participación, es decir, el axioma señala que, la ciudadana es equivalente a

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

democracia siempre y cuando exista participación, por tanto no puede existir ciudadanía si los sujetos que la componen no interactúan participativamente.

*La democracia requiere debate público, no información. La información, generalmente concebida como la precondition de todo debate, no es – sin embargo- sino resultado. Y si la información no se genera en el debate público, gran parte de esa misma información será irrelevante – en el mejor de los casos- o manipuladora, en el peor. (Lasch, 1995: 81).*

Con las transformaciones<sup>1</sup> que estamos viviendo en estos tiempos, es muy difícil tratar de encontrar un espacio plural-participativo donde las personas, de regiones como la sudamericana, tengan condiciones humanas y técnicas para cumplir con los derechos civiles y políticos que la condición de “ciudadanos” atribuye<sup>2</sup>. La igualdad que debería existir cada vez se resquebraja, y se forman diversas esferas, donde lo exclusivo<sup>3</sup> es lo más sobresaliente. Dentro de esa disparidad, uno de los aspectos que más sale a la vista es la inequidad que las personas tienen para el acceso directo a los medios de comunicación, lo cual viola profundamente uno de los derechos fundamentales del ser humano como es el derecho a la información.

Los medios de comunicación juegan un papel fundamental dentro de la constitución de la ciudadanía, puesto que son los reproductores masivos del pensamiento político de los sujetos, reemplazan la función que en épocas pasadas ejercía el ágora en Grecia. Por ese valor, deberían ser fieles representantes de la ciudadanía o de las ciudadanías, más no de grupos

---

<sup>1</sup>El desarrollo del capitalismo, la evolución violenta de las autopistas de la información, la urbanización, la formación de la sociedad de la digitalización, etc.

<sup>2</sup> Derechos como educación, vivienda, bienestar, derecho a la información, salud, etc.

<sup>3</sup> Se refiere a los niveles de exclusión que cada vez más van creciendo en América Latina.

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

minoritarios y menos de personas que los usan únicamente para imponer criterios y pensamientos con un fin particular.

*Los medios de comunicación masivos juegan un rol determinante en la producción de contenidos simbólicos, pero también ocupan un lugar central en la estructura socioeconómica mundial, tanto por el volumen del capital movilizado por el sistema, como por ser el principal vector de articulación del consumo en un volumen y ritmo de crecimiento indispensables para el funcionamiento del capitalismo informacional contemporáneo. (Sel, 2010: 10).*

En América Latina, se puede apreciar claramente como las multinacionales de telecomunicaciones y algunos grupos empresariales multimedios, en ciertas ocasiones en complicidad con el mismo Estado, han hecho propiedad privada el espacio público; el espacio público se ha convertido en un mercado de medios Mastrini (2013); por tanto es fundamental recobrar el status de ciudadanos y ciudadanas donde cada uno podamos cumplir con nuestros derechos y obligaciones sin ser interrumpidos ni molestados, incluso donde el Estado sólo sea un garante para el efectivo cumplimiento de los prescritos fundamentales de cada persona (Fiss, 1999).

Desde la década pasada, con la presencia de gobiernos progresistas América de Sur abre un nuevo panorama para establecer políticas públicas de comunicación que fomenten el derecho a la participación, a la conformación de un Estado más pluralista y sobre todo a cambiar el modelo concentrado de la comunicación. En esa dirección uno de los primeros países que inició el proceso fue Venezuela, posteriormente lo hicieron Argentina, Bolivia y Ecuador. En cada lugar se diseñaron leyes y políticas de comunicación muy particulares, formuladas a partir de la realidad de cada país. El inicio fue auspicioso, pero según como se iba dando forma a la aplicación surgieron

diversos puntos de vista, que no concordaban con las normas, surgidos principalmente de los grupos concentrados, quienes amparados en la “Libertad de expresión” se oponen radicalmente a ser regulados.

Con ello a la final de cuentas el objetivo principal se va desdibujando, puesto que existen demasiados intereses y fricciones. Lo que en un inicio parecía adecuado y necesario poco a poco ha ido desencadenando en pugnas, debates y confrontaciones, principalmente entre los regímenes gobiernistas y el sector privado. Toda esta cadena de hechos nos ha llevado a realizar un análisis más minucioso sobre la situación de las políticas actuales de comunicación dentro de la región, en nuestro caso concreto dentro de Ecuador.

## **2. Las políticas de comunicación en Ecuador.**

### **2.1 Organismos Nacionales**

En Ecuador el primer organismo nacional encargado de regular las telecomunicaciones fue la Dirección de Telégrafos, cuya creación data de fines del siglo pasado. En 1958 se creó la empresa de Radio y Telégrafos del Ecuador (Ertie) mediante la unificación de la Dirección de Telégrafos y la empresa Radio Internacional de Ecuador.

En el año de 1972 se promulgó la Ley Básica de Telecomunicaciones mediante la cual se creó el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL), y como parte de éste, la Dirección Nacional de Frecuencias que asumió las funciones del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

No obstante, con el afán de regular la actividad, ordenando legalmente la televisión y la radiodifusión para su superación técnica, económica, cultural y de acuerdo a los avances en materia técnica que para la fecha se habían dado; se crea mediante decreto 256 – A del 2 de abril de 1975, en la Presidencia del General Guillermo Rodríguez Lara, la primera Ley de Radiodifusión y Televisión oficial en el país, la misma que fue oficializada el 18 de abril de ese año.

Esta Ley, según Astudillo Campos (2007), estaba marcada por tintes demasiado nacionalistas, por cuanto se pretendía que las emisoras difundieran el 25% de tiempo música nacional y el 5% música clásica, como mínimo. En los artículos 41 y 42, por su parte, se atentaba directamente contra la libertad de expresión, atribuyendo responsabilidades a los concesionarios y representantes de los medios de comunicación, en caso de que emitieran programas o se realizaran actos que atenten contra: la seguridad nacional interna o externa, los intereses particulares, el orden público, la moral y buenas costumbres; hechos que podían ser evaluados por las autoridades llegando incluso a cerrar definitivamente el medio.

Posteriormente el 10 de agosto de 1992, ante la necesidad de regular y normal oficialmente las instancias respectivas, se crean tres organismos estatales especializados en el ámbito:

- El Conatel, como ente de administración y regulación de las telecomunicaciones en el país.
- La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), como ente encargado para la ejecución de la política de telecomunicaciones.
- La Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL), que asume las atribuciones de la Dirección Nacional de Frecuencias en cuanto a control. Este organismo estaba dirigido por un Superintendente nombrado por el Congreso Nacional por un periodo de cuatro años. Este

órgano competente autorizaba, simultáneamente, con el otorgamiento de la concesión, la instalación de la radiodifusora o televisora, de conformidad con los requisitos técnicos que establezcan los reglamentos (Ley de Radiodifusión y Televisión, 1995, art. 21). El plazo de instalación consistía en un año, de no efectuársela, la concesión se revertía al Estado, previa resolución correspondiente (Corape, 2008).

En 1995 en el gobierno de Sixto Durán Ballén, surgieron algunas reformas a la Ley de Radiodifusión y Televisión, entre las cuales se destaca la creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL), nuevo organismo encargado de otorgar y regular las frecuencias de radio y televisión, anteriormente se lo conocía como Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL). Además se revocaron los artículos 41 y 42, evitando así tanta drasticidad para los medios de comunicación. De igual forma se eliminaba el tinte nacionalista que exigía que se transmita el 25% en tiempo de música nacional, por una nueva mención que simplemente solicita que se difundan y fomenten los valores culturales de la nación, procurando que la música y los valores nacionales estén siempre presentes en la programación.

Pese a las reformas de los artículos, “esta ley es calificada como anticuada por muchos sectores de la radiodifusión” (Astudillo Campos, 2007, p. 194), por cuanto excluye a nuevos actores tecnológicos que se debía considerar, tal es el caso de Internet y las comunicaciones satelitales.

Para 1996 se decreta el Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión (Decreto Ejecutivo No. 3398, de 17 de enero de 1996), que norma el uso del espectro radioeléctrico, de acuerdo a los siguientes principios:



- El Estado debe fomentar el uso y explotación del espectro radioeléctrico y de los servicios de radiocomunicación, de una manera racional y eficiente a fin de obtener el máximo provecho.
- El uso del espectro radioeléctrico es necesario para la provisión de servicios de telecomunicaciones y deberá, en todos los casos, ajustarse al Plan Nacional de Frecuencias.
- Las decisiones sobre las concesiones de uso del espectro deben hacerse en función del interés público, con total transparencia y buscando la mayor eficiencia en su asignación, evitando la especulación y garantizando que no existan interferencias perjudiciales en las asignaciones que corresponda;
- El título habilitante para la prestación y explotación de los servicios de telecomunicaciones que requieran de espectro deberá obtenerse obligatoriamente, en forma simultánea, con la concesión del uso del espectro;
- Las frecuencias asignadas no podrán ser utilizadas para fines distintos a los expresamente contemplados en los correspondientes títulos habilitantes. El uso indebido será causa suficiente para que las frecuencias reviertan al Estado, sin que por ello se deba indemnización de ninguna especie;
- El plazo máximo para que se instalen luego entren en operación continua y regulen los sistemas de transmisión y recepción radioeléctrica será de un año, contado a partir de la fecha de aprobación del título habilitante. El título habilitante incluirá una disposición en virtud de la cual la violación de las condiciones aquí establecidas, originará su cancelación; y,
- En caso necesario, el Conatel podrá reasignar o reducir una asignación del espectro hecha a favor de un concesionario, lo que le dará derecho a una asignación alternativa de espectro y a una justa indemnización, de conformidad con las normas del presente reglamento, (citado en Corape, 2008).

- En esta misma Ley, únicamente se reconocen dos tipos de emisiones radiofónicas:
- Públicas, destinadas al servicio colectivo, sin fines de lucro. Se trata de estaciones que no pueden cursar publicidad de ninguna índole. Su programación debe orientarse a transmitir: cultura, educación y asuntos de interés general; es decir programas que propicien el desarrollo socioeconómico y cultural de la nación, bajo el sano esparcimiento y los valores de integración, patriotismo y solidaridad ciudadana.
- Comerciales privadas, son las que tienen capital privado, funcionan con publicidad pagada y persiguen fines de lucro.

Para el 2002 se aplica en el país una nueva Ley Reformatoria a la ya existente, en la cual, de manera especial, se reconoce a las estaciones comunitarias dentro de las emisoras públicas, esta gestión estuvo encabezada por la Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE). Asimismo, se establece que las utilidades que percibieren de la administración de estas emisoras deberán ser reinvertidas en ampliar los servicios, sistemas o equipos de las mismas, o en actividades propias de la comunidad que representan. El artículo 8 de la ley 89- 2002 R.O. 699, 7- XI- 202 de radio difusión textualmente dice:

*“Sin embargo la estaciones comunitarias que nacen de una comunidad u organización indígena, afro ecuatoriana, campesina o cualquier otra organización social, que su labor esté orientada al fortalecimiento de la comunidad, a la consolidación intercultural y social, a la defensa de los valores humanos, históricos, artísticos, que afiancen la identidad nacional y vigoricen la vigencia de los derechos humanos, pueden realizar autogestión para el mejoramiento, mantenimiento y operación de sus instalaciones, equipos y pago de personal a través de donaciones, mensajes pagados y publicidad de productos comerciales”.*

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

En noviembre del 2008 a raíz de la creación de la Nueva Carta Política, por parte de la Asamblea Nacional, el Presidente de la República del Ecuador, mediante decreto ejecutivo N° 1445 del 20 de ese mes, conformó la Comisión para la Auditoría de las Frecuencias de Radio y Televisión, integrada por cinco miembros nacionales y dos extranjeros. Se establecieron tres objetivos básicos:

- Determinar la constitucionalidad, legitimidad y transparencia de las concesiones, considerando los enfoques legal, financiero, social y comunicacional.
- La presencia de monopolios u oligopolios directos o indirectos en el uso de frecuencias.
- Las entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio o accionistas que mantienen participación en el control del capital, la inversión y el patrimonio de los medios de comunicación.

En el informe definitivo presentado por la Comisión el 18 de mayo del 2009 se da a conocer públicamente una serie de irregularidades que se estaban dando en la distribución y concesión de frecuencias de radio y televisión. Además se pone en evidencia el monopolio liderado por ciertos grupos o consorcios, que eran los que controlaban las comunicaciones de radio y televisión en el país. Se hacen también observaciones muy duras para los dos organismos encargados de la vigilancia y el reparto de las frecuencias como son CONARTEL Y SUPERTEL.

*Según el informe de CORAPE (2009), llamado de la concentración a la Democratización del espectro radioeléctrico, en el país hay 1.865 frecuencias de radio y TV, de las cuales, hasta octubre del 2008, el 90% está en manos privadas y un 10% en entidades públicas y comunitarias. Además se detectó en la concesión de al menos nueve grupos de*

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

*comunicación violaciones a la Constitución de 1998, a la Ley de Radiodifusión y Televisión y su reglamento (El Comercio, enero, 2009).*

En el 2009 se crea la Comisión Ocasional con el afán de examinar las propuestas presentadas y brindarle al Pleno un texto para su discusión y aprobación. A fines de noviembre de ese mismo año fue difundido el contenido, llegándose al primer debate en enero del 2010, desde esa fecha se han venido realizando diversas observaciones a la Ley de parte de varios sectores, incluidos organismos internacionales como UNESCO, CIDH, entre otros, observaciones que argumentaban que el documento es muy difuso, de poca coherencia, con limitaciones a la libertad de expresión, entre otras puntaciones.

Para mayo del 2011, luego de permanecer bloqueada la Ley Orgánica de Comunicación volvió el debate en la Asamblea Nacional, situación que se dio después que el régimen oficialista presidido por Rafael Correa obtuviera un resultado positivo en la consulta popular del 7 de mayo del 2011. Finalmente, en junio del 2013 es expedida la Ley Orgánica de Comunicación, constituyéndose en uno de los cambios trascendentales que la política ecuatoriana haya implementado en materia de regulación de contenidos en los espacios radiales y audiovisuales durante las últimas décadas. Está constituida por 119 artículos, 22 disposiciones transitorias, 6 reformatorias y 2 derogatorias, entre las implicaciones que contempla están la distribución equitativa del espacio radioeléctrico, la desconcentración mediática del sector privado, la regulación de contenidos y otros temas más que han abierto el debate nacional e internacional.

El tratamiento de la Ley fue dispuesto por el gobierno de Rafael Correa Delgado, la elaboración del documento se la encargaron a una comisión especial creada específicamente para ese fin.

En tales circunstancias la investigación que nosotros hemos emprendido gira en torno al análisis de dos principios de la Ley Orgánica de Comunicación, como son la participación y la plurinacionalidad e interculturalidad. Hemos detenido la mirada en ellos porque creemos que la ciudadanía – espacio público- se construye desde la participación inclusiva y democrática, donde la interculturalidad y la plurinacionalidad son los pilares básicos.

## **2.2. Definición territorial de la investigación**

Zamora Chinchipe es una provincia de Ecuador ubicada en el suroriente de la Amazonía ecuatoriana, limita al norte con la provincia de Morona Santiago; al oeste con la provincia de Loja; y al sur y este con Perú. Tiene una superficie de 10.556 km<sup>2</sup>, la cual comprende una orografía montañosa única que la distingue del resto de provincias amazónicas. Su producción minera; sus grupos étnicos indígenas, su legado arqueológico y su inmensurable biodiversidad la convierten en una de las provincias de mayor atractivo. Por toda la importancia que representa para el país Zamora Chinchipe se convierte en un foco de atención internacional.

Zamora Chinchipe cuenta con una población aproximada de 140.000 habitantes, en la actualidad resultan nueve medios de comunicación social.

En el ámbito comunicacional la Provincia de Zamora Chinchipe, al igual que el resto de las provincias de la Región Amazónica, cuenta con un número reducido de medios de comunicación, 9 en total, lo cual, por un lado, la convierte en un laboratorio idóneo para el análisis epistemológico de su universo comunicacional, desde cualquier aspecto; y por otro, abre el abanico de posibilidades para ensayos en procesos mayores de comunicación, como por ejemplo, lo que nosotros estamos planteando en base a la Ley Orgánica de la Comunicación. Vemos gran probabilidad de realizar un ensayo a escala,

aplicando dos de los principios básicos de la ley, como son el Principio de Participación, Principio de Interculturalidad y Plurinacionalidad, al respecto señala la Ley Orgánica de Comunicación con cuanto al Principio de Participación:

**Art. 13.** *“Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación”.*

En cuanto al Principio de interculturalidad y plurinacionalidad la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo:

**Art. 14.** *“El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano”.*

### **2. 3. Metodología.**

La investigación se inició con la recogida de datos de la programación de los 9 medios de comunicación, posteriormente se propuso identificar espacios informativos. Con programas definidos, aplicamos el método de la semana compuesta, para lo cual utilizamos como base principal las dos fichas de recolección de datos propuestas por las profesoras Mata y Scarafía (2010):

ficha de identidad de fuentes y ficha de cuantificación y combinación. Así como para la obtención de datos, acudimos a las páginas web de los medios de comunicación, y a la visita personal de cada medio.

Los datos que obtuvimos de las fichas, como de las páginas web, fueron contrastados con entrevistas realizadas a los directores de los programas, autoridades del cantón, expertos nacionales del tema y ciudadanía de la provincia de Zamora Chinchipe.

Finalmente se realizó dos grupos focales, en el primero de ellos se propuso para que participen algunos de los representantes o dirigentes políticos de los Pueblos y Nacionalidades de la provincia de Zamora Chinchipe; mientras que en el segundo fue exclusivo para propietarios o administradores de medios de comunicación de la localidad.

## 2.4. Resultados.

**Gráfico 1.**



Del gráfico 1, se muestra que el contenido informativo de los ocho medios de comunicación en la provincia de Zamora Chinchipe, en base al porcentaje de noticias por medio son: TVCLE 4%, Amazonas 16%, Romántica 11%, Misión San Antonio 9%, Voz de Zamora 8%, Integración 9%, Laser Stereo 10% y La Hora 33%, lo que evidenció como resultado una mayor difusión del medio escrito, es decir la Hora.

**Gráfico 2.**

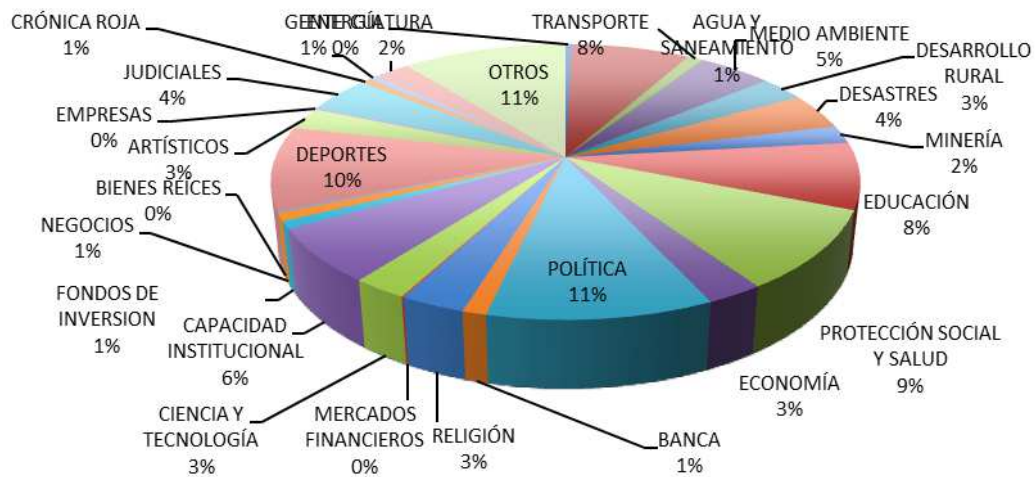


Del gráfico 2 que antecede, tenemos el alcance de la información abordada por los medios de comunicación en la provincia de Zamora Chinchipe: local 12%, provincial 20%, regional 10%, nacional 34% e internacional 21%, con lo que se muestra como resultado que las noticias a nivel nacional son las que mayormente se difunden.

**Gráfico 3.**

**Área de la Información.**

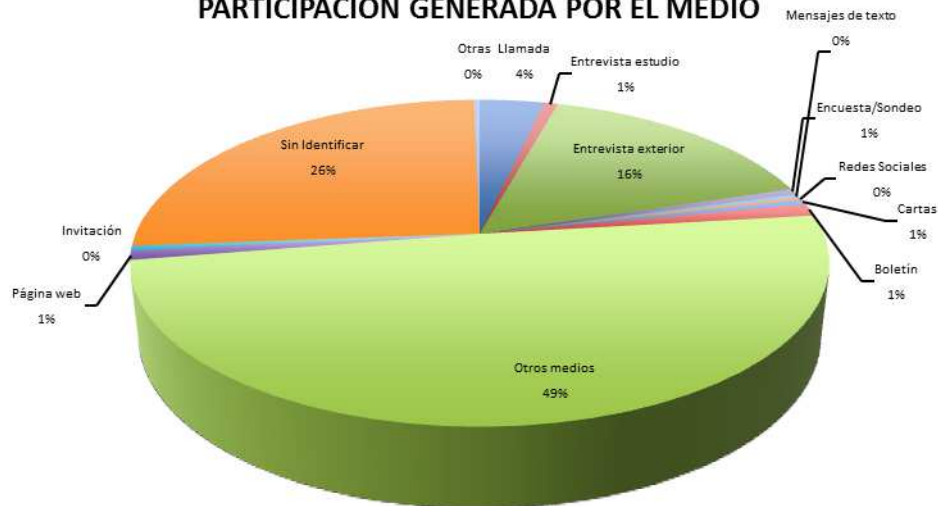




Del gráfico 3 que antecede, podemos observar como porcentaje más representativo en cuanto al área de la información en los medios, que las noticias mayormente se enfocan a: transporte 8%, educación 8%, protección social y salud 9%, deportes 10% y política 11%.

**Gráfico 4.**

**PARTICIPACIÓN GENERADA POR EL MEDIO**



Del gráfico 4, podemos observar que en cuanto a la forma de generar participación en los medios de comunicación de la provincia tenemos: por llamadas 4%, entrevistas 16%, sin identifica 26%, otros medios 49%, si bien existen otras maneras de otorgar el espacio de participación, éstas tienen porcentajes pequeños.

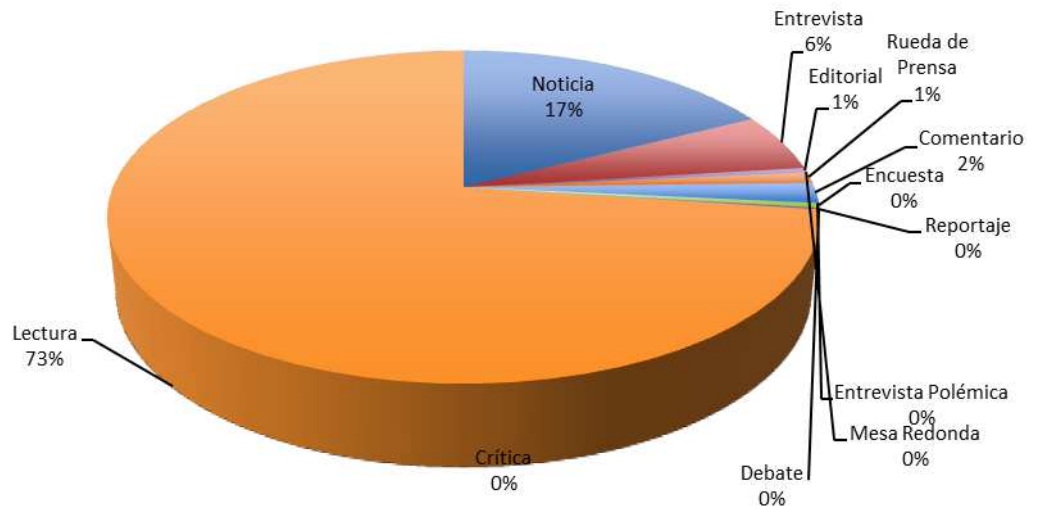
**Gráfico 5.**



Del gráfico 5, se desprende que de acuerdo a la información de las noticias recabadas, en un 98% no se refleja rasgos de interculturalidad generada por los medios.

**Gráfico 6.**

GÉNEROS Y FORMATOS DE PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN



Del gráfico 6, podemos ver que los formatos de presentación de las noticias en los medios analizados son: Rueda de prensa 1%, Editorial 1%, Comentario 2%, Entrevista 6%, Noticia 17% y Lectura 73%.

## 2.5. Conclusiones.

1. De los resultados del principio de participación encontrados dentro de los programas informativos en los medios de comunicación de la provincia de Zamora Chinchipe – Ecuador, tenemos que el ciudadano de esa localidad dispone de muy pocos espacios para la comunicación. Por un lado, son los medios de comunicación quienes se limitan únicamente a sugerir, para que llame y participe, la propuesta no va más allá; y por otro lado, es el mismo ciudadano que no dispone de una cultura de participación, aún tiene recelo de hacerse visible y casi nada conoce de derechos de participación. Bajo esas dos situaciones, los medios de comunicación y los organismos estatales que velan por el derecho a la comunicación, a la libertad de expresión y opinión tienen el reto de, antes de abrir más espacios para la “participación” generar mejores

propuestas de actuación para las personas en los medios masivos de comunicación, y no sólo “facilitar la participación” como está establecido en el artículo 13 de la ley de comunicación.

2. En cuanto a las formas de participación, vemos que los medios privilegian la participación indirecta, antes que la directa; es decir dan mayor importancia a la mención del o de los individuos, antes que hacer que ellos mismos sean quienes se expresen. Gran parte de esta situación se da por la economía del medio, es más fácil leer una noticia de la prensa escrita o de la Internet que enviar a un miembro de su emisora a cubrir la noticia, cuando en muchas ocasiones ese miembro es él mismo: director, productor, reportero, editorialista, etc. Con estos antecedentes afirmamos que a ley debe generar “incentivos institucionales” para el desarrollo de los medios de comunicación en lugares periféricos, es decir es necesario que el Estado asigne recursos específicos para el desarrollo de los medios comunitarios y periféricos. El artículo 16 contempla el principio de transparencia, que refiere a la difusión de políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o instrumento público, más que no cumplir con ello, los medios de comunicación de esta provincia consideramos que están en ese proceso, ya con la ley de comunicación relativamente es nueva y por ende se necesita de un proceso de asimilación.

3. Respecto a los principios de interculturalidad y la plurinacionalidad contemplados en el artículo 14 de la Ley Orgánica de Comunicación, hemos detectado, con la investigación en los informativos de los medios de comunicación de la provincia de Zamora Chinchipe, que es muy poco lo que se puede rescatar. La mayoría de directores de programación aún desconocen el concepto como tal, confunden la interculturalidad y la plurinacionalidad con la información que se puede encontrar en una u otra noticia que hable sobre cierta nacionalidad o pueblo indígena. Este

desconocimiento está ayudando para que ciertas culturas estén en peligro de extinción, vemos como una provincia tan rica en folklor y costumbres ancestrales, casi nada de ello se ve reflejado en los medios de comunicación. La Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 36 propone algunas alternativas para rescatar la cosmovisión de los pueblos y nacionalidades indígenas, sin embargo se cree que hasta que órganos competentes velen por el cumplimiento de las disposiciones normativas, mucha de esa cultura identificativa se va a perder. No olvidemos que los medios de comunicación son industrias culturales que pueden rescatar, hibridar o bien desaparecer una cultura.

Finalmente, se concluye que la ley de comunicación no genera incentivos institucionales suficientes para promover dichos principios, es decir se considera que no va más allá de presentar y establecer sanciones en el caso de incumplimiento de las disposiciones normativas. De allí se reitera, que sea necesario gestionar “incentivos” o proyectos comunicacionales para la cooperación al desarrollo de los medios comunitarios o periféricos. Con ello se propone, ir más allá de las funciones disciplinarias de agencias estatales como es el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) y la Secretaría Nacional de Comunicación (Secom) para convertirlas particularmente en factores de cooperación al desarrollo comunicacional. El mayor problema de los medios de la provincia de Zamora con todo lo precedente es la falta de los recursos y su consecuente dependencia de la publicidad que en gran medida define los contenidos o las temáticas de un determinado medio de comunicación.

### 3-. Referencias bibliográficas

4. Almeida, I. (2008). El Estado Plurinacional, Quito: Ediciones Abya-Yala.
5. Astudillo Campos, F. (2007). La Radio en Ecuador. En Merayo, A (Coord.). La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva. (pp. 191–200). Sevilla: Comunicación Social.
6. Ávila, M y otros. (2011). Libertad de expresión. Quito: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
7. Ayala Mora, E. (2005). Resumen de Historia del Ecuador. Quito: Corporación Editora Nacional.
8. Barbero, J. Martín. (2002). Oficio de cartógrafo: Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago- Chile: Fondo de Cultura económica.
9. Barbero, J. Martín. (2007). Medios y culturas. En Díaz Nosty, B. (Dir.). Medios de comunicación: el escenario Iberoamericano. (pp. 255-266). España: Fundación telefónica.
10. Becerra, M. (2003). Sociedad de la información: Proyecto, convergencia, divergencia. Buenos Aires: Norma.
11. Beck Alan. (1997). Radio Acting: Stage and Costume Series: A&C Black.
12. Beltrán, L. Ramiro. (2006). Comunicación para el desarrollo. En Cimadevilla, Gustavo (Comp.). Comunicación tecnología y desarrollo. (pp. 9- 15). Argentina: Universidad nacional de Río Cuarto.
13. Blumenberg, Hans. (1999). Las realidades en que vivimos. Barcelona: Paidós I.C.E/U.A.B
14. Borja Raúl. (1998). Comunicación Social y pueblos indígenas en el Ecuador. Quito: Abya Yala.
15. Charras, Lozano & Rosi. (2013). Ciudadanía (s) y derecho (s) a la comunicación en Mastrini, Bizberge & Charras. Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Argentina: La crujía. (pp. 25 -50).
16. Clares, J., Gavilan, M., Del Río, D., Fernández, J. Y otros (2013). Políticas culturales y de comunicación: la intervención pública en cine, televisión y prensa. España: Editorial UOC.
17. Constitución de la República del Ecuador (2008), Corporación de Estudios y Publicaciones.

18. Cortina, Adela. (1997). Ciudadanos del mundo, hacia una definición de ciudadanía. Madrid: Alianza Editorial.
19. Cruz, Manuel. (2011). Hannah Arendt: la condición humana. Barcelona: Paidós.
20. Fiss, Owen. (1999). La ironía de la libertad de expresión. Barcelona: Gedisa.
21. Lasch, Christopher. (1995). Journalism, Publicity and the Lost Art of Argument. En Dennis, Everette (Ed.). Media and Public life. A retrospective. Media Studies Journal, The Freedom Media Studies Center, New York, Columbia. Vo, 9, B. 1, Winter, 1995, p. 81.
22. Ley Orgánica de Comunicación (2013), Corporación de Estudios y Publicaciones.
23. Lewis, Sian. (1996). News and society in the greek polis. (Studies in the History of Greece and Roma). The University of North Carolina Press.
24. Lucien, Óscar. (2011). Cerco Rojo a la libertad de expresión. Venezuela: Lauki.
25. Mata, Cristina y Scarafía, Silvia. (1993). Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico. Quito: ALER.
26. Mattelart, A. (2007). Historia de la sociedad de la información. Barcelona: Paidós.
27. Meneses, Zulli. (1992). Análisis de medios de comunicación en el Ecuador. Quito: Quipus.
28. Meseguer, Ángel. (2009). La radio del siglo XXI un medio interactivo. España: Euroeditions.
29. Miguel Fernández, Enrique de, (2005). Introducción a la gestión: Management. España: Servei de Publicaciones.
30. Muñoz, J.J. (2000). Diccionario de periodismo. Salamanca: Cervantes.
31. Negro Ponte, N. 1995. Being digital. A. A. Knopf, 1995 (traducción al castellano: El mundo digital. Barcelona: Ediciones B, 1995).
32. Noriega, M., y Simó, M. (2008). Competencias y habilidades del periodista venezolano: Retos de hoy y de mañana. En Delgado Flores, C. (Coord.). Versión Beta, tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela. (pp. 167- 177). Venezuela: Serie mapas de la comunicación.

33. Sel, Susana. (2010). Políticas de comunicación en el capitalismo Contemporáneo. Buenos Aires. Clacso.

34. Yaguana, H. y Delgado, W. (2014). 85 años de la radiodifusión en Ecuador. Editorial “Quipus”, CIESPAL. Quito.

\* Se puede indicar al final del texto con asterisco la pertenencia del artículo a algún tipo de proyecto / subvención, etc.