

CAPÍTULO I

LA IMPOSICIÓN *TELEVISIVA* Y LA *OTRA* MIRADA

Msc. Fabricio Rosero Vaca

Msc. Paola Mantilla

Msc. Ana María Larrea

Universidad Técnica del Norte (Ibarra- Ecuador)

Resumen

La presente investigación analiza la situación de la televisión en el mundo y como este se consolidó en un poder que terminó bajo la manipulación de los grandes emporios. De igual forma se refiere sobre cómo esta realidad mundial también se repitió en el Ecuador lo que generó una grave crisis de confianza entre la ciudadanía sobre la objetividad informativa en los medios de comunicación televisivos.

También enfoca como esta crisis posibilitó que los medios regionales y locales rompan con el bicentralismo informativo que marcó al país luego del año 2000 a pesar de las limitaciones logísticas, presupuestarias y técnicas en relación a los medios nacionales.

Para el efecto se analiza el caso de TVN canal, medio de comunicación televisivo de la provincia de Imbabura en Ecuador.

Abstrac

This research analyzes the television service around the world and how it becomes a consolidated power manipulated by the huge emporiums. Likewise, it refers to the Ecuadorian situation and how it has generated a serious trust crisis among inhabitants; about the informative objectivity of television media.

In the same way, it focuses on how this crisis made possible that regional and local media break the informative bicentralism, marking the country since the year 2000; even though logistic, budgetary and technical limitations in relation to national media.

For the purpose, TVN channel situation is analyzed. It belongs to Imbabura, province of Ecuador.

Palabras Claves

Televisión, manipulación, regional, crisis, Ecuador

Introducción

La televisión, como medio de comunicación, consolidó una influencia gracias a su penetración social. Esta condición, según Cembranos (2004) fue aprovechada por los grandes poderes mediáticos del mundo para imponer, modificar o justificar hechos de enorme trascendencia global. Pero también ha servido para desvirtuar los intereses de unos e imponer los intereses de los otros. (Barbero, M. 1986)

Un ejemplo de esta exclusión se evidenció luego del asesinato de 144 estudiantes universitarios en Kenia el 2 de abril del año 2015. A pesar de que la matanza fue perpetrada por las mismas causas y el mismo grupo terrorista, no hubo ni la movilización ni la solidaridad, que en su momento generó el atentado al semanario Francés Charlie Hebdo perpetrado en enero del mismo año.

Esto se explica, según un artículo publicado en la edición digital de la Revista Semana (2015), porqué los medios de comunicación han cimentado, en la conciencia colectiva, que la violencia, la muerte, la pobreza, la inciviliación son parte de la identidad de los países africanos y por ende es normal.

Esta situación también se repite en nuestro país. La televisión es el medio preferente de los ecuatorianos y por ende la referencia. El 94% cuenta con un televisor y destina 6, 1 horas para mirarlo según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del Ecuador. Ante esto, por décadas, los medios nacionales impusieron realidades que se sujetaban a las circunstancias del poder bicentralizado entre Quito y Guayaquil excluyendo al resto del país (Jordán y Panchana, 2008). Sin embargo esta situación cambió a raíz de la crisis bancaria de final de siglo dejando un espacio para una comunicación alternativa que los otros medios empiezan a ocupar.

Martín Barbero (1986) señala que la televisión regional se encuentra en la posición de brindar los espacios que los medios públicos ni los comerciales lo logran hacer, es decir mostrar las otras realidades que no tiene espacio en los medios nacionales.

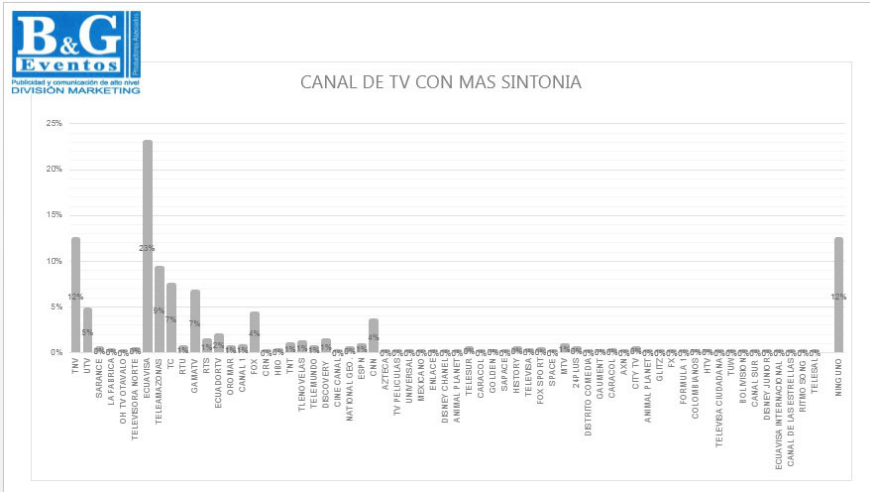
Y eso es precisamente los que los medios regionales han hecho desde 1999 cuando se dio el exponencial apareamiento de los canales locales y regionales. (Jordan y Panchana, 2008)

En la actualidad los medios televisivos regionales y locales están desplazando en la preferencia a los medios de cobertura nacional.

En las últimas elecciones, por ejemplo, varias encuestas realizadas por partidos y movimientos políticos evidenciaron cómo los televidentes volcaron sus preferencias a los canales de su jurisdicción. En el caso de Imbabura, TVN canal, de cobertura regional, ocupa el segundo lugar de preferencia

informativa y el primer lugar de audiencia de sus noticieros por franja horaria según una encuesta elaborada por le empresa BG Eventos.

(Cuadro 1)



Esto a pesar de que la mayor limitación de los medios locales y regionales es la calidad de producción. (J, Narváez, comunicación personal, 12 de abril de 2015)

A pesar de ello, como Barbero (1986) pronosticaba, la ciudadanía prefiere los canales de televisión regionales por su identificación y el reconocimiento de su identidad y la cercanía social de sus instituciones y referencias culturales.

Su barrio, su institución, su cultura y la visualización en pantalla de sus problemas más cercanos, y el pronunciamiento o acciones de las autoridades para solucionar estos inconvenientes, genera esta preferencia, cada vez más creciente. (JC, Morales, comunicación personal, 11 de abril 2015)

Las periferias siempre han sido excluidas de los intereses, pero los medios locales y regionales están cambiando esta forma de ver el mundo, un mundo que les era lejano y que ahora lo perciben cada vez más cercano. (JC, Morales, comunicación personal, 11 de abril 2015)

Es tan importante este crecimiento e influencia, que el Gobierno Nacional reestructuró su estrategia comunicacional, no solo por el conflicto que el anterior presidente, Rafael Correa mantuvo con las grandes cadenas de televisión nacionales, (Jordan y Panchana, 2008), sino porque los medios de comunicación regional y local están cautivando las audiencias y las preferencias, luego del desencanto de los medios nacionales que posterior a la crisis de 1999 pasaron del segundo al octavo lugar dentro de la confianza ciudadana. (Jordán y Panchana, 2008)

Globalización, televisión e imposición

La televisión, como medio de comunicación, desde sus primeras emisiones en 1927 en Inglaterra con la BBC y en 1930 en estados Unidos con la NBC y CBS, despertó un enorme interés por los efectos sociales y de masas que esta generaba. (Historia de la Televisión. 2009)

Su influencia fue creciendo a medida de su expansión y desarrollo tecnológico. Las primeras transmisiones vía satélite – la primera fue el 25 de junio de 1967- consolidaron varios fenómenos, entre ellos, el reducir las distancias geográficas y generar cercanías sociales. (Historia de la Televisión, 2009)

“La televisión modifica la percepción psíquica del espacio alterando los criterios físicos en los que se basa la proximidad o lejanía de los lugares. Los lugares cuyas imágenes han sido posible ver en la pantalla se percibe psicológicamente más próximos, aunque estén mucho más distante en el plano geográfico”. (Serrano, 1978, p.41)

Pero a la eliminación de distancias, el lenguaje audiovisual posibilitó otro tipo de fenómenos como el de masas. Los medios de comunicación, sobre todo la televisión, empezó a generar hábitos, gustos y sobre todo referencias en el ámbito social.

El control global a través de la televisión

Una de esas primeras visiones del manejo informativo como parte de un eje transversal en la occidentalización de las realidades, desde el punto de vista de un poder hegemónico, sin duda fue CNN. Cable Network News, nació en Atlanta en 1981. Inicialmente su objetivo, fue la de brindar noticias o información de relevancia a los norteamericanos que se encontraban en diferentes parte del mundo. (Albornoz, sf)

Sin embargo, según Meyssan (2005) la influencia de CNN se evidenció antes y durante la guerra del Golfo (1990) en donde el manejo informativo posibilitó que el mundo justificará la acción bélica, a pesar de los débiles e inexistentes justificativos – la presunción de la propiedad de armas biológicas por parte de Irak- y luego la sensación de victoria en una guerra que jamás tuvo resistencia militar y enviando un claro mensaje a los países del tercer mundo sobre quién tiene el poder y que pasa cuando se desconoce o subestima a ese poder.

Pero el fenómeno CNN solo es la consecuencia de la globalización. Una globalización que ahora incorpora nuevos elementos como la percepción de diversificar la identidad a través de la prestación de servicios informativos con consideraciones lingüísticas de cada región – CNN Chile, CNN México, CNN España y la emisión de noticias en árabe, etc. Todo esto bajo la apa-

rente aceptación de una diversidad y su reconocimiento que cimienta al capitalismo y el neoliberalismo dentro de la configuración del manejo informativo. (Albornoz, sf)

“La televisión global se configura como una movida estratégica de las grandes corporaciones, y en algunos casos, como una estrategia política de algunos gobiernos de países hegemónicos”. (Albornoz, sf. p.4)

Y resulta tan estratégica esta movida, que naciones que buscan posicionarse como nuevos referentes de poder tienen como parte de su estrategia el dominio informativo. Tal es el caso de CCTV de China que también emite en diversos idiomas o la cadena catari Al Jazeera, sin olvidar el esfuerzo latinoamericano de Telesur.

De todas maneras, este esfuerzo globalizador del manejo y la hegemonía de la emisión informativa provoca profundas contradicciones. La primera se refiere a los valores. Según Ruge y Galtung, estudiosos de las estructuras de las noticias internacionales, en la actualidad cadenas internacionales como CNN o la BBC de Londres, imponen valores noticiosos. (Barker, 1997)

Y lo más grave aun es que esta imposición de referencia de verdades y globalización de los intereses informativos, “son incompatibles con el pluralismo y, por tanto, pondrían en peligro la democracia, la diversidad cultural y la libre competencia” (Mora Figueroa, 2009: 306p.). Algo que sin duda no parece importar.

Televisión y desarrollo social

Desconocer la enorme influencia de la televisión en el desarrollo social es sin duda un sacrilegio. La discusión que aun se mantiene es si esta influencia ha sido positiva o negativa. Generalizar cualquiera de las dos visiones sería injusto. Es que si bien el poder, en todas sus formas utiliza o busca utilizar los medios de comunicación, sobre todo la televisión, para imponer sus visiones y posiciones, también ha sido el medio para aportar al desarrollo y visualización de la cultura e identidad.

Varios son los ámbitos de aporte de este medio de comunicación. Francisco Sierra Caballero (2003) asegura que:

“En América Latina, particularmente, la producción social del imaginario por la industria televisiva convierte este medio en un referente obligado para la comprensión de las formas colectivas de identidad, así como de las lógicas de acomodamiento de los imperativos de la globalización en las transformaciones y cambios de largo alcance que las culturas nacionales proyectan ante la compleja trama de la comunicación-mundo”. Sierra, F.(junio 2003).

Estas realidades han permitido el desarrollo de programas de integración, de revitalización cultural y de opinión.

En los años 50 y 60, el concepto de desarrollo estaba ligado a la visión progresista de los Estados Unidos y sus medios de comunicación mostraban

esa realidad como el concepto tangible de desarrollo. Sin embargo, desde el impulso de la epistemología del sur a inicios de los 70's, el concepto evoluciona hacia lo social. Lamentablemente este proceso encuentra sus primeras limitantes en los intereses corporativos de los medios de comunicación privados tal como lo describe (Mora, 2017) "La historia política de América Latina es la historia de la usurpación del poder por pequeñas elites que, aunque reivindican las ideas constitucionalistas y democráticas, hacen escarnio tanto de las constituciones como de la soberanía popular que invocan"

Adalida Contreras lo conceptualiza como difusionismo (Contreras, 2003). Es decir una realidad cultural termina expandiéndose a otros lugares, proceso que la televisión impuso de manera metódica desde la referencia del norte.

Pero este proceso advierte otras realidades como por ejemplo los intercambios desiguales de los flujos informativos. En los 70's no existían agencias o medios regionales informativos, por lo que se consumía lo que se imponía de afuera, las realidades de los otros.

Pero al convertirse la comunicación en un eje transversal, resulta que este consumo informativo de lo de afuera influye en los momentos democráticos al punto de que los procesos políticos pasan de las decisiones populares a las imposiciones de las embajadas norteamericanas. (Contreras, 2003)

Ante esto, en los 80's, surge la necesidad de impulsar un nuevo orden informativo y de comunicación y la UNESCO elabora lo que se conoció como el informe MacBride elaborado precisamente por el premio Nobel de la Paz, Seamus MacBride. Dicho informe contemplaba una serie de cambios para equilibrar el torrente informativo y sus jerarquías entre países desarrollados y subdesarrollados.

Lamentablemente la iniciativa sustentada en un profundo análisis sobre el deterioro social, que la imposición informativa del norte y las consecuentes afectaciones a la pérdida de la identidad social y cultural provocada en los países subdesarrollados, jamás pudo despegar debido a oposición de los ya consolidados sistemas multinacionales de la información.

Ignacio Ramonet (1996) señalaba:

"La batalla se perdió. La UNESCO abandonó este debate y dio por buena la idea de que los flujos transfronterizos de información eran una necesidad que venía impuesta por el mercado internacional y por la propia realidad mundial. En definitiva, se admitió que podía aceptarse una especie de «darwinismo» en el campo de la comunicación. Vencían aquellos que habían logrado constituir grupos emisores dominantes: ellos habían conquistado el derecho a emitir y, por tanto, había que aceptar esa realidad como ley de vida. El NOMIC desapareció de las reflexiones; y nadie volvió a hablar durante la década de los ochenta del problema del desequilibrio Norte-Sur". (Ramonet, 1996. P.22)

La televisión en el Ecuador

En las primeras líneas de esta tesis, se analizó cómo los intereses de los poderes hegemónicos se canalizaron preferentemente a través de las grandes cadenas de televisión. Lo paradójico del caso es que, a pesar de las críticas desde el equilibrio mundial de estas prácticas, las mismas fueron replicadas en los ámbitos locales.

En el Ecuador, los medios de comunicación nacieron privados. Es decir, desde la prensa, hasta la televisión, surgieron de influyentes familias y grupos de poder económico los que acapararon los medios de difusión para convertir a la comunicación en mercancía y la información como fuente de manipulación a favor de intereses de pequeños grupos de poder. (Eguiguren, M. 2005)

Pero primero un poco de historia. La televisión en el Ecuador nace en el año de 1959 como una iniciativa privada. Telecuatro se convierte en la primera cadena televisiva, hoy conocida como RTS. Antes, en Quito en 1958 HCJB inicia sus primeras emisiones de transmisión con una visión netamente religiosa. Sin embargo la primera concesión televisiva se oficializó el 1 de junio de 1960 y las primeras emisiones de un medio concesionado se dieron el 12 de diciembre del mismo año. Luego, en los 70's, inició un boom de la televisión. En 1974 Teleamazonas, de propiedad del empresario Antonio Granda Centeno, emite la primera transmisión a color en el país. Posteriormente otras cadenas como Ecuavisa de propiedad de la familia Alvarado Roca se posicionan como referentes televisivos del Ecuador. (Egas, 1996)

No fue hasta 1998 que el país contó con el primer canal público de alcance nacional denominado, Ecuador TV. (Jordán y Panchana. 2008)

Esto como parte de la visión gubernamental entorno a generar un equilibrio informativo, que a criterio de Carol Murillo, ex subdirectora del medio público impreso el Telégrafo, citada por (Ordoñez 2011) desmontó la visión de que los medios privados eran los únicos capaces de proponer los temas de debate basado en sus propios intereses y agendas.

Sin embargo, al pasar de los años, la labor de los medios públicos, creados en unos casos y potenciados en otros, durante el gobierno del Presidente Rafael Correa, también generó varios cuestionamientos entorno a su orientación.

César Ricaurte, representante de Fundamedios, organización dedicada al monitoreo de los medios de comunicación y la libertad de prensa en el Ecuador, asegura que “los medios públicos se han convertido en oficiales y gubernamentales” (El Mercurio 2013) esto por su posición entorno a tratar preferentemente temas que destacan los aciertos de la gestión gubernamental y reduciendo la participación de los sectores de oposición al régimen del presidente Correa.

A pesar de aquello en el Ecuador existen 577 concesiones de canales y repetidoras en señal abierta, de las cuales 362 son privadas, 210 son públicas y 5 son comunitarias.

Cuadro No. 2

PROVINCIA	Comercial Privada		Servicio Público		Servicio Público Comunitario		Total por Provincia
	TV Abierta Analógica	TDT	TV Abierta Analógica	TDT	TV Abierta Analógica	TDT	
Azuay	22	1	9	1	-	-	33
Bolivar	6	-	7	-	-	-	13
Cañar	11	-	7	-	-	-	18
Carchi	13	-	12	-	-	-	25
Chimborazo	17	-	9	-	-	-	26
Cotopaxi	8	1	5	1	-	-	15
El Oro	16	-	4	-	-	-	20
Esmeraldas	15	1	22	-	-	-	38
Galápagos	15	-	8	-	-	-	23
Guayas	22	8	8	1	1	-	40
Imbabura	12	-	7	1	-	-	20
Loja	20	-	9	-	-	-	29
Los Rios	16	-	9	-	-	-	25
Manabí	22	2	22	-	-	-	46
Morona Santiago	14	-	7	-	-	-	21
Napo	12	-	7	-	-	-	19
Orellana	-	-	7	-	-	-	7
Pastaza	9	-	4	-	-	-	13
Pichincha	25	9	7	1	1	-	43
Santa Elena	13	-	8	-	-	-	21
Santo Domingo de los Tsáchilas	12	2	4	-	-	-	18
Sucumbios	5	-	13	-	-	-	18
Tungurahua	16	1	5	-	1	-	23
Zamora Chinchipe	16	-	5	-	2	-	23
Total General	337	25	205	5	5	0	577

Fuente: Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones en Ecuador / abril 2017

El bicentralismo informativo

El Ecuador, desde su época colonial, ha vivido en medio de una polarización social. Quito y Guayaquil fueron siempre los polos que marcaron el ritmo del país. Jordán y Panchana (2008) conceptualizaron esta realidad

“En Ecuador existe una marcada división regional, que influye en los más importantes ámbitos de la vida del país. Esta realidad nace en la época de la Colonia española y tiene su origen en la consolidación de 2 polos de desarrollo en un mismo país: las fuerzas productivas de la costa y las de la sierra”. (Jordan y Panchana, 2008. p. 12)

Los intereses informativos y comerciales se centraban en Quito y Guayaquil. Si bien, la mayoría de canales cubrían gran parte del territorio, pocas veces, salvo eventos catastróficos, se mostraba lo que sucedía en otras ciudades. Inclusive existían poblaciones, como las amazónicas, que no recibían ninguna señal de canal nacional consumiendo contenidos y realidades que las cadenas colombianas o peruanas ofrecían a lo largo de la zona de frontera.

La televisión bancaria y la crisis del nuevo milenio

En el año 2000 el Ecuador sufrió una de las crisis económicas, sociales y políticas, más grandes de su historia. Bancos como Filanbanco, Progreso, entre otros quebraron dejando a más de 1,800.000 ecuatorianos en bancarrota y con sus depósitos congelados. Esto, según Jordán y Panchana (2008) generó entre los ecuatorianos un sentido de desconfianza en la institucionalidad de este país.

Y no era para menos, explican Jordan y Panchana (2008) los hermanos Isaías dueños Filanbanco, uno de las entidades bancarias más grandes del país y que quebró en la crisis del año 2000, utilizó sus más de 12 medios de comunicación, entre ellos canales de televisión, para silenciar la quiebra del sistema bancario. Pero el manejo informativo a favor de los intereses económicos de los banqueros llegó a su mayor degradación cuando, utilizando medios de comunicación, Teleamazonas de propiedad de Fidel Egas, dueño del Banco del Pichincha y Gamavisión y TC Televisión de la familia Isaías, mantuvieron una guerra mediática de desprestigio sin precedentes.

Relación entre medios de comunicación y bancos periodo 1999 – 2001 (Cuadro 3)

Banco	Medios	Nueva propiedad / Otras situaciones
Filanbanco (Grupo Isaías)	El Telégrafo (d)	Estado
Filanbanco (Grupo Isaías)	La Razón (d)	Cesa el periódico
Filanbanco (Grupo Isaías)	GamaTV	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isaías)	Cablevisión	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isaías)	TC Televisión	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isaías)	La Prensa, El Telégrafo, Carrousel, Super K-800 (e)	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Filanbanco (Grupo Isaías)	La Onda, El Agro (e)	Estado (Agencia de Garantía de Depósitos)
Banco Amazonas	Edimpress (planta impresora)	El banco se desprende de sus acciones
Bancomer (Grupo Cevallos-Balda)	El Metropolitano (d)	Cesa el periódico
Banco del Pichincha (Grupo Egas)	Teleamazonas	Empleados afines / Plural TV (Perú)
Banco del Pichincha (Grupo Egas)	Mundo Diners, Gestión, Fucsia, Soho (r)	Empleados afines
Banco del Austro (Grupo Eljuri)	Telerama	Venta a afines
Banco Guayaquil	Centro de radio y televisión Cratel	El banco se desprende de sus acciones

Fuente: (Godoy 2012)

Por eso, la Constitución del año 2008 integró en sus acápites, la prohibición de que funcionarios del sector financiero sean propietarios de medios de comunicación. Situación que posibilitó al Estado administrar canales de televisión, periódicos y radios, incautados a los banqueros Fernando Aspiazu y los hermanos Isaías, y la venta de Teleamazonas por parte de Fidel Egas. Esta prohibición entró en vigencia en el año 2010. (La Hora, 2010)

Pero la crisis del 2000 significó un punto de quiebre para los medios de comunicación de alcance nacional.

Hasta antes de la crisis, los medios de comunicación ocupaban el tercer lugar dentro de las instituciones de mayor credibilidad, sin embargo, luego de la crisis bancaria cayeron al séptimo y octavo lugar. (Jordán y Panchana, 2008)

Situación que hasta el momento no logran revertir. Según una encuesta realizada por la Empresa Perfiles de Opinión y publicada por la Secretaría Nacional de Comunicación del Ecuador (2015), en la capital, Quito, solo el 29,8% de la población cree en la información emitida por los medios de comunicación mientras que en la segunda ciudad más importante, Guayaquil, el porcentaje se ubica en el 32,9%. (Secom 2015)

De igual forma la misma encuesta estableció que los medios de comunicación se ubicaron en el séptimo lugar dentro de la credibilidad de los ecuatorianos.

La televisión pública y el equilibrio del poder

En el Ecuador, la televisión siempre tuvo el carácter de privada y comercial. Y si bien en la constitución se garantizó la propiedad pública, y por ende bajo administración estatal, de las frecuencias, nunca el Estado estableció una política de comunicación que desemboque en medios de servicio público.

Esta situación cambió abruptamente antes de la constitución del año 2008. Ecuador TV se convirtió, a partir del 26 de octubre del año 2007, en el primer canal público del Ecuador. (Hervas, V. 2014)

La apertura de este medio de comunicación formó parte de la estrategia gubernamental para democratizar el manejo informativo. Para el efecto Jordán y Panchana (2008) aseguran que el gobierno invirtió más de 10 millones de dólares en el fortalecimiento de los medios públicos existentes (3 radios) y la creación de un canal de televisión. A eso se sumó la administración de más de 12 medios incautados a la banca quebrada que hasta el momento se mantienen bajo administración estatal.

Esto generó un nuevo contrapeso, el de los medios privados no afines al Gobierno, Ecuavisa, Teleamazonas y el de los medios incautados, GamaTV y TC Televisión a lo que se suma el canal público Ecuador TV con una clara línea oficialista como los sugieren Jordán y Panchana (2008)

Este contrapeso provocó una nueva disputa, ahora generada por la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013 entre los medios públicos y privados.

“Una de ellas es la tan visible disputa entre los medios públicos y privados, quienes a través de sus contenidos buscan consolidar una “verdad”. Por un lado, los medios públicos, que juegan un rol más estatal, buscan legitimar la agenda presidencial desde sus notas periodísticas, respaldados del discurso presidencial. Del otro lado, el periodismo privado deslegitima no solo la gestión del gobierno, sino también el periodismo público, al considerarlo como parte del aparataje mediático estatal y al servicio de la publicidad gubernamental” (Albán, 2016)

Medios regionales y la otra mirada

Si bien los 70' marcaron el inicio de la televisión ecuatoriana, fue esa misma época el inicio de 'la otra televisión'. Telecosta en 1972, Telecuenca en 1975, Manavisión, (TVN Canal 9, s.f) entre otras, fueron los primeros medios de comunicación regional que surgieron en el país. Hasta 1996, existían en el Ecuador 15 canales de cobertura regional (TVN Canal9, s.f). Sin embargo es en esa época donde se registra el boom de la televisión local y regional. En el año 2008, existían 42 medios regionales (Jordán y Panchana, 2008) hasta llegar hasta a 73 hasta la fecha según el Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador.

Inclusive en el año 2008, los medios regionales y locales conforman la primera agrupación denominada Canales Locales y Regionales, Ecuatorianos Agrupados, CCREA.

El objetivo de la agrupación es la de generar nuevas relaciones políticas comunicacionales ante la exclusión, que aseguran vivieron, por parte de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador exclusivamente conformada por la mayoría de medios televisivos nacionales. Así lo ratificó el primer presidente de la agrupación, Fernando Najas, durante la reunión que mantuvieron en el año 2008 con el presidente Rafael Correa. "Agradecemos al Presidente de la República porque ya no somos fantasmas, al menos para Carondelet". (Ecuadorinmediato, 2008)

Esta situación, sumada a la confrontación que desde el 2008 el Presidente Correa mantuvo con los medios de comunicación nacional, cambió la situación de los medios regionales y locales, sustentada en la creciente influencia de estos medios, sobre todo televisivos en sus respectivas jurisdicciones. Es así que Gabriela Rivadeneira, actual Presidenta de la Asamblea Nacional, afirmaba durante su paso por la Gobernación de Imbabura en el 2012. "Los medios de comunicación regionales demuestran más independencia en relación a los medios nacionales". (ENTV, 2012)

Pero este crecimiento e influencia se da en un escenario desigual. Los medios televisivos de alcance nacional aun son los receptores del mayor porcentaje de la pauta televisiva. En el 2011, Ecuavisa registró ingresos por publicidad cercano a los 40 millones de dólares (Ministerio de Telecomunicaciones, 2013). A pesar de que no existe una estadística consolidada, Jordan y Panchan (2008) afirman que el presupuesto anual de un canal de televisión regional fluctúa entre los 200 mil y 500 mil dólares, cifras dimensionalmente distintas a las que maneja la televisión nacional.

Pero a pesar de las enormes diferencias económicas, es innegable la creciente influencia de los medios regionales y locales y el desplazamiento entorno a las preferencias de la población. A pesar de que en el Ecuador no existe mediciones de rating, un ejemplo es el trabajo estadístico elaborada en el año 2014 para los candidatos del partido político Avanza en Imbabura.

Según David Torres, asesor del Prefecto de Imbabura, Pablo Jurado, dicho estudio arrojó que TVN Canal se ubicaba en el tercer lugar de preferencia entre los medios de comunicación televisivos por debajo de Ecuavisa y Telead Amazonas y muy por encima de TC, Gama TV, RTS, Ecuador TV, etc. Pero además, el estudio señalaba que el noticiero del canal regional, era el más visto en la provincia. (D. Torres, comunicación personal, 11 de abril de 2015)

Esta información corroborada por los candidatos políticos de otras tendencias políticas, ratifica una realidad que todavía no cuenta con evidencias técnicas pero ya referenciales.

Para el 2017, la situación mejoró, toda vez que el canal pasó del tercer lugar al segundo de acuerdo a un sondeo realizado por la empresa ByG eventos a inicios del año 2017. (Ver cuadro 1)

La revolución de las periferias

A pesar de que hasta la fecha no existen estudios sobre la influencia de los medios locales y regionales y el desplazamiento de los medios de comunicación nacionales, dentro de esa preferencia, algunos periodistas e historiadores consideran que este fenómeno es real y está ligado a la exclusión que por décadas vivieron las ciudades y provincias que no interesaban al poder mediático.

El historiador, escritor y periodista, Juan Carlos Morales Mejía (2015) afirma:

“Los llamados medios nacionales, para el caso de Ecuador que únicamente informan sobre Quito y Guayaquil, son las expresiones de una centralidad excluyente. De hecho, la información de las provincias, de esa periferia, solo está disponible en caso de deslaves o eventos dramáticos. Es como si el otro país no existiera” (J.C. Morales, comunicación personal, 12 de abril de 2015)

Esta afirmación es corroborada por el periodista y productor de televisión del canal Universitario UTV, Pablo Muñoz (2015) quién asegura:

Es posible que la audiencia sienta necesidad por conocer los hechos y acontecimientos que ocurren en su entorno porque de alguna manera expresan su realidad, una realidad que no es tomada en cuenta por los medios de comunicación nacionales salvo en circunstancias que ellos consideren de relevancia para sus intereses políticos y económicos. (P. Muñoz, comunicación personal, 11 de abril de 2015)

Pero el fenómeno es aun más profundo, Jorge Luis Narváez (2015), escritor, cineasta y periodista, considera que esta preferencia inclusive es condescendiente a temas como calidad de producción y limitación en la propuesta de contenidos. “La tv ciudadana casi siempre recibe mayor atención cuando

la necesidad informativa es satisfecha aunque la programación sea mal hecha y con contenidos mediocres, pero lo que importa es que se hable de ellos”, (J. Narváez, comunicación personal 1, de abril de 2015)

Es que el mayor capital de los medios regionales, al parecer es la cercanía. “El “sabor local”, por así decirlo, adquiere una importancia capital y, al legitimar por medio de la imagen, construye un imaginario de pertenencia”. (Morales, 2015)

Otro factor a considerar sería el tema cultural. “Los espacios culturales, que no tiene nada ver que ver con el espectáculo, sino con una necesidad de reconocimiento identitario, la audiencia valora más lo propio porque se ve reflejado en las diferentes expresiones de la cultura local”. (Muñoz, 2015).

Para el educador Ángel Castillo, esta cercanía, no solo en los contenidos sino también en los referentes, resulta fundamental. “La gente que trabaja en los medios es nuestra gente”.

“El otro rubro pendiente es una mirada contemporánea, con las antenas puestas en el mundo. Como nos recuerda el Premio Nobel de Literatura, J. M. Coetzee, en Escenas de una vida en provincias, lo importante son los referentes. León Tolstói lo decía: Para hablar bien del Universo solo precisas hablar bien de tu propia aldea”. (J.C Morales, 2015)

Martín Barbero (1986) en su artículo, Televisión, cultura y región, señala que son los medios regionales los encargados de formular otras visiones diferentes a las impuestas por el Estado y lo comercial, esas que vienen desde la sociedad civil compuestas por organizaciones sociales, comunitarias, etc.

Inclusiva Barbero (1986) va más allá y considera que la televisión regional debe –como una utopía- reconstruir y la memoria histórica desde la visualización cultural para recuperar la identidad y por ende la cohesión social que la hegemonización de los medios nacionales y transnacionales nos quieren imponer.

Conclusiones

Los medios televisivos en el Ecuador han mantenido la misma dinámica que los medios de comunicación internacionales, la exclusión por los intereses.

Por décadas los medios televisivos no asumieron su condición de nacionales. Los intereses políticos y económicos de poder entre Quito y Guayaquil impusieron las dinámicas informativas al resto del país.

Las provincias quedaron superditadas a la espectacularidad de los hechos violentos excluyendo sus intereses y necesidades y sin la posibilidad de referenciarse dentro de sus expectativas, anhelos y realidades.

La crisis bancaria de 1999 evidenció esa imposición generando el deterioro moral de los medios de comunicación nacional lo que llevó a un punto de quiebre que impulsó a los medios regionales.

Los medios de comunicación regionales superaron las limitaciones para posicionarse en la población gracias a la posibilidad de evidenciar el entorno más cercano, desde la visualización de sus realidades y problemas, independientemente de la calidad y dificultades tecnológicas.

La ciudadanía de las provincias y localidades accedieron a otras opciones de evidencia de su realidad que la televisión nacional simplemente desechó.

Tal vez este fenómeno aun no se lo concibe en su real magnitud, al rating y la publicidad sigue asumiendo que los medios de comunicación garantizan el éxito de sus estrategia, pero es evidente que esta relación de fuerzas está cambiando, de manera silenciosa, pero efectiva.

Bibliografía

- ORDOÑEZ, ROMINA, 2011, *Nacimiento de los medios públicos en el Ecuador. La (re)construcción de lo público*. Maestría. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- CEMBRANOS, FERNANDO, 2004, *Televisión, interacciones sociales y poder. El ecologista (No.39)*. Recuperado desde <http://www.ecologistasalcalah.org/docs/curso/Television.pdf>
- Por qué hubo indignación por Charlie Hebdo y no por Kenia?. (2015, 16 de abril), [en línea]. Bogotá, Revista Semana.com. Recuperado desde: <http://www.semana.com/mundo/articulo/por-que-hubo-indignacion-por-charlie-hebdo-no-por-kenia/423186-3>
- [productionscerise]. (2009, Octubre 4). Historia de la Televisión [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=zwceieLHQso>
- SERRANO, MARTON, 1977, *La mediación social* [online]. 1. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <http://file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-LaInfluenciaSocialDeLaTelevision-273123.pdf>
- PELAHERRERA, BLASCO, 2002, *Reseña de “La Tiranía de la Comunicación” de Ignacio Romanet*. Efectos de la televisión en la gobernabilidad. Quito: CIESPAL.
- MEYSSAN, THIERRY, 2015, *El Efecto CNN La Desinformación-Espectáculo*. Recuperado el 03 de mayo de 2015. http://www.ecoportal.net/Temas_Especiales/Politica/El_Efecto_CNN_La_Desinformacion-Espectaculo

- ALBORNOZ, CAROLINA, (s.f.), *La Televisión global de noticias y su repercusión en los países del Tercer Mundo* presentada en el X Congreso de ALAIC: sf. Argentina: Universidad Mayor de San Marcos, pp. 1-10. Recuperado el 9 de abril de 2015 de <http://www.rehime.com.ar/escritos/ponencias/X%20Congreso%20de%20ALAIC%20-%20Ponencia%20Albornoz.pdf>
- EGUIGUREN, MARIA, 2005, *Estudio Cuantitativo y Cualitativo del Comportamiento de la Audiencia ante la Publicidad (Estudio del Zapping)*. LICENCIATURA. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.
- ORDOÑEZ, ROMINA, 2011, *Nacimiento de los medios públicos en el Ecuador. La (re)construcción de lo público*. Maestría. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- EL MERCURIO, 2013, Medios públicos e incautados, dudas sobre su independencia. [online]. 2013. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <http://www.elmercurio.com.ec/363876-medios-publicos-e-incautados-dudas-sobre-su-independencia/>
- Cuadro 2: CHECA, ANTONIO, 2012, *Los bancos ecuatorianos y los medios (1999–2011)* [online]. [image]. 2012. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/30787/Pages%20from%20cac56-4.pdf;sequence=1>
- ALBÁN, EDUARDO, 2016, La disputa periodística en Ecuador | Bastion Digital Argentina. *Ar.bastiondigital.com* [online]. 2016. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <http://ar.bastiondigital.com/observatorio-de-redes/la-disputa-periodistica-en-ecuador>
- FREIRE, ROBERTO and HERVÁS, VANESSA, 2014, *Aplicación de la guía editorial de Ecuador TV respecto de su responsabilidad pública frente a los derechos de los niños, niñas y adolescentes en los reportajes periodísticos que fueron transmitidos en el noticiero de las 21h50 entre enero y junio de 2012..* Licenciatura. Universidad Central del Ecuador.
- BRKER, CHRIS, 1997, *Global Television. An Introduction*. Blackwell Publishers, Oxford. Recuperado el 9 de abril de 2015 de <http://www.rehime.com.ar/escritos/ponencias/X%20Congreso%20de%20ALAIC%20-%20Ponencia%20Albornoz.pdf>
- MORA-FIGUEROA MONFORT, BORJA, 2009, *El mercado global de la comunicación*. Pamplona : Eunsa.

- SIERRA, FRANCISCO, 2003, Un medio trascendental para la región. *Televisión y desarrollo cultural en América Latina. Telos: cuadernos de comunicación e innovación* [online]. 2003. No. 3, p. 6. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <http://hdl.handle.net/11441/25064>
- CONTRERAS, ADALID, 2017, Televisión, democracia y desarrollo social. In : *Evolución y retos de la televisión* [online]. 1. QUITO : EdgarP.JaramilloSalas. p. 307. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49183.pdf>
- RAMONET, IGNACIO, 2003, *La tiranía de la comunicación*. Barcelona : Debate.
- EGAS, 1996, *La televisión en Ecuador*. Recuperado 12 de abril de 2015 de: <http://www.tvyvideo.com/>
- EL UNIVERSO, 2014, Cordicom depuró lista y registró a 61 medios como nacionales. [online]. 2014. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/08/nota/4081366/cordicom-depuro-lista-registro-61-medios-como-nacionales>
- PANCHANA, ALEN and JORDÁN, RODRIGO, 2008, *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR* [online]. 1. QUITO. [Accessed 24 June 2017]. Available from: <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- LA HORA, 2010, Junta Bancaria prohíbe a banqueros participar en medios de comunicación. [online]. 2010. [Accessed 24 June 2017]. Available from: http://www.la-hora.com.ec/index.php/noticias/show/1101033642/-1/Junta_Bancaria_Ecuador_proh%C3%ADbe_a_banqueros_participar_en_medios_comunicaci%C3%B3n.html#.VSS9wPD66vI
- TVN CANAL, 2014. En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 11 de abril de 2015^a las 23:00 de http://es.wikipedia.org/wiki/TVN_Canal_9.
- Ecuador: Canales de TV Comunitarios y Regionales reciben respaldo del Gobierno, 2008. *Ecuadorinmediato.com* [online],
- Gobernadora resaltó rol de la prensa regional independiente, 2011. *Entv.ec* [online],

- *PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE EN EL ECUADOR HACIA EL APAGÓN ANALÓGICO*, 2012. [online], QUITO.
- BARBERO, MARTIN, 1986, Televisión, cultura y región. In : *foro Cómo piensa la universidad la televisión regional* [online]. CALI : UNIVERSIDAD DE CALI. 1986. [Accessed 24 June 2017]. Available from: http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_32/nr_344/a_4437/4437.html
- SIERRA, FRANCISCO, 2003, Un medio trascendental para la región. Televisión y desarrollo cultural en América Latina. *TELOS* [online]. 2003. No. 55. Available from: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulobalance.asp@idarticulo=1&rev=55.htm>