

Estado de diarios, revistas y medios digitales de Ecuador

Gabriela Coronel SALAS¹

Resumen

La presente investigación radica en la necesidad de situar, conocer y analizar la situación de los medios impresos (diarios), revistas y páginas webs dedicadas a la información y comunicación en Ecuador. Con una muestra de más de 100 medios se accede a conocer su forma y fondo, en sí, su morfología distribuida en organización legal y societaria, situación geográfica, contenidos, alcance, y servicios prestados. La misma, es una aproximación a la realidad informativa que vive el país y que forma parte de la macro investigación denominada "*Mapa de la comunicación de Ecuador*" realizada en la Universidad Técnica Particular de Loja.

Palabras clave: medios de comunicación, Ecuador, diarios, revistas, internet.

Abstract

The research is the need to understand and analyze the status of the newspaper, magazines and web sites dedicated to communication in Ecuador. With a sample of more than 100 media access know its form and substance, itself, distributed morphology and corporate legal organization, location, content, scope, and services provided. It is an informative approach to reality in the country and is part of the macro research called "Map of Ecuador communication" at the Universidad Técnica Particular de Loja.

¹ Doctora en Comunicación y Periodismo de la Universidad Santiago de Compostela (España), Máster en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología por la Universidad de Salamanca (España). Directora de Investigación do CIESPAL. Docente-investigadora de Periodismo Digital na Escola de Comunicação UTPL – Universidad Técnica Particular de Loja

Keywords: *mass media, Ecuador, newspapers, magazines, internet.*

Introducción

El panorama de las empresas de comunicación del Ecuador es poco conocida. Esta necesidad motivó la investigación a fin de que se convierta en una herramienta de consulta por parte de investigadores, docentes, estudiantes y público en general interesado en el tema. Y cuyo objetivo fue Conocer el estado de diarios, revistas y medios digitales de Ecuador. Mapeo de los medios de comunicación, iniciado en 2004 por la Fundación Canadiense para las Américas, el Centro Carter, y la Universidad de Calgary. Fue desarrollado con el objetivo de investigar la relación. Hasta el momento no se dispone de una base de datos que contenga a todos los medios y empresas de comunicación. Lo que se tiene son directorios con información básica de ubicación y contacto, el más conocido es la Guía de medios realizada por AS Producciones², que se publica cada año aunque los datos permanecen desactualizados. Se conoce también la existencia del Mapa de Medios de Comunicación del Ecuador³, elaborado por María Cristina Martínez, como uno de los primeros referentes de mapeo de medios en el país. Este mapa contiene información básica de contacto y ubicación de los medios impresos y digitales, radios, televisoras, agencias publicitarias, medios y grupos económicos; sin embargo, la información ha variado por lo que este informe resulta desactualizado.

De medios impresos: La Comisión para la auditoría de frecuencias de radio y televisión Noviembre 2008 – Mayo 2009 presentó, como anexo en su informe final, un listado de medios impresos del país⁴. La lista contiene 252 medios entre periódicos y revistas, identificados con su nombre comercial, frecuencia de circulación y en 76 casos indican la ciudad y provincia de ubicación. Otro de los organismos que recoge información

2 La Guía de Medios contiene contactos de agencias de prensa, telecomunicaciones, proveedores de internet, medios digitales, prensa, radios, revistas, televisión, televisión por cable, productoras, facultades y gremios de comunicación.

3 [□] <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>. Recuperado el 24 de Julio de 2012

4 [□] Medios de comunicación impresos. Disponible en: www.imaginar.org/comision/anexos/15_medios.pdf Recuperado el 27 de julio de 2012.

de los medios impresos es la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP) que agrupa 10 medios⁵.

Metodología

Con fuentes como el Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Telecomunicaciones, Consejo de Cine y publicaciones privadas como AS Producciones, Directorio de Comunicación de la Asociación de Prensa Extranjera y el repositorio virtual del Mapa de Comunicación, se conoció la situación actual de las empresas de comunicación analizando: Organización legal y societaria; Situación geográfica; Situación morfológica; Situación demográfica; Productos y servicios. Las empresas indagadas en este proyecto se dividen en nueve sectores que pueden ser agrupados en tres grandes categorías: “Audiovisual”, “Impreso y digital” y “Comunicación organizacional”. (Mier & Coronel-Salas, 2015)

Resultados

Diarios sujetos de análisis

Los medios de comunicación masivos y, en el caso específico de los medios impresos (periódicos, semanarios, quincenarios, etc.), estos son sujetos de análisis en el presente Anuario; por ende, a raíz del repositorio obtenido en el “Mapa de Comunicación 2011”, desarrollado por la UTPL, se destacan datos del tipo: morfológico, organizacional y de servicio.

TABLA . LISTADO DE PERIÓDICOS ANALIZADOS

Nombre comercial	Ciudad	Nombre comercial	Ciudad
Diario El Heraldo	Ambato	Diario La Hora Loja	Loja
Diario La Hora Tungurahua	Ambato	Diario Correo	Machala
Diario Portada	Azogues	Diario El Nacional	Machala

5 En la AEDEP se registran los diarios El Comercio, Hoy, El Universo, Expreso, El Diario, El Tiempo, El Mercurio, La Hora, El Norte y Revista Vistazo. También tiene registrada a la Asociación de Diario Regionales con 10 miembros. Disponible en: <http://www.aedep.org.ec/> Recuperado el 26 de julio de 2012.

Heraldo del Cañar	Azogues
Semanario El Espectador	Azogues
Semanario Panorama	Azogues
Diario El Clarín	Babahoyo
Diario El Mercurio	Cuenca
Diario El Tiempo	Cuenca
Diario La Tarde	Cuenca
Periódico El Trabajador	Cuenca
Diario La Hora Esmeraldas	Esmeraldas
Diario La Verdad	Esmeraldas
Diario El Meridiano	Guayaquil
Diario El Telégrafo	Guayaquil
Diario El Universo	Guayaquil
Diario Expreso	Guayaquil
Diario Extra	Guayaquil
Diario Metroquil	Guayaquil
Diario Súper	Guayaquil
PP El Verdadero	Guayaquil
Diario El Norte	Ibarra
Diario La Verdad	Ibarra
Periódico El	La

Diario Opinión	Machala
Semanario La Verdad	Machala
Diario El Mercurio	Manta
Semanario La Radimpa	Morona
Semanario La Última Noticia	Naranjito
La Prensa de Pastaza	Pastaza
Diario La Hora Manabí	Portoviejo
Diario La Marea	Portoviejo
El Diario Manabita	Portoviejo
Diario Ecos de Quevedo	Quevedo
Diario La Hora Los Ríos	Quevedo
Semanario El Comunicador	Quevedo
Diario El Comercio	Quito
Diario El Migrante	Quito
Diario Hoy	Quito
Diario La Hora	Quito
Diario Metrohoy	Quito
Periódico Opción	Quito
Diario La Prensa	Riobamba
Diario Los Andes	Riobamba
Periódico El	Santo

Troncaleño	Troncal	Colorado	Domingo
Periódico Independiente	Lago Agrio	Diario La Nación	Tulcán
Diario La Hora Cotopaxi	Latacunga	Interdiario LA PRENSA	Tulcán
La Gaceta	Latacunga	La Crónica Editorial Chapulo	Vinces
Crónica de la Tarde	Loja	Diario La Hora Zamora	Zamora
Diario Centinela	Loja		

Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Organización legal y societaria

Conforme el proyecto de Ley de Comunicación del Ecuador, y en caso de hacerse efectiva, el Art.- 74 señala que los medios de comunicación deberán ser de tres tipos: Públicos, Privados y Comunitarios. Estos tipos han estado en vigencia en el país, por ende, en su organización las empresas que forman parte del sector prensa son en su mayoría (96,74%) privadas, y tan sólo el 5,26% son de índole público (incautadas por el Gobierno).

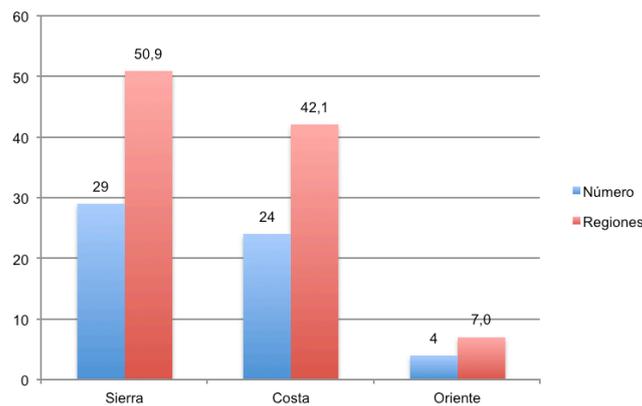
Los diarios analizados se conforman en un 42,1% por empresas constituidas como sociedades anónimas, el 29,8% como empresas de personas naturales, el 19,3% como sociedades limitadas y el 3,5% como sociedades de hecho. El 5,3% no pertenece ya que son entidades públicas. En ese sentido, lo expresado en el proyecto de Ley de Comunicación, Artículo 32.- "*Derecho a la creación de medios de comunicación social.- Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.*"

Conforme el levantamiento de información realizado en el Mapa de Comunicación, se aprecia que en Ecuador el 54,39% de los diarios manifestaron no pertenecer a un grupo empresarial, el porcentaje restante, es decir, el 45,6% declaró su pertenencia. Diario *La Hora* representa el 30,77% de los medios impresos que están dentro de un

grupo mediático; grupo El Universo, Hoy, EDIASA S.A y EDITOGRAN S.A el 7,69%, y el resto de diarios el 3,85%.

Situación geográfica

GRÁFICO . NÚMERO DE PERIÓDICOS POR REGIONES



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Los medios impresos tienen presencia en todo el Ecuador. Guayas es la provincia donde se concentran la mayor parte de diarios con un 15,8%, seguida de Pichincha con el 10,5%. Las provincias donde su presencia es escasa son Morona Santiago, Pastaza, Sucumbíos, Zamora Chinchipe y Santo Domingo, con el 1,8%, respectivamente.

Alcance

Los periódicos tienen una cobertura mayoritariamente provincial representada por el 56,14%, seguida de un alcance nacional, regional y local con el 19,3%, 14,04% y 10,53%, respectivamente.

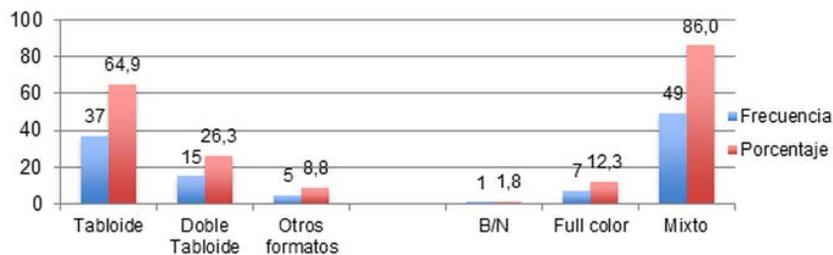
Situación morfológica

Formato y modo de impresión

El 64,91% de periódicos tienen un formato tabloide, el 26,32% un doble tabloide y los restantes, un formato distinto al convencional. La forma de impresión que utilizan el

85,96% de los periódicos es mixta, es decir, B/N y full color. El 1,75% de los periódicos sólo imprimen en B/N y el 12,28%, en full color.

GRÁFICO . FORMATO Y MODO DE IMPRESIÓN DEL PERIÓDICO

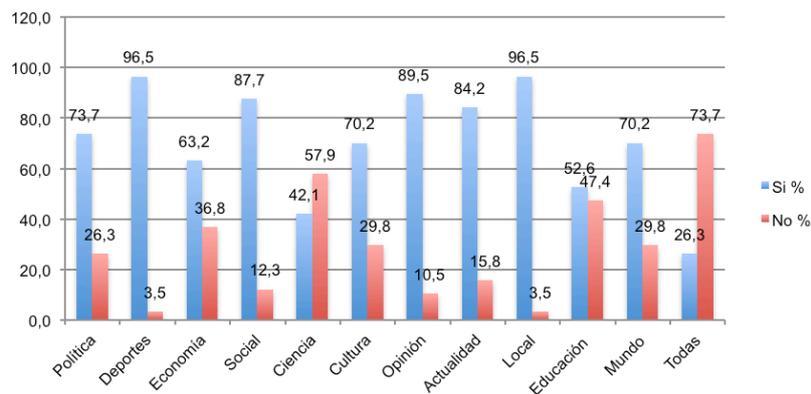


Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Circulación

Temática de la sección

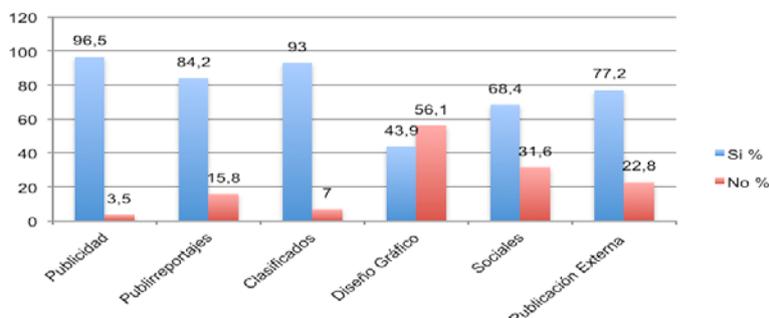
GRÁFICO . TEMÁTICA DE SECCIONES



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Servicios

GRÁFICO . SERVICIOS QUE OFRECEN LOS PERIÓDICOS



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Revistas sujetas de análisis

La investigación propuesta, analiza 44 publicaciones, tomando como punto de partida la guía de medios de comunicación editada por AS Producciones “ECUADOR comunicación” en la que constan 125 revistas en todo el país. En este total, se incluyen publicaciones institucionales, especializadas, magazines, académicas, indexadas y comerciales. La diferencia existente entre la lista total de las revistas y las que constan en este estudio se debe a que algunas publicaciones únicamente tienen presencia como oficinas para distribución, o pertenecen a empresas comerciales que las reparten entre sus clientes.

Otras empresas de comunicación dedicadas a la publicación de revistas no accedieron a entregar información durante el proceso de esta investigación. Esta negativa se da en parte por la proximidad cronológica con el debate de la Ley de Comunicación en la Asamblea Nacional; y por la falta de cultura abierta de información e investigación por parte de los medios estudiados.

TABLA . LISTADO DE REVISTAS SUJETAS A ANÁLISIS

Nombre Comercial	Ciudad	Nombre Comercial	Ciudad
Revista Panorama	Ambato	Revista Acelerando	Quito
Revista infantil Chispiola	Cuenca	Revista Al Día	Quito
Revista Aulabierta	Cuenca	Revista Anaconda Cultura y Arte	Quito
Revista Avance	Cuenca	Revista Chasqui	Quito
Revista BG Magazine	Cuenca	Revista Perspectiva	Quito
Revista Hogar	Guayaqui	Revista Poder Municipal	Quito

Mipymes	Guayaqui 	Revista Seventeen	Quito
Revista Adelante	Guayaqui 	Revista Click Deportivo	Quito
Guía Marítima del Ecuador	Guayaqui 	Revista Crear Ambientes	Quito
Revista América Economía	Guayaqui 	Revista Dolce Vita	Quito
Revista LA ONDA	Guayaqui 	Revista Ekos	Quito
Revista La Verdad	Guayaqui 	Revista El Huerto	Quito
Revista MAMÁ de Hogar	Guayaqui 	Revista El Papel	Quito
Revista Markka Registrada	Guayaqui 	Revista Emprendedores	Quito
Revista Podium	Guayaqui 	Revista Fucsia	Quito
Revista Estadio	Guayaqui 	Revista Vivelight	Quito
Revista SKAL Internacional Ecuador	Guayaqui 	Revista Vogue	Quito
Revista TransPort	Guayaqui 	Revista Vanidades	Quito
Revista Turismo y Comercio	Guayaqui 	Revista Vanguardia	Quito
Revista Vistazo	Guayaqui 	Revista Vinissimo	Quito
Revista Generación 21	Guayaqui 	Revista Soho	Quito
Ecuador es tuyo recórrelo	Guayaqui 	Revista Glamour	Quito
MEN'S HEALTH	Quito	Revista A Bordo	Quito
Revista Gestión	Quito	Mundo Diners	Quito

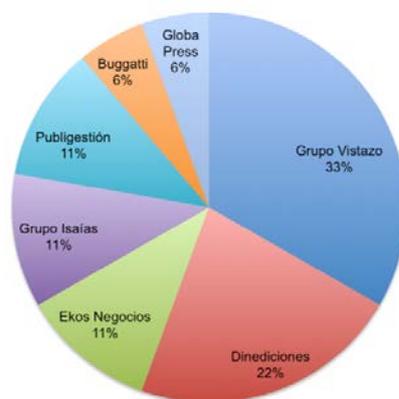
Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Organización legal y societaria

Pertenencia a grupos mediáticos

Entre las 44 revistas consultadas, 18 pertenecen a un grupo mediático. El mayor editor de revistas en el Ecuador es *Grupo Vistazo*, que imprime 6 publicaciones: *América Economía*, *Estadio*, *Generación 21*, *Hogar*, *Mamá (de Hogar)* y *Vistazo*. Le sigue *Dinediciones* con cuatro títulos: *Mundo Diners*, *Fucsia*, *Gestión* y *Soho*. El principal accionista de este grupo de medios, es también propietario de empresas en otras actividades comerciales como banco, concesionarias automotrices, agencia de publicidad, tarjetas de crédito, entre otras.

GRÁFICO . GRUPO DE EDITORES



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Existen además otras revistas que pertenecen a grupos mediáticos, pero que han diversificado sus empresas, dedicándose no únicamente a revistas, sino a otros medios como televisión o prensa. Las revistas ecuatorianas, no están asociadas. Salvo *Vistazo*, afiliada a la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos, los editores de revistas no tienen un frente que las represente y las ampare. El ente que agrupa a algunas empresas de la rama gráfica es la Asociación de Industriales Gráficos del Ecuador; pero no está concentrada en las empresas editoriales; sino en las empresas de trabajos gráficos y sectores afines como serigrafía, troqueles, acabados, etc.

Tipo de constitución de las compañías editoras de revistas

El proyecto de Ley de Comunicación, define en el Art. 91 a un medio de comunicación privado como:

Los medios de comunicación privados son personas jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objetivo es la prestación de servicios de comunicación con responsabilidad social. Estos medios no podrán ser sometidos a limitaciones de definición y distribución de contenidos, de cobertura geográfica ni a controles especiales o cualquier otra forma de discriminación que les impida operar en igualdad de condiciones que los medios de comunicación.

A partir de la aprobación de esta ley, actualmente en debate en la Asamblea Nacional, los dueños de los medios de comunicación deberán constituirse como personas jurídicas. Para ello, deben someterse a las disposiciones de la Superintendencia de Compañías del Ecuador, que entre otros, dispone cumplir con estas condiciones económicas: para una compañía limitada, el pago del capital suscrito de \$400; en el caso de una compañía anónima, la suscripción de \$800 como capital inicial. Además de estos requerimientos, los empresarios que deseen formar un medio de comunicación deben contar con el asesoramiento de un profesional del derecho. La sociedad de hecho, figura bajo la cual funcionan algunos medios de comunicación en el Ecuador, incluyendo el sector de las revistas, no es considerada una persona jurídica. Se debe mencionar que en el Ecuador algunas empresas periodísticas pertenecen a personas naturales, que por definición, no podrán ser propietarios de los medios.

Situación geográfica

Las revistas editadas en el Ecuador están concentradas principalmente en la Sierra (26 de 44) y en la Costa (18 de 44), coincidiendo con la mayor población del país. Es necesario acotar que en la Región Oriente del país hay una población aproximada de 740.000 habitantes, entre catorce millones y medio de personas. Se puede afirmar que no es un mercado que interese a las revistas ni a los anunciantes; sobre todo porque la comercialización de productos es diferente a las regiones Costa y Sierra. La ciudad del Ecuador en la que más revistas se editan es Quito (21), seguida de Guayaquil (18). Esta realidad obedece al desarrollo tecnológico y económico de estas ciudades. Se suma además que en éstas, se cuenta con sistemas de logística que permiten el envío a todo el país.

Circulación

La distribución de las revistas es una de las claves de su éxito, la mayor parte de las revistas en el Ecuador han logrado distribución nacional (32 de 44). En el país circulan varias revistas internacionales. Entre las que tienen oficinas registradas en la guía de medios, constan: *Cosmopolitan*, *National Geographic*, *Mecánica Popular*, *Men's Health*, *Motor Trend*, *Newsweek*, *Seventeen* y *TV y Novelas*. Además, constan revistas de entrega gratuita, que son emitidas por empresas de otras ramas comerciales y en las que anuncian sus servicios y productos, como *Guía farmacéutica* de *Edifarm*, *Maxi*, de corporación La Favorita o *Qué pasa en la Plaza*, del centro comercial Plaza de las Américas.

Situación morfológica

Formato de las revistas

Los formatos de papel que se utilizan en la industria gráfica, se basan en los estándares emitidos por el Instituto Alemán de Normalización, que estableció las medidas en 1922 y que han sido adoptadas por la Organización Internacional para la Normalización. Estas medidas no varían más que en las tolerancias permitidas. Las revistas gozan de la libertad de trabajar en formatos estándar; así como con formas no establecidas. Esta decisión depende únicamente de la voluntad de cada revista; así como del presupuesto para invertir en diseño y afrontar, en algunos casos, el desperdicio de papel debido a la utilización de formatos especiales.

La mayor parte de las revistas ecuatorianas maneja un formato estándar A4 (21x29,7 cm.), o el tamaño carta (21,59x27,94 cm.) Algunas publicaciones dan medidas que se pueden derivar de éstas; ya que difieren de las medidas originales con valores que oscilan entre 1 y 2 centímetros menos en ancho o alto y puede explicarse por las condiciones técnicas de impresión y el tipo de imprenta que empleen en el proceso.

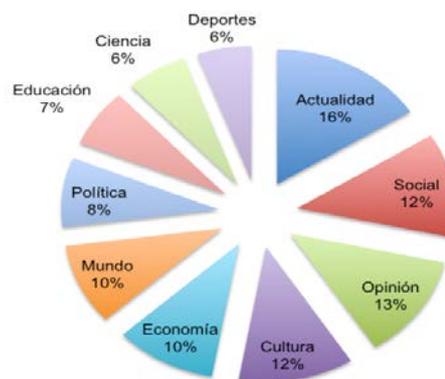
Frecuencia de circulación

Por la naturaleza de su periodicidad, las revistas pueden hacer análisis más profundos de todos los temas que tratan. Los procesos de planificación se pueden resolver con mayor ventaja que en los medios de comunicación diarios. Esta es sin duda, una de las ventajas competitivas de las revistas y de la cual deberán sacar el máximo provecho para competir con otros medios de comunicación. A esto se suma que deberá explotar los recursos de la red y la interacción con los usuarios para crear productos personalizados de acuerdo a los intereses de los consumidores.

Secciones de las revistas

Las principales secciones de las revistas en el Ecuador se concentran en torno a Política, Deportes, Economía, Ciencia, Cultura, Opinión, Actualidad, Educación, Mundo, Locales y Páginas Sociales. Su presencia se debe en buena parte a la demanda de los consumidores de los medios de comunicación. Hay que recordar que en los diarios se puede encontrar secciones similares. El nivel de especialización de las revistas hace que no dispongan de un número elevado de secciones. Lo contrario ocurre con los *magazines*, que disponen de mayor cantidad y variedad de información para sus lectores.

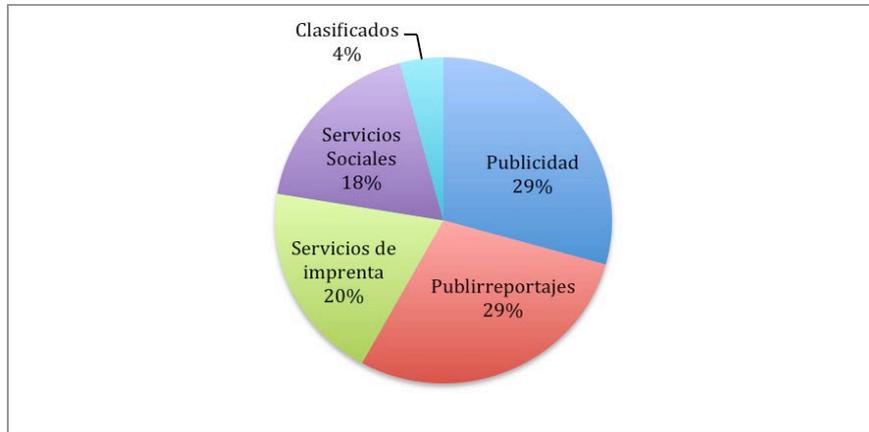
GRÁFICO . TEMÁTICA DE LAS SECCIONES



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia. Servicios

El principal ingreso de las revistas, al igual que otros medios de comunicación es la publicidad, 42 de las 44 publicaciones estudiadas ofrecen este servicio. Sin la publicidad, el costo de los servicios de comunicación sería más alto para los usuarios. Una variante de este servicio son los publinreportajes, que se venden en los espacios de las revistas; aunque éstos son menos frecuentes entre las páginas de las revistas así como es menor el número de revistas que ofrecen esta posibilidad 41 de 44.

GRÁFICO . SERVICIOS QUE OFRECEN



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia

De acuerdo a la información recabada de la guía de medios del Ecuador, se puede comprobar que el número de revistas ha descendido entre 2008 y 2010. Este decremento de empresas afecta a las ediciones de menor circulación. Por otra parte, se han aumentado las publicaciones: *Ensa*, *Vogue* y *Polémika*; esta última de la Universidad San Francisco de Quito.

Internet en Ecuador

Medios digitales sujetos de análisis

El crecimiento de los medios digitales en Ecuador está dado por el acceso a las tecnologías, los bajos costos de conexión a la red de redes y de ciudadanos que necesitan estar informados; no sólo en el territorio nacional, sino con otras esferas geográficas. En este sentido, Internet en Ecuador se dio a conocer a finales de los 90's. Siendo Ecuador uno de los países latinoamericanos que muestra un notable crecimiento de conectividad con respecto a otros de la región, la penetración de Internet llega al 34,3%⁶.

En el sector "Medios Digitales" y conforme los datos obtenidos a través de la investigación del "Mapa de la Comunicación del Ecuador 2011", se conoce la información que proporcionaron 15 medios que declararon ser digitales, es decir, que usan a Internet, más específicamente a la Web, como soporte para la transmisión de noticias. En este

⁶ Stats, I. W. (18 de Julio de 2010). *Internetworldstats.com*. Recuperado el 19 de Junio de 2012, de Internet World Stats; : <http://www.internetworldstats.com/sa/ec.htm>

sentido, se desglosarán las características morfológicas de los medios digitales que accedieron a entregar sus datos, para el Mapa de la comunicación en el Ecuador.

CUADRO . LISTA DE MEDIOS DIGITALES EN ECUADOR

Nombre Comercial	Ciudad
Ciudadanía Informada www.ciudadaniainformada.com	Quito
Cobertura Digital www.cobeturadigital.com	Quito
Ecuador Audio www.ecuadoraudio.com	Quito
Ecuador Inmediato www.ecuadorinmediato.com	Quito
Ecuador en vivo www.ecuadorenvivo.com	Quito
EL Ciudadano online www.elciudadano.gob.ec	Quito
El Financiero Digital www.elfinanciero.com	Guayaquil
El Migrante Digital www.elmigrante.com.ec	Quito
El Morlaco Digital www.elmorlaco.com	Cuenca
El productor www.elproductor.com	Guayaquil
Infórmate y punto www.informateypunto.com	Quito
Mi noticiero matinal www.minoticieromatinal.com	Guayaquil
Radialistas apasionadas y apasionados www.radialistas.net	Quito
Revista digital Banana Export www.bananaexport.com	Guayaquil
Semanario el Nuevo Globo www.elnuevoglobo.com	Bahía de Caráquez

Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

El periodismo ha experimentado sucesivos cambios a lo largo de su historia que afectan a la profesión y los profesionales. En estos últimos años Internet ha marcado un ciclo evolutivo y convergente en las salas de redacción y el tratamiento de la información. Desde su origen la Internet inició como una red de comunicación global, que, sin duda, fue y es aprovechada por los medios de comunicación tradicionales, se inició así el ciberespacio, que no es otra cosa que la comunidad que se crea dentro de la Internet – sociedad.

Organización legal y societaria

Tipo de organización

El tipo de organización que poseen los medios digitales en Ecuador, son el 100% de índole privado. El 54% se constituyen como “Persona Natural”, un 20% declara ser “De hecho”, y un 13% Limitadas y Anónima.

CUADRO . TIPO DE CONSTITUCIÓN

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Limitada	2	13,0
Anónima	2	13,0
De Hecho	3	20,0
Personal Natural	8	54,0
Total	15	100,0

Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

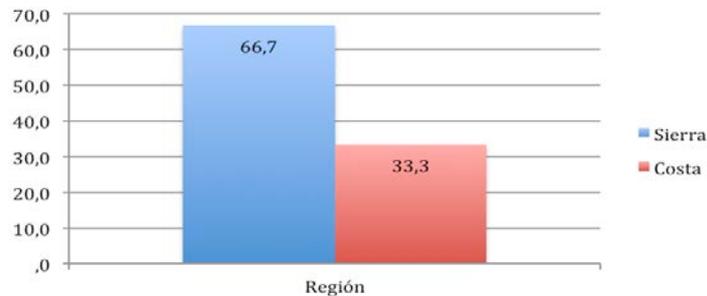
Dado que Internet llega a Ecuador a inicios de los años 90, la composición “natural” de estos medios puede estar dada porque no se requiere de una gran infraestructura o maquinarias pesadas para formalizar el medio. O por las ventajas tributarias que tienen al ser categorizadas como “persona natural”. En los otros casos los medios pueden estar sujetos a otros medios (tv, prensa, radio) u empresas compuestas por socios.

Situación geográfica

Ecuador geográficamente se distribuye en cuatro regiones naturales (Costa, Sierra, Oriente y región Insular: Galápagos). A partir de este enunciado y conforme los datos obtenidos en el Mapa de Comunicación, los medios digitales tienen mayor presencia en la región Sierra con un 66,7%, y el porcentaje restante, que corresponden al 33,3%, se ubica en la Costa. Cabe mencionar que en la investigación se identificó a medios digitales que se ubican en la región Amazónica, pero no accedieron a entregar información.

GRÁFICO . MEDIOS DIGITALES POR REGIONES

Medios Digitales: Región



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Situación morfológica

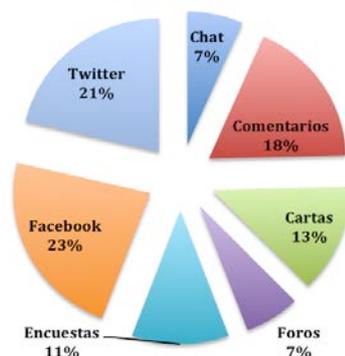
Elementos de interacción

Tanto las redes sociales, el contenido, la inteligencia colectiva y sus aplicaciones, evolucionan junto con las necesidades de los usuarios, quienes son los que están presentes en la atmósfera tecnológica. Leandro Zanoni (2008, p. 21) coincide con Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, (2007, p. 110) al sostener que “más allá de los avances técnicos, la principal diferencia de esta nueva Internet, con respecto a la anterior, es que hoy cada ser humano es parte fundamental de la sociedad de la información.

El usuario abandona su rol pasivo frente a los contenidos y se lanza a la red para aportar y compartir lo propio. Las comunidades y la interacción dentro de las redes sociales desembocaron en un cambio rotundo del paradigma”. Los medios digitales, en su totalidad, cuentan con los siguientes elementos de interacción: chat, comentarios, cartas, foros, encuestas, redes sociales, de los cuales, Facebook y Twitter lideran con el 93,33% y 86,67%, respectivamente.

GRÁFICO . ELEMENTOS DE INTERACCIÓN

Poseen elementos de interacción



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

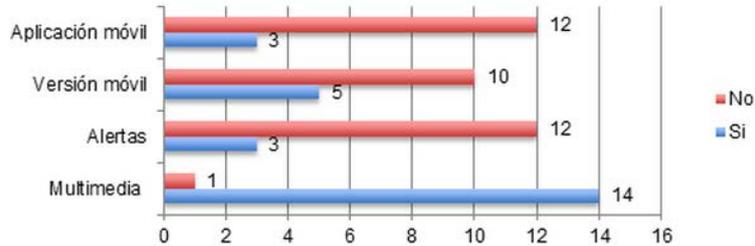
- **Noticias:** En el 64,29% de los medios digitales las noticias no presentan el nombre del periodista que llevó a cabo la elaboración, mientras que, en el 14,29% se presenta en siglas el nombre del autor.
- **Hipertextualidad:** El 33,33% cuentan con enlaces internos y externos en lo referente a hipertextualidad, mientras que el 66,67% cuentan sólo con enlaces internos.
- **Multimedia:** El 93,33% de la totalidad de medios digitales cuentan con multimedia.
- **Blogs:** El 42,86% de los medios digitales cuentan con un blog, seguido por el 28,57% con dos *blogs* y el 14,29% con cuatro y cinco *blogs*, respectivamente.
- **Mapa web:** Los medios digitales en un 46,7% cuentan en su sitio con un mapa de contenidos, mientras que la mitad más uno (53,33%) de estos ciberdiarios no lo poseen.

68

Servicios

En la mayoría de medios digitales, se cuenta con el servicio de publrreportajes, publicidad animada y estática en un 75% y el 25% es publicidad animada y redes. En la mayor parte de estos medios, no brindan el servicio de versión móvil, aplicación móvil y alertas.

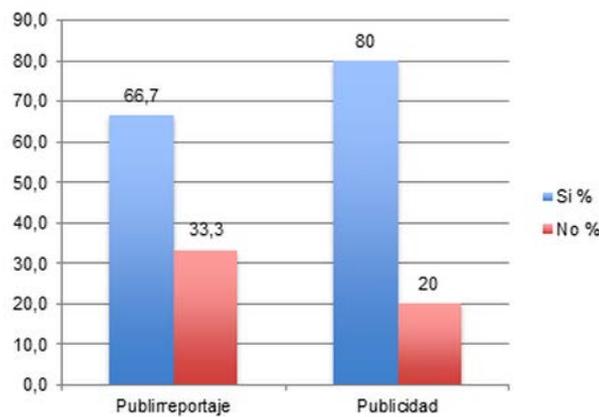
GRÁFICO . SERVICIOS MÓVILES



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Los medios digitales que cuentan y dominan estos servicios son: 73,33% emplean alertas, 66,67% publrreportajes y publicidad en sus distintas formas.

GRÁFICO . SERVICIOS PUBLICITARIOS



Fuente: Repositorio Mapa de Comunicación del Ecuador 2011. Elaboración propia.

Conclusión

El nacimiento de los medios de comunicación en Ecuador, y en el caso específico de la prensa (periódicos), esta ha sido sujeta de una constante evolución en el concepto mismo de permanencia informativa. A través del repositorio del Mapa de Comunicación del Ecuador 2011, se pudo obtener información de 57 diarios de circulación nacional, regional, provincial y local; 44 revistas y 15 medios digitales; quienes accedieron a mostrar información del medio a través de cinco puntos entorno a los cuales gira su razón de ser: 1) Organización Societaria. 2) Geográfica. 3) Morfológica. 4) Demográfica, y 5) Servicios. Se debe rescatar el valor humano que dan los servidores de la comunicación a sus públicos, en este sentido el nivel de profesionalización del personal que labora en los medios impresos como digitales contrasta con el Censo de Población y Vivienda realizado en Ecuador en 2010, el cual indica que el 0,93% realiza una actividad enfocada a la

“información y comunicación”, de un total de 14.483.499 millones de habitantes. En puestos directivos, el 82% cuenta con la denominación de “director”; y, el 76% emplean a personas encargadas de la venta de espacios publicitarios. En lo referente a la instrucción académica de tercer nivel, sólo el 3,5% cuenta con el título que lo acredita como profesional de la comunicación y periodismo.

A lo largo del análisis se presentaron datos propios de la investigación, que son sujeto de contrastación con otros informes realizados por organizaciones privadas y públicas; a fin de solventar y presentar el estado actual de los medios de comunicación en su formato impreso y digital.

Referencias

Banco Mundial, B. (15 de noviembre de 2011). *El Banco Mundial*. Retrieved 15 de noviembre de 2011 from [bancomundial.org: http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL](http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL).

Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fase food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

Coronel-Salas, G. (31 de Julio de 2012). *Análisis de la Blogosfera de Ecuador: mensaje, narrativa y herramientas*. Dirigida por la Dra. M.Luisa Otero en la Universidad Santiago de Compostela. Trabajo de investigación que obtuvo la máxima nota y "Cum laude".

CIESPAL. (27 de Diciembre de 2011). *Mediaciones*. Recuperado el 10 de Mayo de 2012, de Ciespal.net: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/913-ranking-2011-de-los-medios-digitales-en-ecuador.html>

Ecuador en cifras. (20 de Enero de 2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 15 de Mayo de 2012, de Ecuador en cifras: Personal ocupado: <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cenec.html#tpi=734>

Hoy, D. (15 de junio de 1999). *Hoy.com.ec*. Retrieved 26 de enero de 2012 from [Hoy.com.ec: http://www.hoy.com.ec/libro6/salud/salud14.htm](http://www.hoy.com.ec/libro6/salud/salud14.htm)

INEC, d. p. (01 de Enero de 2000). *INEC*. Retrieved 3 de Agosto de 2010 from INEC. Población a 2010. http://www.inec.gob.ec/web/guest/noticias/nothome/ecu_hab

INEC, d. p. (01 de Enero de 2000). *INEC*. Retrieved 14 de Febrero de 2011 from INEC: [http://www.inec.gob.ec/preliminares/base_presentacion.html?zone=no&soundstatus=on&mySound=\[object+Object\]&mySound2=\[object+Object\]&mySound3=\[object+Object\]&mySound4=\[object+Object\]&mySound5=\[object+Object\]](http://www.inec.gob.ec/preliminares/base_presentacion.html?zone=no&soundstatus=on&mySound=[object+Object]&mySound2=[object+Object]&mySound3=[object+Object]&mySound4=[object+Object]&mySound5=[object+Object])

INEC. (27 de Junio de 2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 27 de Junio de 2012, de INEC: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

Internet World Stats. (05 de Enero de 2010). *internetworldstats.com*. Retrieved 14 de Febrero de 2011 from internetworldstats.com: <http://www.internetworldstats.com/sa/ec.htm>

IMAGINAR. (15 de Marzo de 2009). *IMAGINAR*. Recuperado el 29 de Junio de 2012, de Centro de Investigación para la Sociedad de la Información: <http://www.imaginar.org/comision/>

Mier, C., & Coronel-Salas, G. (2015). Metodología para el levantamiento de información de empresas de comunicación. *Razón y Palabra*, 23. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N89/M89/13_MierCoronel_M89.pdf

SENPLADES. (20 de Mayo de 2010). *SENPLADES*. Recuperado el 27 de Agosto de 2011, de <http://www.senplades.gob.ec>: <http://www.senplades.gob.ec/web/senplades-portal/subsecretarias-zonales>

Stats, I. W. (18 de Julio de 2010). *Internetworldstats.com*. Recuperado el 19 de Junio de 2012, de Internet World Stats; : <http://www.internetworldstats.com/sa/ec.htm>

Zanoni, L. (2008). *El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0*. Buenos Aires: Ediciones B.

Recebido em: 19 de julho de 2015

Publicado em: 28 de setembro de 2015