

## **LA TELEVISIÓN LOCAL EN LOJA - ECUADOR. ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE SERVICIO, PARTICIPACIÓN Y CONTENIDOS PROPIOS, ENTRE JULIO Y AGOSTO DE 2009.**

Abel Suing Ruiz<sup>1</sup>

### **Resumen**

La investigación sobre las características de servicio, participación y generación de contenidos propios de las estaciones UV-Televisión y ECOTEL-TV nace de la necesidad de conocer sobre el ejercicio de televisión local en Ecuador. Este estudio es una aproximación a entender del funcionamiento de la televisión local, para ello se han utilizado herramientas cualitativas y cuantitativas.

En el trabajo se exponen los antecedentes del concepto de televisión local vividos en Europa y América, un resumen sobre el origen de la televisión en Ecuador. La génesis de la televisión en Loja. La descripción de los medios estudiados y el resultado de la investigación en las variables expuestas.

### **Palabras Clave**

Ecuador. Televisión local. Loja. Participación. Proximidad. Servicio.

### **Abstract**

Research on the characteristics of service, participation and content generation's own UV-TV stations and TV ECOTEL-born of the need to know the performance of local television in Ecuador. This study is an approach to understand the functioning of local television, it has been used for qualitative and quantitative tools.

The paper outlines the background of the concept of local television lived in Europe and America, an overview of the origins of television in Ecuador. The origins of television in Loja. A description of the media tested and the result of research in exposed variables.

### **Keywords.**

Ecuador. Local television. Loja. Participation. Proximity. Service.

## **Introducción.**

La televisión en América Latina opera según esquemas privados. En Ecuador la presencia de estaciones de televisión en ciudades de hasta 150.000 habitantes no responde a la creación de medios comunitarios, locales o de proximidad con propósitos de participación ciudadana y servicio público (Medina, 2005: 108), (Prado, 2007: 249). La experiencia indica que las estaciones de televisión se han organizado para diseminar modelos comerciales en pequeña escala.

Uno de los fines de la televisión local, que también se espera ocurra en la región sur de Ecuador, es que genere contenidos propios en función de su identidad social y cultural. Los programas serían propuestos y realizados por ciudadanos, colectivos o asociaciones en el marco del respeto a los derechos humanos y principios éticos de la comunicación (Chaparro, 2002: 85). El potencial político, creativo e industrial de la televisión estaría en comunicar para ciudadanos y no para consumidores. (Rincón: 2005, citado en Rincón, 2006: 171).

El propósito de la investigación es determinar las formas en que las estaciones UV-Televisión y ECOTEL-TV, de Loja en Ecuador, cumplen las características de servicio, participación y generación de contenidos propios; funciones que con características de la televisión local.

## **Metodología.**

La metodología que se empleó fue cualitativa e instrumentos cuantitativos. Se realizaron entrevistas semi-estructuradas a los directivos de UV-Televisión y ECOTEL-TV. Se manejó análisis de contenido a través de una “semana compuesta” entre el lunes 20 de julio y el viernes 21 de agosto de 2009. La muestra fueron 10 noticieros de la comunidad.

Los noticieros de la comunidad son espacios informativos cuyo contenido se refiere a los sucesos de la ciudad, a los temas de interés para los habitantes de los barrios y sectores cercanos a Loja. La muestra se conformó por 5 noticieros de UV-Televisión y 5 noticieros de ECOTEL-TV. Los noticieros de UV-Televisión se denominan “UV-Noticias” y se emitieron entre 7h00 y 8h00. Los noticieros de ECOTEL-TV se llaman “Mundovisión” y

fueron puestos al aire entre 13H00 y 14H00. No se incluyeron noticieros de fin de semana porque son resúmenes de los días previos.

## **1. Antecedentes de la televisión local.**

### **1.1 La televisión local en Europa.**

El estudio “Televisión de proximidad en Europa: Experiencias de descentralización en la era digital” manifiesta que el concepto de televisión local está vinculado a emisiones generalmente de ámbito urbano, cuyos contenidos son de proximidad relacionados, en mayor medida, con géneros de no ficción (Moragas, Garitaonandía, López. Eds. 1999: 18 - 19).

En razón del desarrollo de los medios de comunicación e Internet la noción de territorio, que era el referente para definir a un medio como local, se ha superado. Entenderemos por televisión local a aquella televisión cercana a la comunidad, que presenta contenidos de relación directa con la audiencia, pertinentes con sus costumbres, historia y particularidades de lengua, que abona en difundir cultura y tiende puentes entre los grupos sociales.

El documento “La situación de la televisión local en España” (López, 2005: 19) refiere como antecedentes de la televisión local a la trayectoria del modelo de televisión pública de gestión comunitaria. Inicialmente se desarrolló el concepto de “public access” en Québec y posteriormente dio lugar, en Alemania y otros países, al concepto de “canales abiertos”. Los “canales abiertos” ya operaban años antes en Estados Unidos de América (USA).

De otro lado, desde la década de 1960 se ofrecían en USA programaciones locales a través de los operadores de cable. Los contenidos locales junto a la programación de carácter general se producían por el sistema de afiliación de cadenas y sindicación, según el modelo de televisión comercial descentralizada que se caracteriza por su desvinculación de las instituciones públicas.

Para comprender los procesos presentes y futuros de la televisión local se debería conocer mejor la evolución de la televisión pública. Hay ciertas facetas del contacto con la

audiencia que se canalizan mejor por la televisión local que por la televisión pública de carácter generalista. El espacio que postula la televisión local debe llevar identidad a una audiencia dispuesta a seguirla (consumir) frente a la explosión de canales en cable, Internet y en un futuro próximo en la televisión digital terrestre (TDT).

## 1.2 LA TELEVISIÓN EN AMÉRICA LATINA.

América Latina no guarda un pasado similar a Europa o USA en televisión pública. La televisión pública en América Latina no se consolidó en razón de varios factores, destacamos dos:

1. La primacía del interés privado sobre el público. En 1950 nace la televisión en América Latina. Lo hace en relación al modelo norteamericano y no al europeo. Se trabajó en un régimen de concesiones del espectro de frecuencias. Desde 1964, la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), organismo impulsado por los representantes del capital RCA-NBC y CBS, fomentó el concepto de *“radiodifusión como una actividad de interés público y no como un servicio público según proponían algunos gobiernos... las emisoras quedaron principalmente en manos privadas y de manera secundaria bajo control estatal”* (Fernández: 1987).
2. La ambigüedad en la dirección y gestión de la televisión pública entre el estado, y los gobiernos de turno. *“Lo público de la televisión pública se ha confundido con lo estatal (Martín-Barbero: 1990) y peor aún, lo estatal se confunde fácilmente con lo gubernamental... la supuesta televisión pública la “no privada” entonces, ha sido la mayoría de las veces, una televisión del grupo gobernante”* (Orozco: 1992).

A más de las dificultades para el desarrollo de la televisión pública en América Latina se vive la multiplicación de estaciones privadas. La división de los ingresos por publicidad ha supuesto recurrir a contenidos de baja calidad para mantener las audiencias. Además los contenidos son programados desde las ciudades de mayor poder político o económico.

Con lo expuesto se configuran argumentos para concebir una propuesta de televisión local que, aún siendo privada, presente contenidos de servicio y calidad desde las poblaciones que tradicionalmente han sido marginadas de los grandes medios. El objetivo de este tipo de televisión es servir de complemento desde lo más cercano y como búsqueda de la

referencialidad cultural, social, histórica e informativa de proximidad. (Arana, Azpillaga y Narbaiza: 2005).

Sobre las características de la televisión local y regional en América Latina (Estrella y Rincón, 1999: 31) mencionaremos las siguientes:

- Se manejan como empresas imitativas de las cadenas nacionales o globales.
- Existe complejo de inferioridad frente a las otras televisoras.
- A través de ellas se ejerce la centralidad del poder y la univocidad de voces políticas. Por lo tanto, expresan más un interés comercial o de repartición política que cultural.
- La programación se diseña a partir de contenidos y poderes más que sobre necesidades de las audiencias o competencias expresivas de los profesionales del canal.
- No existe la búsqueda de lo local y lo regional como lugares de expresión e identidad. Promueve lo extraño como lo mejor.
- Lo regional sólo es tomado en cuenta como el contenido que hay que transmitir, nunca como el referente de expresión y el potencial de nuevas formas de hacer televisión.

Conclusión de lo señalado es que están por construirse experiencias de televisión local como puntos de encuentro para la cultura, expresiones vernáculas y escenarios del ejercicio de derechos y obligaciones. En un ambiente de tolerancia la televisión local ayudaría a potenciar las virtudes de los ciudadanos en búsqueda de una mejor calidad de vida.

### **1.3 LA TELEVISIÓN EN ECUADOR.**

La televisión en Ecuador surge en 1959. La primera estación al aire es Canal 4, Telecuatro (Egas, 1996), cuyo éxito llevó a que se organice “Telecuador” impulsada por “Organizaciones Norlop”. La empresa fue promovida por Presley Norton<sup>2</sup> quien junto a Richard K. Hall lograron el concurso de la American Broadcasting Company. La iniciativa audiovisual se empezó a emitir de forma regular en 1965 en Quito y Guayaquil, luego en otras ciudades de la región costa gracias a transmisores ubicados en Santa Elena y Puerto Bolívar.

“Posteriormente, se adquirieron nuevos equipos en Estados Unidos y se organizaron las estaciones en Cuenca (Canal 3), en Ambato (Canal 3), en Manta (Canal 4) y en Loja (Canal 4), contando con una nueva repetidora en la ciudad de Portoviejo. Todas estas estaciones pasaron a constituirse en afiliadas a TELECUADOR” (Mora, 1982: 102). Se entiende que la televisión en Ecuador aparece como un hecho de iniciativa privada. La Televisión Pública en Ecuador se inaugura casi cincuenta años más tarde, en 2008.

Frente a la lógica de programación de los medios privados, presentar lo conocido y cercano como una cualidad de las estaciones de televisión es tarea de medios públicos. Pero ante la ausencia de medios públicos está característica se trabaja desde la televisión local. Las iniciativas particulares permiten se configuré un servicio público.

Las estaciones de televisión en Ecuador conforman sus parrillas de programación con algunos espacios creados en otros países. Si la programación marca el carácter de un medio hay que desarrollar más contenidos que hablen de lo próximo y cercano a la comunidad. Se aspira que los medios consideren accesos para que la comunidad comente sus vivencias y exterioricen sus necesidades.

En 1995 se creó la Asociación de Canales Comunitarios y Regionales del Ecuador Asociados (CCREA)<sup>3</sup> que agrupa cerca de sesenta canales de televisión, en frecuencias UHF y VHF. Los propósitos de CCREA han sido generar propuestas para que sus integrantes accedan en mejores condiciones a programación, participen en la discusión de política públicas y negocien espacios publicitarios. Se constituyen en una alternativa a los grandes medios comerciales. La Asociación es un actor reconocido que toma cuerpo en los debates de comunicación ahora que en Ecuador se debe crear la Ley y Reglamento de Comunicación dispuesto en la Constitución de 2008.

## **2. ORÍGENES DE LA TELEVISIÓN EN LOJA.**

Para la provincia de Loja<sup>4</sup> se han autorizado 28 frecuencias de televisión<sup>5</sup>, que se dividen en 4 matrices y 24 repetidoras. Las estaciones matrices (3 en VHF y 1 en UHF) corresponden a Televisión Educativa Calasancia, Televisora del Sur, UV-Televisión y ECOTEL-TV. Las dos últimas tiene su domicilio y gestión operativa en la ciudad de Loja. Televisión Educativa Calasancia se encuentra en Saraguro y Televisora del Sur lleva su

administración desde la ciudad de Cariamanga, aunque su domicilio se registre en Loja. En razón de ello se estudiará las estaciones UV-Televisión y ECOTEL-TV.

Canal 4, hoy UV Televisión, realiza la primera emisión de televisión en la ciudad de Loja, en 1968. El contexto económico – político en que nace es de bipolaridad entre grupos de poder de Guayaquil y Quito que tenían fuerte incidencia en el marco regulatorio de país. El impulso inicial lo dio Presley Norton quien pensó se podía crear un canal de TV-Local en Loja como parte de una red nacional. El propósito fue alejarse del concepto de repetidora para públicos periféricos. El Sr. Norton conoció a Walter Jaramillo Zarye, entonces locutor de radio en Guayaquil, y le propuso iniciar el proyecto de un canal de televisión en Loja. La propuesta de Norton incluía básicamente la provisión de contenidos a una cadena nacional de canales locales.

UV- Televisión nunca operó como parte de una red de canales locales, funcionó de manera autónoma. Suspendió su emisión en 1978 afectada por la falta de recursos económicos para incorporar las actualizaciones tecnológicas. No podía filmar y procesar en el mismo día para tener un informativo. Dependía del mercado local y se enfrentó a la presencia de canales nacionales que instalaron repetidoras con el apoyo del Municipio de Loja. El público prefería una televisión de mayor calidad técnica y a color. El cierre duró hasta 1988 en que las condiciones técnicas y de formación del recurso humano cambiaron.

Un elemento interesante en la trayectoria de UV-Televisión es que pertenece a la Asociación de Canales Comunitarios y Regionales del Ecuador Asociados (CCREA) desde su fundación, lo que hace evidente su tendencia hacia la creación de contenidos locales y el intercambio con otras estaciones similares.

ECOTEL – TV comenzó con emisiones de prueba en febrero de 1997. La inauguración del canal se realizó el 10 de mayo de 1997, la programación de arranque fueron 8 espacios en vivo, 4 de ellos fueron noticieros.

### 3. DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS ESTUDIADOS.

#### 3.1 COBERTURA, Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS.

Reproducimos los datos del Consejo Nacional de Radio y Televisión del Ecuador - CONARTEL:

**Tabla N° 1: UV-Televisión. Información General:**

PARAMETROS	AUTORIZADO
Nombre del concesionario:	Jaramillo Zayre Walter Hrdos.
Nombre de la estación:	UV Televisión
Categoría de la estación:	Comercial Privada.
Tipo de servicio:	Televisión Abierta.
Dirección de estudio:	Av. Luciano Lasso y Zoilo Rodríguez
Fecha de caducidad del contrato	23 de junio de 2014

Fuente: CONARTEL  
Elaboración: Propia.

**Tabla N°2: UV-Televisión. Datos técnicos:**

COBERTURA PRINCIPAL	Loja
TIPO DE ESTACIÓN	Matriz
FRECUENCIA PRINCIPAL	4 VHF

Fuente: CONARTEL  
Elaboración: Propia.

**Tabla N°3: ECOTEL-TV. Datos Generales:**

PARAMETROS	AUTORIZADO
Nombre del concesionario:	Germán Ramiro Cueva Atarihuana.
Nombre de la estación:	ECOTEL
Categoría de la estación:	Comercial Privada.
Tipo de servicio:	Televisión Abierta.
Dirección de estudio:	Loja, 18 de noviembre 13 – 15 y Lourdes.
Fecha del contrato de concesión:	14 de agosto de 1995.
Vigencia de la renovación:	Desde el 14 – agosto – 2005 hasta 14 – agosto – 2015.

Fuente y elaboración: Resolución 4876-08 del CONARTEL

**Tabla N°4: ECOTEL-TV. Datos técnicos:**

COBERTURA PRINCIPAL	Loja
UBICACIÓN TRANSMISOR	Cerro Guachichambo (Ventanas).
COORDENADAS GEOGRÁFICAS	04°01'52.9"S 79°14'38.8" O
TIPO DE ESTACIÓN	Matriz
FRECUENCIA PRINCIPAL	22 UHF

Fuente y elaboración: Resolución 4876-08 del CONARTEL

#### 3.2 PROGRAMACIÓN.

**Tabla N° 5: Estación de televisión: UV-Televisión.**

**Clasificación de la programación por género y tiempo de emisión, julio de 2009.**

Nombre del programa.	Género*.	Contenidos locales.	Tiempo en antena por semana.
Agenda Sur	Análisis y comentario	No	2:00:00
Cadena presidencial	Análisis y comentario	No	1:30:00
Cocina con Pedro Subijana.	Culinario	No	2:30:00
Del país de los Vascos.	Documental	No	2:30:00
Destino Latinoamérica	Documental	No	2:30:00
Documental.	Documental	No	0:20:00



Documentales Vascos	Documental	No	0:30:00
Rostros y Rastros	Documental	No	1:00:00
Turismo Latinoamericano	Documental	No	0:45:00
Aventureros	Documental	No	1:00:00
Cubavisión	Educativo	No	1:30:00
El caminante (Prog. Nacional).	Educativo	No	2:15:00
Historias de desarrollo	Educativo	No	2:30:00
Informe médico (VOA)	Educativo	No	0:30:00
Lo que tú no sabías.	Educativo	No	1:00:00
Mirada Mágica	Educativo	No	2:30:00
Navegando por el mundo	Educativo	No	1:55:00
Prisma	Educativo	No	2:30:00
Rutas de solidaridad.	Educativo	No	2:30:00
Esto no es en serio	Humor	No	1:00:00
Tres Patines	Humor	No	2:10:00
Vaya Semanita	Humor	No	1:30:00
Enlace Canal Vasco.	Interés general	No	1:00:00
Euskal / Basconia	Interés general	No	1:00:00
Teatro Nacional Sucre	Interés general	No	0:30:00
Viájame	Interés general	No	0:30:00
Enlace Telesur	Interés general	No.	1:30:00
Punto G	Interés general	No.	0:30:00
Gazeta (Incluye re-emisión).	Interés general	Si (Propia)	5:30:00
Pulso Urbano	Interés general	Si	1:35:00
Rostros de mi ciudad	Interés general	Si	1:00:00
Programa Mente y Cuerpo.	Juegos	No	1:40:00
Música Latinoamericana	Musical	No	2:30:00
Música Nacional	Musical	No	4:00:00
Programa musical 10/10	Musical	No	5:50:00
Serenata	Musical	Si (Propia)	1:15:00
Tabasco Music	Musical	Si (Propia)	2:30:00
Informativo internacional	Noticiero	No	2:30:00
Noticiero Telesur.	Noticiero	No	7:30:00
Consejo Provincial	Noticiero	Si	0:20:00
Loja para Todos.	Noticiero	Si	0:20:00
Nuestra imagen	Noticiero	Si	1:00:00
Sur Región.	Noticiero	Si	0:20:00
UV Deportes (Incluye re-emisión).	Noticiero	Si (Propia)	4:10:00
UV Noticias (incluye re-emisión)	Noticiero	Si (Propia)	22:30:00
Deportivísimo	Noticiero	Si (Propia)	2:00:00
Película	Película	No	1:10:00
Liga en el corazón	Periodístico	Si	0:55:00
Canciones y Sueños	Reality Show	Si (Propia)	4:30:00
Enlace Canal EWTN	Religioso	No	0:30:00
Misa dominical	Religioso	Si (Propia)	0:40:00
Programa Religioso	Religioso	Si	1:00:00
Cara a Cara con Rosalía	Talk Show	No	1:00:00
<b>Total de tiempo de emisión de producción propia a la semana</b>			<b>43:05:00</b>
<b>Total de tiempo de emisión de contenidos locales</b>			<b>49:35:00</b>
<b>Total tiempo de emisión a la semana</b>			<b>117:40:00</b>

Fuente: UV- Televisión.

Elaboración propia.

\* Las categorías de géneros se tomaron del ensayo "Los géneros en la televisión pública" de Nora Mazziotti (Mazziotti en VV. AA. 2001: 188)

Algunas observaciones son:

- Los géneros más explotados en la programación del medio son educativo, noticiero e interés general.

- Los programas de noticias son los que ocuparon el mayor tiempo de emisión en UV-Televisión con un total de 40:40:00 minutos a la semana.
- Los géneros que trabajaron contenidos locales son, noticieros, religiosos, talk show, periodístico, musicales, de interés general.
- 49:35:00 es el tiempo de emisión con contenidos locales, el 42,14% del total de emisión al aire del medio.

**Tabla N°6: Estación de televisión: ECOTEL-TV.  
Clasificación de la programación por género y tiempo de emisión, julio de 2009.**

<i>Nombre del programa.</i>	<i>Género*.</i>	<i>Contenidos locales.</i>	<i>Tiempo en antena por semana.</i>
Opinión 2009	Análisis y comentario	No	2:00:00
Zona virtual	Análisis y comentario	Si	3:00:00
Dulce Casa (Gastronomía) (incluye re-emisión)	Culinario	Si	11:00:00
Dibujos animados	Dibujos animados	No	1:00:00
Series documentales BBC	Documental	No	7:30:00
Evidencia OVNI	Documental	No	1:00:00
Desde Adentro	Documental	Si	2:00:00
Punto de vista (análisis)	Entrevista	Si	2:00:00
Ellas TV (Programa de mujer)	Entrevista / Interés General	Si	7:00:00
En forma (aeróbicos)	Juegos	No	2:00:00
Video clásicos	Musical	No	2:00:00
Guitar Rock	Musical	No	1:00:00
Rueda tape	Musical	Si	1:00:00
Eco hit (programa musical)	Musical	Si	6:00:00
Mundovisión internacional	Noticiero	No	3:45:00
Mundovisión (incluye re-emisión)	Noticiero	Si	24:45:00
Revista Región Sur	Noticiero	Si	3:00:00
Siete días	Noticiero	Si	1:00:00
Deportivo	Noticiero	Si	10:00:00
Película de la tarde	Película	No	7:30:00
ECOTEL TV Continuo películas	Película	No	42:00:00
Película del sábado y domingo	Película	No	3:30:00
Deportemanía	Periodístico	Si	2:00:00
Fuego extremo	Religioso	Si	2:00:00
Misa dominical	Religioso	Si	1:00:00
Serie Variada	Serie	No	3:30:00
El desván del tío Iván.	Serie	No	1:00:00
Roho (Noticiero Rosa) (Incluye re – emisión)	Talk Show	Si	10:00:00
<b>Total de tiempo de emisión de producción propia a la semana</b>			<b>70:45:00</b>
<b>Total de tiempo de emisión de contenidos locales</b>			<b>85:45:00</b>
<b>Total tiempo de emisión a la semana</b>			<b>163:30:00</b>

Fuente: ECOTEL-TV.

Elaboración propia.

\* Las categorías de géneros se tomaron del ensayo “Los géneros en la televisión pública” de Nora Mazziotti (Mazziotti en VV. AA.; 2001: 188)

Se destaca que:

- Los géneros noticieros y películas son los que ocuparon mayor tiempo de emisión en el medio. El primero suma 42:30:00 y el segundo 53:00:00.

- Se emplearon 13 géneros en la programación del medio, 9 trabajaron contenidos locales.
- 85:45:00 es el tiempo total de programación con contenidos locales, aproximadamente el 52, 45% de la emisión total del medio.

#### **4. CARACTERÍSTICAS EN EL CONTEXTO DE “TELEVISIÓN LOCAL”.**

##### **4.1 LA FUNCIÓN DE SERVICIO.**

La función de servicio de la televisión se ve implícita en el concepto clásico de “informar, formar y entretener”. Existe potencial para llevar conocimientos, educación, oportunidades de saber en lo plural, diverso y sabio de la sociedad (Estrella y Rincón, 1999: 39). Se brindarían posibilidades de mejoramiento de calidad de vida para los ciudadanos en tanto se permita que las audiencias cuenten con condiciones para decidir y actuar con mejores saberes.

Para conocer sobre servicio en la televisión local se entiende la acepción del término servicio desde el ámbito económico. Servicio es la satisfacción de alguna necesidad de terceros sin materializar los bienes (Ortega, 1989: 322). Al cubrir la demanda de información se satisface la carencia de datos, contextos, educación, etc. de la población. Existiría mayor satisfacción de la necesidad de información en grupos de ingresos bajos al ser una ventana hacia otros estilos de vida. El hecho de recibir información en señal abierta y en igualdad de condiciones atribuye a la función de servicio de televisión. Sin ser un servicio público las empresas de televisión local bajo ciertas condiciones brindan espacios al aire para que la comunidad los use, así cumplen con una función que en otras sociedades esta a cargo del Estado.

##### **4.1.1 SERVICIO DE LOS MEDIOS DE TELEVISIÓN LOCAL DE LOJA.**

Las estaciones de televisión local de Loja brindan servicio a sus televidentes, en las siguientes acciones:

- En el caso de UV–Televisión la función de servicio se sustenta en el sentido de lo público. Sus directivos tienen presente que administran una frecuencia de propiedad del Estado. En su labor procuran retribuir la concesión en la orientación hacia el interés común. La información, cultura y en general la promoción de valores de ciudadanía y democracia se trabajan bajo estándares de calidad que

superen el fin de alcanzar rating. Gracias a la participación del experto colombiano Omar Rincón se acuñó el término de “la televisión útil”.

Las posibilidades materiales de UV-Televisión son limitadas para alimentar todos los contenidos su programación bajo los postulados de servicio público. Ha buscado alianzas con canales públicos que persiguen fines similares. Uno de los acuerdos que mantiene es con TELESUR<sup>6</sup>.

El canal ha tomado una posición en los temas de desarrollo y debate político que involucra el ordenamiento socio – económico de la región . Ejemplo de esto es la explotación minera en Zamora Chinchipe. La estación promueve una explotación sustentable que respete los derechos de las personas. Esta acción ha significado que la población se identifique con el canal, según expresó Omar Burneo, ex - Director General de UV-Televisión.

- ECOTEL–TV es un estación de propiedad privada y de servicio público. Hay un sentido de apropiación en la medida de identificarlo como vía para la solución de problemas comunitarios. Los ciudadanos dan validez e influencia a la estación en la comunidad al hacer públicas sus necesidades por su intermedio. Convocan su participación como un derecho que les asiste.

En el caso de servicios sociales y comunicaciones religiosas se han transmitido cerca de 16.000 avisos sin costo para los usuarios, que equivalen aproximadamente a US\$ 300.000,00. La transmisión de comunicaciones religiosas ha posicionado a la televisora como medio de servicio público y vía para ejercicio el derecho a comunicar.

Los noticieros llevan una dimensión de servicio en su estructura y cobertura. ECOTEL-TV ha trabajado para que su señal se difunda en los cantones de la provincia de Loja. La información normalmente se generaba en la urbe sin oportunidad de conocer lo que pasaba en otros centros poblados como Zapotillo, Celica, Alamor, Pindal, Saraguro. Se instituyó una red de corresponsales en 13 de

los 16 cantones. A los corresponsales se les proveyó de equipos para su labor. Se logró un registro cotidiano en emisiones de noticias y avances de programación.

## 4.2 PARTICIPACIÓN EN LOS MEDIOS DE TELEVISIÓN LOCAL DE LOJA.

### 4.2.1 ¿QUÉ ENTENDEMOS POR PARTICIPACIÓN?

El concepto de participación es uno de los componentes fundamentales en la definición de ciudadanía (García y Lukes, 1999: 222). A través de la participación se ejercen derechos políticos en el gobierno de un país. Los medios de comunicación permitirían que se expresen los anhelos populares y se puedan vencer obstáculos para que las mayorías tengan condiciones de participar en su propio desarrollo. Por participación en el medio de comunicación local entenderemos el contacto e intercambio entre los roles de emisor y receptor. Hace posible que la audiencia intervenga en el contenido de las emisiones. Se disponen de causas convencionales a través de un ejercicio de mediación profesional llevado a cabo en la última etapa del proceso comunicativo (Herrera, 2004: 7).

### 4.2.2 LA PARTICIPACIÓN EN UV-TELEVISIÓN.

UV-Televisión tiene la visión de transferir capacidades hacia la comunidad. No solo establecer una vía de contacto sino brindar la posibilidad a los ciudadanos de ejercer el derecho a ser escuchados, a través de contenidos que alimenten la señal. Que la audiencia pueda contar sus historias en su lenguaje y forma de relato va de la mano de producir reformas legales para que las repetidoras sean canales comunitarios. La tarea es pensar cómo democratizar el acceso y la participación en televisión, planteada hoy como un horizonte a trabajar.

De análisis del noticiero UV-Noticias dedicado a la comunidad, se llega a las siguientes conclusiones:

**Tabla N° 7: Resultados de análisis de contenido. Noticieros UV-Televisión.**  
**Datos del contenido del programa:**

N°	Variable.	Promedios			Relaciones porcentuales.	
		Cantidad, notas	Duración media.	Duración total.	Cantidad, notas	Duración total.
1	Piezas o unidades informativas	26,8	0:01:12	0:30:37	100,00%	100,00%
2	Piezas en directo por presentador	14	0:01:05	0:10:34	52,24%	34,54%

3	Piezas o vídeos realizados previamente por presentador	0	0:00:00	0:00:00	0,00%	0,00%
4	Piezas o vídeos realizados previamente por reporteros	12,8	0:01:35	0:20:02	47,76%	65,46%
5	Piezas de formato noticia	11,2	0:00:26	0:05:19	41,79%	17,36%
6	Piezas de formato reportaje	12,4	0:01:35	0:19:17	46,27%	62,98%
7	Piezas de formato crónica	0,2	0:00:28	0:00:28	0,75%	1,55%
8	Piezas de formato entrevista	1,2	0:02:14	0:04:29	4,48%	14,62%
9	Piezas de formato comentario/opinión	1,8	0:00:15	0:01:08	6,72%	3,71%

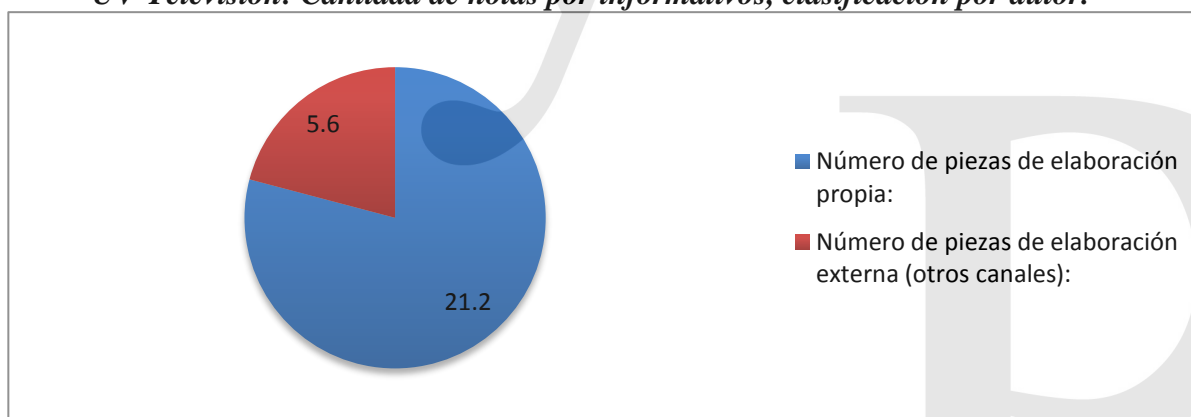
**Características de la comunicación participativa**

Nº	Variable.	Promedios			Relaciones porcentuales.	
		Cantidad, notas	Duración media.	Duración total.	Cantidad, notas	Duración total.
1	Piezas de insertos de la calle.	0	0:00:00	0:00:00	0	0
2	Piezas de entrevistas.	1,2	0:02:14	0:04:29	4,48%	14,62%
3	Piezas de entradas por teléfono de ciudadanos -incluyen mensajes de celular-	8,6	0:00:11	0:02:18	32,09%	7,51%
4	Piezas de encuestas a pie de calle	0	0:00:00	0:00:00	0	0
5	Piezas de comunicados de ciudadanos (Incluyen notas de pesar)	0,4	0:00:04	0:00:08	1,49%	0,42%
6	Número de piezas de elaboración propia:	21,2	0:01:11	0:23:48	79,10%	77,74%
7	Número de piezas de elaboración externa (otros canales):	5,6	0:00:45	0:06:49	20,90%	22,26%
8	Número total de piezas con opiniones e intervenciones participativas (ajenas a la propia Redacción del canal, insertos de la calle, de entrevistas, etc.):	24,2	0:01:17	0:30:36	90,30%	99,96%

Fuente: Noticiero "UV Noticias" – UV-Televisión.  
Elaboración: Propia.

**Grafico N° 1.**

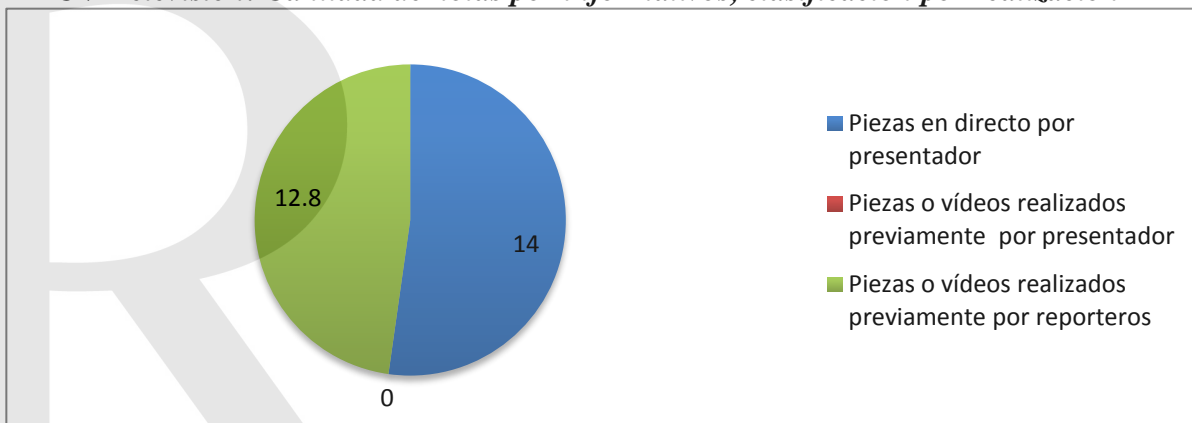
**UV-Televisión: Cantidad de notas por informativos, clasificación por autor.**



Fuente: Noticiero "UV Noticias" – UV-Televisión.  
Elaboración: Propia.

**Grafico N° 2.**

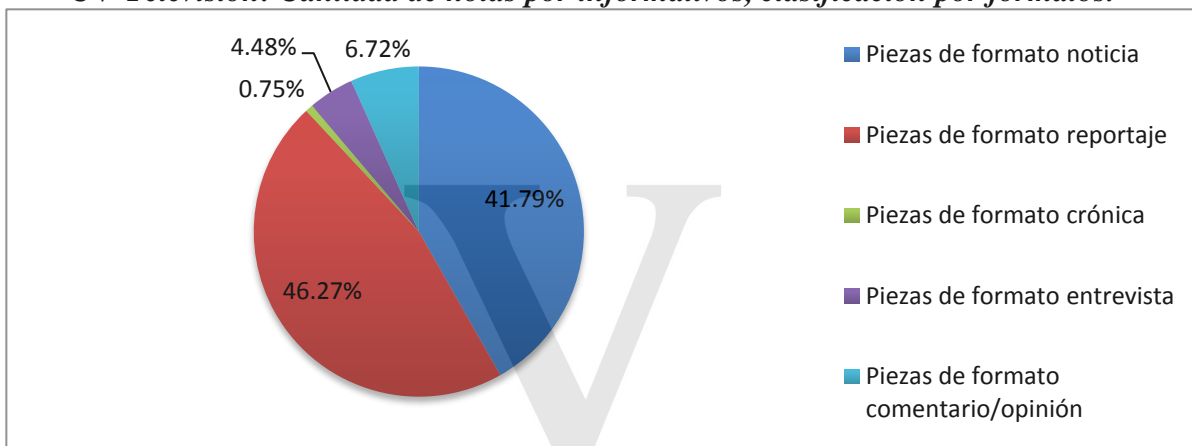
***UV-Televisión: Cantidad de notas por informativos, clasificación por realización***



Fuente: Noticiero "UV Noticias" – UV-Televisión.  
Elaboración: Propia.

**Grafico N° 3.**

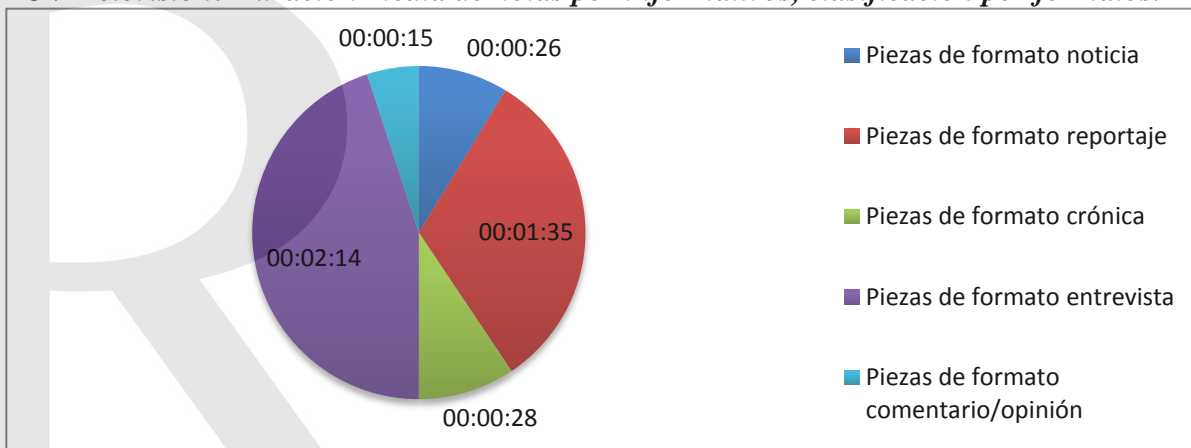
***UV-Televisión: Cantidad de notas por informativos, clasificación por formatos.***



Fuente: Noticiero "UV Noticias" – UV-Televisión.  
Elaboración: Propia.

**Grafico N° 4.**

**UV-Televisión: Duración media de notas por informativos, clasificación por formatos.**



Fuente: Noticiero "UV Noticias" – UV-Televisión.  
Elaboración: Propia.

- Todos los noticieros, tienen una duración de 0:60:00.
- El número promedio de piezas o unidades informativas en los noticieros (Grafico N° 1) es de 27; 21 son de elaboración del medio y 6 corresponden a piezas de elaboración externa.
- El tiempo promedio de duración de las unidades informativas es de 00:01:12.
- De las 27 notas en promedio de los noticieros (Grafico N° 2). 14 son exhibidas de en directo por el presentador y 13 notas son elaboradas previamente por los reporteros.
- Los formatos utilizados en los noticieros (Grafico N° 3), se clasifican en reportaje (46,27%), noticia (41,79%), comentarios (6,72%), entrevistas (4,48%) y crónica (0,75%). Según el orden de piezas empleadas.
- La duración promedio de las piezas informativas (grafico N° 4) se clasifican en reportaje (62,98%), noticia (17,36%), entrevista (14,62%), comentario (3,71%) y crónica (1,55%).
- El formato que mayor tiempo medio de duración (grafico N° 4), es el de entrevistas con 0:02:14 por unidad.
- Las emisiones de noticieros en UV-Televisión cubren el 51,02% del tiempo asignado en antena, 1 hora, con información. El 48,98% del espacio de los noticieros de dedica a publicidad. Del tiempo útil en información el 62,98% se emplea en la emisión de reportajes. El 99,96% del total del tiempo de información



intervienen personas ajenas a la redacción, en general con la mediación de actores de la comunidad.

- Un 90,30% de los contenidos promedio se alimentan con la participación de actores locales ajenos a la propia redacción del medio. Se considera por participación de actores locales los aportes, opiniones, testimonios y mensajes emitidos para la elaboración del material informativo.
- Un 32,09% de las piezas informativas emitidas corresponden a participaciones de la comunidad a través de mensajes vía teléfono celular. Equivalen a 7,51% de tiempo de noticias. Es un servicio del medio, no tiene costo, que permite expresar opiniones, demandas, intereses, avisos, convocatorias, etc. de manera libre a la comunidad. Algunos de los mensajes vía texto dan paso a comentarios de las presentadoras de noticias. Los comentarios de noticias son 6,72% de la notas promedio. Cerca de 39% de notas se refieren a participaciones de la comunidad o comentarios vinculados con esas participaciones.

#### **4.2.3 LA PARTICIPACIÓN EN ECOTEL-TV**

ECOTEL-TV no lleva un protocolo de acceso al medio. Las personas pueden acercarse indistintamente para solicitar ayuda o presentar los temas de interés que desean se aborden. A diferencia de muchas empresas privadas que en Loja emplean guardias, la estación no lo hace en razón de que puede ser una barrera psicológica para los ciudadanos. El gerente del medio, Lic. Ramiro Cueva, estima que *“si una persona va a la televisión es porque cree es la salvación o punta de lanza para su proyecto, o que será la solución al problema comunitario”*.

Los ciudadanos sienten que pueden ejercer la facultad de ser escuchados y difundir sus voces, lo que en ciertas ocasiones lleva a demandar este derecho, según refirió el Gerente de ECOTEL-TV. De análisis del noticiero Mundo – Visión, se llega a las conclusiones:

**Tabla N° 8: Resultados de análisis de contenido.  
Noticieros ECOTEL - TV.**

**Datos del contenido del programa:**

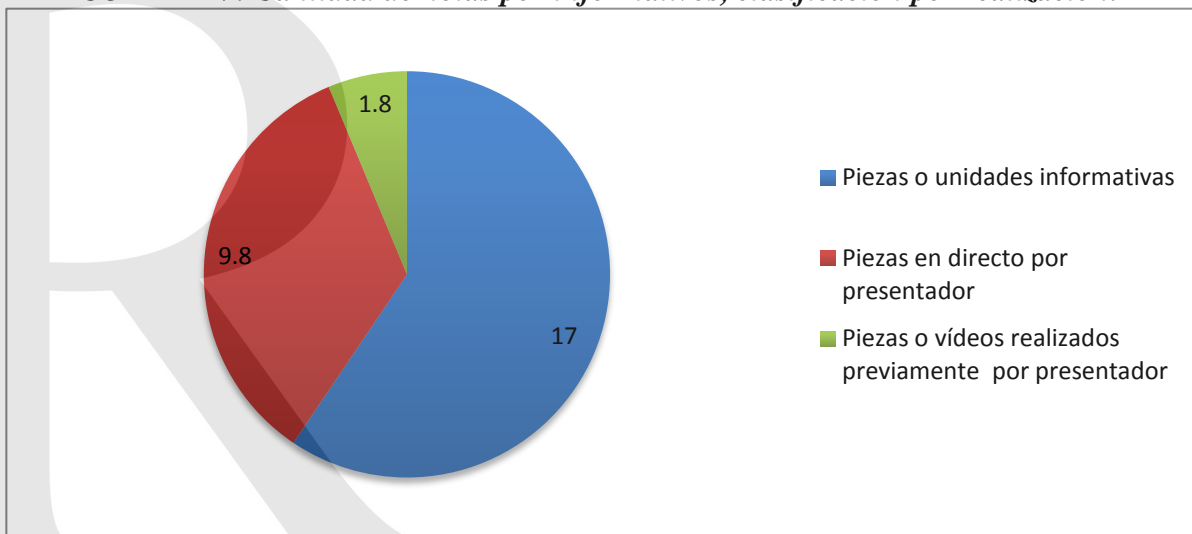
N°	Variable.	Promedios			Relaciones porcentuales.	
		Cantidad, notas	Duración media.	Duración total.	Cantidad, notas	Duración total.
1	Piezas o unidades informativas	17	0:02:11	0:36:10	100,00%	100,00%
2	Piezas en directo por presentador	9,8	0:01:29	0:13:16	57,65%	36,68%
3	Piezas o vídeos realizados previamente por presentador	1,8	0:06:16	0:10:22	10,59%	28,66%
4	Piezas o vídeos realizados previamente por reporteros	5,4	0:02:22	0:12:32	31,76%	34,65%
5	Piezas de formato noticia	8,6	0:00:52	0:07:16	50,59%	20,09%
6	Piezas de formato reportaje	6	0:02:48	0:16:44	35,29%	46,27%
7	Piezas de formato crónica	0,4	0:00:21	0:00:42	2,35%	1,94%
8	Piezas de formato entrevista	2	0:06:00	0:11:28	11,76%	31,71%
9	Piezas de formato comentario/opinión	0	0:00:00	0:00:00	0,00%	0,00%

**Características de la comunicación participativa**

N°	Variable.	Promedios			Relaciones porcentuales.	
		Cantidad, notas	Duración media.	Duración total.	Cantidad, notas	Duración total.
1	Piezas de insertos de la calle.	1,6	0:04:57	0:08:06	9,41%	22,40%
2	Piezas de entrevistas.	2	0:06:00	0:11:28	11,76%	31,71%
3	Piezas de entradas por teléfono de ciudadanos -incluyen mensajes de celular-	0	0:00:00	0:00:00	0,00%	0,00%
4	Piezas de encuestas a pie de calle	0	0:00:00	0:00:00	0	0
5	Piezas de comunicados de ciudadanos (Incluyen notas de pesar)	5,8	0:00:24	0:02:41	34,12%	7,42%
6	Número de piezas de elaboración propia:	17	0:02:11	0:36:10	100,00%	100,00%
7	Número de piezas de elaboración externa (otros canales):	0	0:00:00	0:00:00	0,00%	0,00%
8	Número total de piezas con opiniones e intervenciones participativas (ajenas a la propia Redacción del canal, insertos de la calle, de entrevistas, etc.):	8,4	0:03:38	0:28:54	49,41%	79,91%

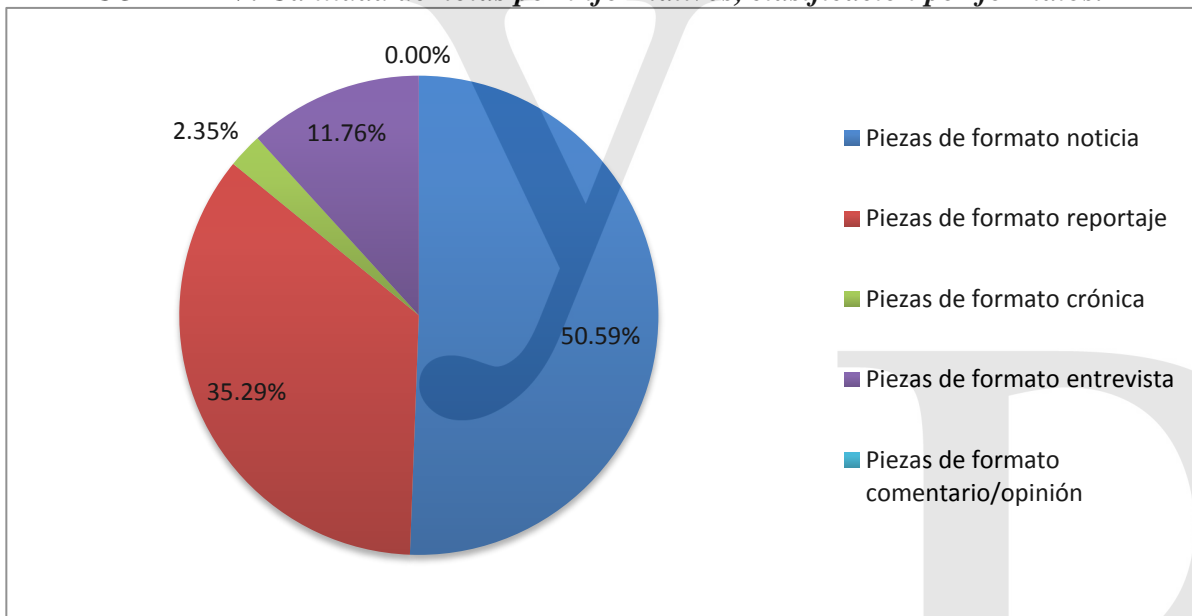
Fuente: Noticiero "UV Noticias" – UV-Televisión.  
Elaboración: Propia.

**Grafico N° 5**  
**ECOTEL-TV: Cantidad de notas por informativos, clasificación por realización.**



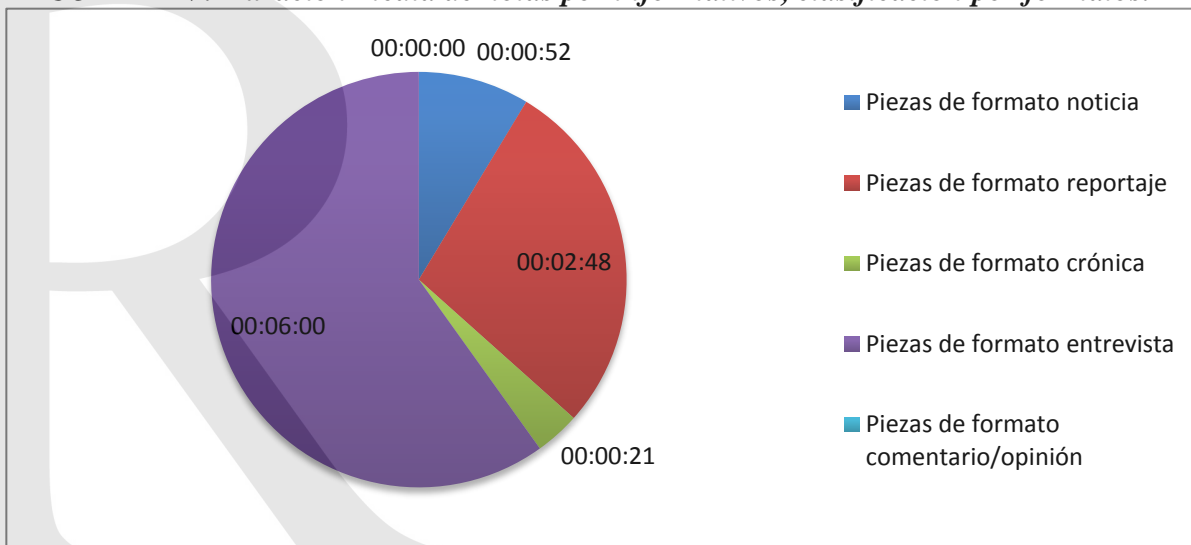
Fuente: Noticiero "Mundovisión" - ECOTEL-TV.  
Elaboración: Propia.

**Grafico N° 6**  
**ECOTEL-TV: Cantidad de notas por informativos, clasificación por formatos.**



Fuente: Noticiero "Mundovisión" - ECOTEL-TV.  
Elaboración: Propia.

**Grafico N° 7**  
**ECOTEL-TV: Duración media de notas por informativos, clasificación por formatos.**



Fuente: Noticiero "Mundovisión" - ECOTEL-TV.  
Elaboración: Propia.

- Todos los noticieros, tienen una duración de 0:60:00.
- El número promedio de piezas o unidades informativas en los noticieros es de 17. Todas las notas presentadas son de elaboración propia del medio.
- El tiempo promedio de duración de las unidades informativas es de 00:02:11.
- De las 17 notas en promedio de los noticieros (Grafico N° 5), 10 son exhibidas de en directo, 2 son realizadas previamente por los presentadores y 5 se relacionan a notas elaboradas previamente por reporteros.
- Los formatos utilizados en los noticieros se clasifican (Grafico N° 6) en noticias (50,59%), reportajes (35,29%), entrevistas (11,76%) y crónica (2,35%). Según el orden de piezas.
- Según a duración (Grafico N° 7) promedio se clasifican en reportaje (46,27%), entrevista (31,71%), noticia (20,09%), crónica (1,94%).
- El formato que mayor tiempo medio de duración (Grafico N° 7), es el de entrevistas con 0:06:00 por unidad.
- El formato en que se generan la mayor cantidad de notas es noticias (50,59%). Ocupa el 20,09% de tiempo del total de emisión de información.
- Las emisiones de noticieros en ECOTEL-TV cubren el 60% del tiempo asignado en antena, 1 hora, con información. El 40% del espacio de información se ocupa para publicidad.

- El 46,27% del tiempo de información se emplea en la emisión de reportajes.
- En el 79,91% del tiempo de información intervienen personas ajenas a la redacción. En general con la mediación de actores de la comunidad.
- El 9,41% de notas se alimentan con enlaces que se generan en la terminal aeroportuaria de Loja. Equivale al 22,40% del tiempo promedio total de noticieros.
- El 49,41% de los contenidos promedio se alimentan con participación de actores locales ajenos a la redacción del medio. Se considera participación de actores locales a los aportes, opiniones, testimonios y reportes desde el aeropuerto.
- De entre los espacios abiertos al público en los noticieros debemos destacar dos que se han convertido en familiares y característicos del medio. El primero son los reportes desde el aeropuerto (9,41% del total de notas y 22,40% del tiempo de información) ya que Loja, ubicada al sur del país, tiene dificultades en contar con suficientes medios de comunicación. Hay interés en conocer quienes llegan y viajan a/desde Loja para aprovechar en gestiones comerciales, educativas o de otra índole. El turismo se ha convertido en una buena fuente de recursos para la región en la última década. También la emigración convocó la atención de las familias por el tráfico de personas sobre todo a Europa.

El otro espacio de servicio a la ciudad son las notas necrológicas que se emiten al final de los noticieros. Representan el 34,12% del total de notas emitidas en 7,42% del tiempo promedio de emisión. Cerca de 1/3 del total de la información al aire tiene que ser con avisos de velaciones, misas y homenajes fúnebres de los vecinos que han fallecido. La audiencia en su mayoría es de devoción católica, se entiende entonces la amplia aceptación a este segmento.

### **4.3 GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN LA TELEVISIÓN LOCAL DE LOJA.**

#### **4.3.1 LA PRODUCCIÓN PROPIA.**

Las parrillas de programación de una estación se conforman por contenidos de elaboración propia, externa y en coproducción. Los de producción propia serán aquellos que se trabajen con recursos y por personal de la estación en razón de cumplir con los objetivos del medio. En esta investigación nos ocupamos de conocer los contenidos que abordan lo local, lo relacionado de forma directa con los habitantes de Loja, sus intereses, aspiraciones; y que de preferencia suceda en el área geográfica de la ciudad o provincia de Loja.

#### 4.3.2 LA PRODUCCIÓN PROPIA EN UV-TELEVISIÓN.

Los programas de producción propia de UV-Televisión son:

**Tabla N° 9: Estación de televisión: UV-Televisión.  
Programación de producción propia, febrero de 2009.**

<i>Nombre del programa.</i>	<i>Género*.</i>	<i>Contenidos locales.</i>	<i>Tiempo en antena por semana.</i>
Gazeta (Incluye re-emisión).	Interés general	Si	5:30:00
Serenata	Musical	Si	1:15:00
Tabasco Music	Musical	Si	2:30:00
UV Deportes (Incluye re-emisión).	Noticiero	Si	4:10:00
UV Noticias (incluye re-emisión)	Noticiero	Si	22:30:00
Deportivísimo	Noticiero	Si	2:00:00
Canciones y Sueños	Reality Show	Si	4:30:00
Misa dominical	Religioso	Si	0:40:00
<b>Tiempo de emisión de género noticias a la semana</b>			<b>28:40:00</b>
<b>Tiempo de emisión de producción propia a la semana</b>			<b>43:05:00</b>
<b>Total del tiempo de emisión de contenidos locales</b>			<b>49:05:00</b>
<b>Total tiempo de emisión a la semana</b>			<b>117:40:00</b>

Fuente: UV- Televisión.

Elaboración propia.

\* Las categorías de géneros se tomaron del ensayo “Los géneros en la televisión pública” de Nora Mazziotti (Mazziotti en VV. AA.; 2001: 188)

- Los programas de producción propia de UV-Televisión representan 36,61% del total de tiempo emitido a la semana.
- El 66,54% del total de tiempo de producción propia corresponde al género noticias.
- Los contenidos locales representan 42,14% del total de tiempo de emisión a la semana.
- Todos los programas que realiza UV-Televisión son de contenido local.
- 86,89% del total de contenidos locales presentados en UV-Televisión son realizados por la propia estación.

#### 4.3.3 LA PRODUCCIÓN PROPIA EN ECOTEL-TV.

Los programas de producción propia de ECOTEL-TV, son

**Tabla N° 10: Estación de televisión: ECOTEL-Televisión.  
Programación de producción propia, febrero de 2009.**

<i>Nombre del programa.</i>	<i>Género*.</i>	<i>Contenidos locales.</i>	<i>Tiempo en antena por semana.</i>
Dulce Casa (Gastronomía) (incluye re-emisión)	Culinario	Si	11:00:00
Ellas TV (Programa de mujer)	Entrevista / Interés General	Si	7:00:00
Eco hit (programa musical)	Musical	Si	6:00:00

Mundovisión (incluye re-emisión)	Noticiero	Si	24:45:00
Deportivo	Noticiero	Si	10:00:00
Deportemanía	Periodístico	Si	2:00:00
Roho (Noticiero Rosa) (Incluye re – emisión)	Talk Show	Si	10:00:00
<i>Tiempo de emisión de género noticias a la semana</i>			<b>34:45:00</b>
<i>Tiempo de emisión de producción propia a la semana</i>			<b>70:45:00</b>
<i>Total del tiempo de emisión de contenidos locales</i>			<b>85:45:00</b>
<i>Total tiempo de emisión a la semana</i>			<b>163:30:00</b>

Fuente: ECOTEL- Televisión.

Elaboración propia.

\* Las categorías de géneros se tomaron del ensayo “Los géneros en la televisión pública” de Nora Mazziotti (Mazziotti en VV. AA.; 2001: 188)

- 28 programas conforman la parrilla de ECOTEL-TV.
- 21 programas son de producción externa, entre coproducciones y adquisiciones de terceros.
  - 7 programas de producción propia, que se ubican en el segmento de temas locales.
  - 15 programas abordan temas locales y 13 producciones son temas de interés nacional o internacional.
- Los contenidos locales representan 52,45% del total de tiempo de emisión a la semana.
- Los programas de producción propia de ECOTEL-TV representa el 43,27% del total de tiempo emitido a la semana.
- 49,12% de la producción propia del medio se ubica en el género noticias.
- 82,51% ocupan los contenidos de producción propia dentro de todos los contenidos locales que emite el medio.

## 5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

### 5.1 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.

- La primera hipótesis:
  - El acceso de los ciudadanos a las estaciones UV-Televisión y ECOTEL-TV, de Loja, se da a través del desplazamiento del medio a los barrios para auscultar sus necesidades.

No se verifica. Porque ninguna de las estaciones de televisión estudiadas envía unidades informativas a los barrios de la ciudad para auscultar necesidades de la comunidad. El acceso a los medios se da a través de mensajes de texto vía teléfono

celular, UV-Televisión; y de forma limitada con reportes desde aeropuerto y notas necrológicas, ECOTEL-TV.

- La Hipótesis:

- Las estaciones UV-Televisión y ECOTEL-TV brindan cerca de una tercera parte del tiempo al aire, en los noticieros de la comunidad, para que los ciudadanos expresen sus necesidades e intereses.

Se verifica para una estación. En razón a que UV-Televisión dedica el 22,56% de su tiempo al aire (entrevistas, mensajes vía teléfono celular) para las participaciones de la comunidad. ECOTEL-TV dedica 61,52% de tiempo de noticias para atender las expresiones de la comunidad (notas desde aeropuerto, entrevistas y notas necrológicas).

- La tercera hipótesis:

- Las estaciones de TV-Local estudiadas, UV-Televisión y ECOTEL-TV, alimentan sus programaciones en más de 50% con contenidos locales, entre producción propia y de terceros.

Se verifica en parte. 42,14% de la emisión semanal de UV-Televisión se refiere a contenidos de cobertura e interés local. En ECOTEL-TV los contenidos locales representan 52,45% del total de tiempo de emisión a la semana.

- La hipótesis cuarta:

- El género de mayor producción propia es noticias en razón de la relación cercana del medio con la comunidad.

Se verifica. En UV-Televisión 66,54% del total de tiempo de producción propia corresponde al género noticias. En ECOTEL-TV 49,12% de la producción propia se ubica en el género noticias.

- La última hipótesis de este estudio:

- La tecnología convencional y de uso masivo permite a los ciudadanos contar con vías de contacto a la TV-Local para participar en las agendas de noticias.

Se verifica. El uso extendido de la telefonía celular y la incorporación de mensajería vía SMS en el noticiero de UV-Televisión brinda a los ciudadanos la posibilidad de participar en los espacios de noticias. ECOTEL-TV recibe en sus estudios, cubre desde el aeropuerto y vía facsímile o por telefonía de cable recibe la información de los ciudadanos que se insertan las agendas diarias de noticias.



## Conclusiones.

1. La televisión en Ecuador se inicia en 1959 fruto de la iniciativa privada y bajo una lógica empresarial. La televisión ecuatoriana ha brindado espacio para desarrollar experiencias de televisión local. Desde iniciativas particulares se configura un servicio público.
2. No se viven prácticas generales de televisión local en Loja. Las estaciones UV-Televisión y ECOTEL-TV cumplen de forma diferente el concepto de televisión local. Los ciudadanos deben acudir o llamar a los medios para participar, en caso contrario no hay interés de conocer sus necesidades. El tiempo para notas de comunidad y sobre contenidos locales se priorizan en ECOTEL-TV. Elemento a destacar para el desarrollo del concepto de televisión local es la masificación de la tecnología para comunicaciones.
3. Falta animar a los ciudadanos para que se acerquen a los medios locales. Se deberían usar los informativos de televisión para expresar opiniones de la comunidad. El ideal es avanzar hacia un modelo de democracia participativa.
4. La información sobre TV-Local en Ecuador debe sistematizarse. Hay valiosas prácticas de televisión en comunidades indígenas sobre las que no se ha investigado ni escrito.
5. Hay formas alternativas para hacer televisión local, supeditadas a la tecnología. El uso de un canal de la TV-Cable y la Web 2.0 podrían ayudar a los medios de Loja.

## Bibliografía:

Agirreazaldegui, T. Peñafiel, C. Xamardo, N. y Zabaleta, I. (1998). *La televisión de acceso público por cable y el euskara: un futuro compartido*. Revista ZER, N° 5. Recuperada el 5 de julio de 2009 de <http://www.ehu.es/zer/>

Arana, E. Azpillaga, P. y Narbaiza, B. (2005). *Normalización lingüística y televisión de proximidad. en el país vasco*. Recuperado el 10 de julio de 2009, de [www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/29\\_arana.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/29_arana.pdf)

Armijos, A. (1990). *Historia del periodismo lojano en sus cinco últimas décadas*. Loja. CCE.

Asociación de Canales Comunitarios y Regionales del Ecuador Asociados (CCREA). Recuperado el 1 de agosto de 2009 de: <http://www.ccrea.org.ec/>

Bustamante, E. (2004), *La televisión económica*. Barcelona. Gedisa.

Cadena TELESUR. Recuperado el 1 de agosto de 2009 de:  
<http://www.telesurtv.net/noticias/canal/index.php>

Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Barcelona. Los libros de la Frontera Ed.

CIESPAL. (1992). *Encuentro de Directores de Informativos de TV*. Quito. CIESPAL.

CIESPAL. (1993). *Medios, Comunicación y Desarrollo*. Quito. CIESPAL.

Cortina, A. (2007). *Ética aplicada y democracia radical*. Madrid. Tecnos.

Egas, R. (1996). *La televisión en Ecuador*. Recuperado el 20 de mayo de 2009 de:  
<http://www.tvyvideo.com/>

Estrella, M. y Rincón, O. (1999). *Televisión Pantalla e identidad*. Quito. FES/Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación.

Fernández, F. (1987). *Algo más sobre los orígenes de televisión latinoamericana*, en Diálogos de la Comunicación - Edición N° 18. Recuperado el 15 de julio de 2009 de:  
[http://www.dialogosfelafacs.net/78/dialogos\\_epoca18.php](http://www.dialogosfelafacs.net/78/dialogos_epoca18.php)

Fuenzalida, V. (1998). *Situación de la TV-Pública en América Latina*, en Diálogos de la Comunicación - Edición N° 53. Recuperado el 18 de julio de 2009 de:  
[http://www.dialogosfelafacs.net/78/dialogos\\_epoca53.php](http://www.dialogosfelafacs.net/78/dialogos_epoca53.php)

Gaitán, J & Piñuel, J. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid. Síntesis.

García, S. & Lukes, S. (1999). *Ciudadanía: justicia social, identidad y participación*. Madrid. Siglo XXI.

Herrera; S. (2004). *La participación de los oyentes en los programas de radio, ¿un género radiofónico?* En Universidad de Piura. Revista de Comunicación. Vol. 3. 2004. Piura. Universidad de Piura.

Krohling, C. (2005). *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. En Revista Comunicação & Sociedade N° 43. São Paulo . Universidade Metodista de São Paulo.

López, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*. Valencia. Universidad de Valencia.

Medina, M. (2005). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Pamplona. EUNSA.

Mora, A. (1982). *La televisión en el Ecuador*. Guayaquil. Editorial Amauta.

Moragas, M., Garitaonandía, C., López B. (Eds.). (1999). *Televisión de proximidad en Europa: Experiencias de descentralización en la era digital*. Valencia. Universitat de València.

Ojeda, L. (1988). *Políticas de bienestar social y participación popular en el Ecuador*. Quito. ILDIS.

Orozco, G. (1992). *Televisión pública y participación social: Al rescate cultural de la pantalla*, en *Diálogos de la Comunicación* - Edición N° 33. Recuperado el 16 de julio de 2009 de: [http://www.dialogosfelafacs.net/78/dialogos\\_epoca33.php](http://www.dialogosfelafacs.net/78/dialogos_epoca33.php)

Ortega, A. (1989). *Diccionario de Planificación Económica*. México D. F. Editorial Trillas.

Otero, M. y Martínez, M. (2003). *Mapa de la televisión local en Galicia: investigación, fases de desarrollo y rasgos diferenciales*. en López Lita et all. (eds.) (2003). *Radio y televisión en el ámbito local*. Selección de textos en Martínez, M. (2007). Seminario "Participación ciudadana y Comunicación local: Modelos e instrumentos de investigación". Loja. USC – UTPL.

Prado, E. et all. (2007). *Alternativas a la actual televisión*. Barcelona. Gedisa.

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona. Gedisa.

Rodríguez, A. (2006). *A televisión local en Galicia ante a digitalización. Transformación e redefinición do modelo televisivo de proximidade*. En *Anuario Internacional de comunicación Lusófona 2006*. Lisboa. INTERCOM.

Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires. Amorrortu editores. Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador. Presentación de TDT. Recuperado el 11 de junio de 2009 de: <http://www.supertel.gov.ec/index.php/component/content/article/88-slides-institucionales/254-presentacion-tdt>

VV. AA. (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Compilado por Omar Rincón. Bogotá. Convenio Andrés Bello.

Weiss, L. (1978). *Fundamentos de economía*. México D.F. Limusa.

---

<sup>1</sup> Docente investigador de la Universidad Técnica Particular de Loja – Ecuador. [arsuing@utpl.edu.ec](mailto:arsuing@utpl.edu.ec) <http://abelsing.wordpress.com/> Economista. Master en Comunicación. Titulado de Experto en Calidad de Educación Superior. Diploma de Estudios Avanzados –DEA- por la Universidad Santiago de Compostela en el Programa de Doctorado en Comunicación y Periodismo. Becario doctorando de la Secretaria de Ciencia y Tecnología de Ecuador.

<sup>2</sup> Presley Norton fue el pionero de la televisión en Ecuador. En 1962 a partir la fundación de la agencia Norlop de publicidad se propuso organizar el primer canal de televisión, el Canal 4 de Guayaquil, como elemento de apoyo al negocio de la publicidad. Para esta empresa contó con el respaldo de la American Broadcasting Inc. ABC de New York. Tomado de Rodolfo Pérez, *Diccionario biográfico ecuatoriano*. Recuperado el 8 de mayo de 2009, de: <http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo8/n2.htm>

---

<sup>3</sup> La organización fue inscrita en el Ministerio de Inclusión Económica y Social mediante acuerdo N° 0845 el 21 de Julio de 2008, según su sitio Web.

<sup>4</sup> Loja es una provincia ubicada en el sur de la Cordillera ecuatoriana; forma parte de la Región Sur comprendida también por las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe. Limita con las provincias de El Oro al oeste; con la provincia de Zamora Chinchipe al este; con la provincia del Azuay al norte; y al sur con la República del Perú. Tiene una superficie de 10.793 km<sup>2</sup>, que en términos de extensión es similar a la de Líbano, siendo la provincia más extensa de la sierra ecuatoriana. Su capital es la ciudad de Loja con aproximadamente 200.000 habitantes. Recuperado el 9 de enero de 2011, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Loja](http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Loja)

<sup>5</sup> El organismo encargado de autorizar frecuencias es el Concejo Nacional de Radio y Televisión de Ecuador CONARTEL

<sup>6</sup> TELESUR, “canal informativo 100% latinoamericano... referencia comunicacional... con la transmisión de contenidos noticiosos las 24 horas del día...empresa multiestatal, creada con el apoyo de seis países: Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua y Venezuela” según se informa en su sitio Web. Recuperado el 20 de julio de 2009, de <http://www.telesurtv.net/noticias/canal/index.php>

y P