

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE ECUADOR**

ÁREA DE COMUNICACIÓN

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN
COMUNICACIÓN**

**“EL FENÓMENO TELEVISIVO EN EL
ECUADOR CASO:
ECUAVISA - TC TELEVISIÓN”**

PAULINA MOYA ALVAREZ

2003

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de magíster de la Universidad Andina Simón Bolívar, autorizo al centro de información o a la biblioteca de la universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura según las normas de la universidad.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial.

Sin perjuicio de ejercer mi derecho de autor, autorizo a la Universidad Andina Simón Bolívar la publicación de esta tesis, o de parte de ella, por una sola vez dentro de los treinta meses después de su aprobación.

Paulina Moya Alvarez
Quito, marzo de 2003.

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE ECUADOR**

ÁREA DE COMUNICACIÓN

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN
COMUNICACIÓN**

**“EL FENÓMENO TELEVISIVO EN EL
ECUADOR CASO:
ECUAVISA - TC TELEVISIÓN”**

PAULINA MOYA ALVAREZ

**TUTOR:
EC. JUAN FERNANDO TERÁN**

QUITO – ECUADOR

ABSTRACT

En esta tesis titulada: “El fenómeno televisivo en el Ecuador Caso: Ecuavisa - TC Televisión”, se trata de explicar, en cierto modo, el impacto social que ha producido a inicios del nuevo siglo este medio de comunicación que ha transformado el tiempo y el espacio de los televidentes.

En las últimas tres décadas hemos asistido a una explosión de la comunicación, encabezada por la televisión no solo en el Ecuador sino en el mundo entero, es por ello que, dentro de cada país los medios masivos ganan mayor presencia, de ahí que ya no sean considerados el cuarto poder del Estado, sino que forman parte del primero, del Poder.

Para el desarrollo de esta investigación se ha analizado la estructura de propiedad de dos empresas informativas: Ecuavisa y TC Televisión, medios con considerable capacidad de persuasión en el ámbito nacional. Además, estas cadenas permanecen relacionadas a reconocidos grupos de poder económico, el primero de ellos a la familia Alvarado Roca, propietarios de Editores Nacionales y por ende, han influenciado ideológicamente por más de cuatro décadas en nuestra población a través de sus medios escritos y audiovisuales; en lo que respecta a TC Televisión, esta estación es propiedad del Grupo Isafías, exitosos empresarios de origen libanés, que están vinculados con diversos sectores productivos y por tanto, manejan una de las más grandes fortunas del Ecuador.

En las líneas que se presentan a continuación se reflexionará sobre la organización de estas televisoras, a partir de lo cual, se aspira a crear un espacio de debate sobre la articulación existente a nivel político-económico y los mass media, lo que nos facilitará una mejor comprensión de como el poder mediático, en gran medida es controlado por dichos grupos, así estaremos en capacidad de cuestionarnos: ¿por qué cada medio dice de una manera o silencia por conveniencia determinada noticia? De esta forma podremos enfrentar a los “sutiles mantos informativos” a los que estamos expuestos, al desconocer que no todas las empresas periodísticas trabajan independientemente de los intereses de sus propietarios.

**A Carlos y Magda,
mis padres**

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por su apoyo e incentivo para lograr este triunfo en el ámbito académico.

A Juan Fernando Terán y José Laso, maestros y amigos, quienes con su orientación y conocimientos han contribuido para el buen término de esta tesis.

A mis maestros, que con su sapiencia inculcaron los conocimientos necesarios para desarrollar el trabajo que a continuación presento.

A la “Universidad Andina Simón Bolívar”, por impartir una educación integral que llena las expectativas de quienes llegamos ávidos de conocimientos y por demostrarnos una vez más, que sin duda, es un centro de excelencia académica.

TABLA DE CONTENIDOS

Abstract	4
Dedicatoria	5
Agradecimientos	6
Introducción	9

CAPÍTULO I: EL FENÓMENO TELEVISIVO EN EL ECUADOR

1. Importancia y trascendencia del tema	16
2. Por qué y para qué estudiar las formas y estructuras de propiedad de la televisión	34
3. La relación de propiedad de la televisión con el poder. Diferentes enfoques históricos	43
4. El régimen de propiedad y modelos de televisión en el Ecuador	54
4.1 Televisión estatal	55
4.2 Televisión privada	56
4.3 Televisión local y nacional	58
4.4 Televisión satelital y por cable	60
4.5 El debate sobre la televisión pública actual	63
5. Historia de los marcos legales en el Ecuador	68
6. Razones por las que se escogieron los canales Ecuavisa y TC Televisión	76
7. Diferentes formas de constitución empresarial de la televisión ecuatoriana	83

CAPÍTULO 2: ECUAVISA - TC TELEVISIÓN

2.1 Los orígenes de Ecuavisa	87
2.2 La estructura de propiedad de Televisora Nacional C.A. Ecuavisa	96
2.3 Composición del capital accionario en Ecuavisa	97
2.4 La relación económica entre Ecuavisa - Univisa y otros sectores productivas	98
2.5 El apareamiento de TC Televisión	100

2.6 La estructura de propiedad de TC Televisión Canal 10	106
2.7 Composición del capital accionario en TC Televisión	107
2.8 Vínculo entre TC Televisión – TV Cable y otros sectores productivos	108

CAPÍTULO 3: EL CASO FILANBANCO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1 Reseña de la crisis bancaria	113
3.2 Tratamiento noticioso del caso Filanbanco	126

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES

4.1 Conclusiones	149
Bibliografía	155
Anexos	
Anexo 1: Manifiesto de la Televisión Pública	158
Anexo 2: Requisitos para obtener una concesión de televisión	161
Anexo 3: Contrato entre Corporación Ecuatoriana de TV Canal 2 y Televisora Nacional C.A. Canal 8	167
Anexo 4: Árbol Genealógico de la familia Isaías	170

INTRODUCCIÓN

Por carecer de información que trate sobre la historia económica de la televisión ecuatoriana que, es el medio que domina el mundo del periodismo, se propone realizar un análisis de la estructura de propiedad de dos canales, razón por la que se plantea como tema de investigación: "El fenómeno televisivo en el Ecuador: Caso Ecuavisa-TC Televisión".

Ante la carencia del suficiente material bibliográfico que se refiera sobre esta temática, surge la necesidad por conocer los intereses que se desarrollan tras el medio audiovisual, lo que nos permitirá explicar y comprender la línea editorial de Ecuavisa y TC, al tratar específicamente sobre la crisis bancaria, esta es la razón por la que resulta importante analizar quiénes realmente son los que dominan a la pantalla chica, para poder entender de esta manera su funcionamiento.

Se propuso, entonces, realizar un trabajo sistematizado que tuvo como base la investigación, para lo que se debió recurrir directamente a las dos televisoras, al igual que consultar sobre la bibliografía que aborda esta temática, con lo que se permitió la recopilación del material necesario para desarrollar esta tesis que, entre las técnicas empleadas contó con la observación, con la que se recolectó información que posteriormente fue procesada; la recopilación documental con la que se obtuvieron datos a partir de textos escritos y que están publicados tanto en libros, revistas, diarios y las noticias presentadas en los diferentes espacios informativos de Contacto Directo, Televistazo y El Noticiero; además de entrevistas con preguntas abiertas que son el

procedimiento que permitió recurrir directamente a las fuentes que en el presente caso fueron los comunicadores, propietarios y gerentes de los dos canales.

El objetivo general de esta tesis consistió en demostrar como los vínculos que existen entre la empresa televisiva y sus propietarios, influye directamente en el producto comunicacional que a través de ellos se emite, especialmente si hay relación con otros sectores productivos de la sociedad, con lo cual, se responde a la pregunta central de este trabajo que es, conocer si es qué la estructura de propiedad tiene injerencia en el desenvolvimiento del medio, en este caso de Ecuavisa y TC Televisión.

Para develar como la relación medios y poder se hace presente en nuestras televisoras, partimos del hecho que se produjo a finales de la década de los noventa, durante la presidencia de Jamil Mahuad, período en el que el Ecuador afrontó un colapso en su sistema bancario, el que ocasionó el cierre de varias entidades entre ellas de uno de los bancos, aparentemente más sólidos, el Filanbanco S.A. que debió cerrar sus puertas al enfrentar problemas de liquidez.

Dicha entidad bancaria desde sus orígenes permaneció ligada a la familia Isaías Dassum, con lo que deja al descubierto que cada vez en nuestras sociedades se consolida una estrecha relación entre el poder, la política y los medios de comunicación, en donde éstos últimos, se encuentran supeditados a los intereses de sus propietarios

En este contexto, debemos señalar que entre las cadenas televisivas que lideran el mercado nacional están Ecuavisa y TC Televisión, que por cierto, no han sufrido cambios

en su administración, sino por lo contrario, han tenido una tendencia expansiva de sus propietarios quienes manejan a su vez otros medios de comunicación y empresas.

Tanto Ecuavisa como TC Televisión son televisoras que pertenecen a reconocidas familias, los Alvarado y los Isaías respectivamente, grupos con poder mediático y con decisiva ingerencia en el sector de las telecomunicaciones. Por eso, y pese a las dificultades para desarrollar la investigación que a continuación detallamos, el caso que evidencia la presencia de la trilogía: “banca, medios de comunicación y poder”, se hace notorio particularmente con el tratamiento noticioso que se dio al controversial tema de Filanbanco.

Los ejemplos de lo paradójico que resultó el tratamiento del colapso bancario en las dos cadenas televisivas son múltiples, toda vez que la lectura que se desprende de este suceso, denota que al informar sobre la quiebra de Filanbanco S.A. estuvieron en juego los intereses económicos y políticos de sus propietarios, con lo que se cuestiona tanto la imparcialidad, así como la pluralidad de las dos empresas que en sus noticiarios frecuentemente reproducían los discursos de los Isaías y Alvarado según su conveniencia.

Las informaciones que se presentan en los dos medios pese a tratar sobre el mismo asunto, manejan explicaciones completamente contradictorias, a decir de Ecuavisa la quiebra de Filanbanco se originó porque sus ex accionistas, los hermanos Roberto y William Isaías Dassum, solicitaron préstamos de liquidez al Banco Central para utilizarlos en el salvataje de dicha entidad financiera, pero, los administradores privados desviaron los préstamos para invertirlos en sus empresas y en la de sus amistades, a siete años plazo con un interés del 0%.

En TC Televisión se sostiene que la crisis de “El Banco del Ecuador” fue consecuencia de los fenómenos internos y externos que liquidaron la infraestructura del país, la moneda se devaluó con relación al dólar y fundamentalmente porque el Estado, convirtió a Filanbanco S.A. en un “recolector de la basura bancaria”.

Los periodistas de Ecuavisa y Vistazo, cuestionan que Filanbanco haya sido entregado “voluntariamente”, pues la entidad estaba prácticamente quebrada, con obligaciones pendientes con el Estado, depositantes y acreedores internacionales. El Noticiero de TC, afirma que tras haber entregado “voluntariamente” el banco al Estado, no hubo un solo cliente perjudicado, a nadie se le negó su acreencia, ya que la entidad estaba en pleno funcionamiento en todo el país, de ahí que a los cuatro meses de haber pasado Filanbanco a la administración estatal de la AGD, tenía un balance saneado y con importantes utilidades.

Ecuavisa da por hecho que los principales causantes de la quiebra de Filanbanco S.A. fueron los hermanos Isaías Dassum, ahora prófugos en Estado Unidos, TC Televisión es enfático en acusar a las autoridades económicas de ese entonces por haber ocasionado el cierre de esta entidad, mientras que Roberto y William Isaías, sostiene la televisora, son víctimas de una permanente campaña de descrédito promovida por Juan Falconí Puig quien fue el mentalizador de la fusión de Filanbanco con la Previsora, con lo que conllevó a la eminente quiebra del que fuera considerado “El Banco del Ecuador”.

En el procedimiento noticioso que se da al informar sobre el “Caso Filanbanco”, se hace presente “el poder”, que se ve reflejado en la postura adoptada por los dos medios que no informan con total independencia de los intereses financieros de sus propietarios, razón

por la que se convierte a la televisión en un instrumento político, económico, simbólico e ideológico que está al servicio de las clases dominantes.

En la tesis titulada “El Fenómeno televisivo en el Ecuador Caso: Ecuavisa-TC Televisión” presentamos cuatro capítulos, que son el esbozo inicial de una investigación, poco estudiada, que por su repercusión en el campo mediático deberá continuar, más aún cuando tenemos conocimiento que la prensa no actúa independientemente del grupo de poder que le sostiene y que en muchos de los casos persuade o manipula las informaciones que en ella se emiten, a propósito Ramón Reig señala: “toda información es poder y por eso hablamos del poder de la información”.

En el primer capítulo explicamos a base de los aportes teóricos de reconocidos investigadores la relación que existe entre la propiedad de la televisión con el poder, realizamos un recorrido por la historia, regímenes de propiedad de este medio que en el Ecuador apareció en julio de 1959 y según la Ley de Radiodifusión se la denominó como “una industria de publicidad”, característica que responde al modelo de propiedad comercial privado, que deja en evidencia que tras cada información hay una empresa e intereses de sus propietarios que muchas veces son los que determinan la selección de las noticias y el sesgo que se le imprime a cada una de ellas, además, estudiaremos las formas y estructuras de propiedad que rigen a la pantalla chica.

En el segundo capítulo la temática que se aborda, está relacionada con la organización de Ecuavisa y TC Televisión, según el CONARTEL, el país cuenta con 246 canales de

televisión abierta, aunque los medios que lideran el mercado son seis estaciones entre ellas, las dos televisoras que han sido objeto de nuestro análisis.

Al realizar una breve reseña de los dos medios debemos señalar que Ecuavisa, apareció en 1966 ligada a la familia Alvarado (Canal 2 de Guayaquil) y a los Mantilla (Canal 8 Quito). Pero, a inicios de 1987 se constituyó Televisora Nacional C.A. Ecuavisa, cuyos accionistas son: Corporación Ecuatoriana de TV S.A. (Grupo Alvarado), Cristina Mantilla Mosquera y José Amador Tome. Ecuavisa permanece vinculado con importantes medios escritos que son publicados por ENSA, además del sistema de televisión codificada terrestre “Univisa”, la señal de “Telemundo” entre los más conocidos.

TC Televisión fue fundada en 1969 por Ismael Pérez Perazo, poco después pasó a pertenecer a la Filantrópica, más tarde conocida como Filanbanco S.A. de Nahín Isaías Barquet, a mediados de los noventa cambió el nombre Telecentro por TC Televisión, en la actualidad todas sus acciones pertenecen a Estéfano Isaías Dassum, para resguardar las empresas y el patrimonio de sus hermanos, Roberto y William, quienes desde hace cinco años enfrentan problemas judiciales por presuntos malos manejos en la administración de Filanbanco. Esta televisoras esta relacionada con: Editorial Unimasa, las imprentas Rocafuerte y Maxigraf, Radio Carrousel, Radio Súper K800, TV Cable, Cable Noticias, CN3, Gamavisión, Cable Noticias, Skytel, Satnet y desde que llegó el libanés Emilio Isaías (Meme Kozkaya), abuelo de los Isaías Dassum, han permanecido vinculados al comercio, además de tener una considerable participación de su capital económico en inmobiliarias, aseguradoras, automotrices, minería, en la azucarera AZTRA, entre otras, así como por haber desempeñado un papel decisivo tanto en la banca nacional como extranjera.

El tercer capítulo se refiere al colapso financiero que originó que 17 entidades bancarias cierren definitivamente sus puertas, con el respectivo perjuicio para sus depositantes, a raíz de que el gobierno de Jamil Mahuad decretase “el feriado bancario”, que produjo al Estado ecuatoriano un gasto excesivo e inútil del que se desconoce su monto exacto. En este capítulo nos remitiremos a realizar un análisis comparativo entre los discursos sustentados por los periodistas de las dos cadenas que en sus diferentes noticieros o espacios de opinión han mostrado su sesgo y su postura definida al referirse al “Caso Filanbanco”, con ello queda en evidencia la falta de imparcialidad así como de pluralidad de estas dos empresas informativas que han actuado en respuesta a los intereses de sus accionistas.

Finalizaremos esta investigación con las conclusiones que demuestran que la televisión se ha convertido en un eficaz instrumento económico, político e ideológico que está al servicio de las clases dominantes, este medio, se ha transformado de esta manera en un fenómeno institucional por ser una entidad extremadamente influyente, por su representación simbólica, así como por ser agente de promoción de bienes y servicios, pero sobre todo, por participar directamente del financiamiento de instituciones de poder.

Es así, como determinados grupos intentan limitar, condicionar o anular la libertad de expresión de ciertos periodistas, ya que dichos grupos amenazan con presiones de diverso tipo especialmente económico, para de esta manera consolidar su capacidad de persuadir y manipular a los preceptores, si bien no son todos, son los más influyentes quienes se ven comprometidos con la línea editorial del medio para el que laboran y no con los valores fundamentales de la comunicación que son: objetividad, pluralidad e imparcialidad.

CAPÍTULO I

EL FENÓMENO TELEVISIVO EN EL ECUADOR

“De la noche a la mañana una nueva cajita se introduce en el hogar, y de ahí en adelante todo ocio se organiza en torno a ella”.
Umberto Eco

1. IMPORTANCIA Y TRASCENDENCIA DEL TEMA

La televisión ha transformado la naturaleza misma de la comunicación, ya que con ella se produce un cambio radical que nos conduce de la palabra escrita a la imagen, o dicho cambio se origina porque es más complejo comunicarnos a través de símbolos, toda vez que para ello, necesitamos compartir similares códigos, mientras que la imagen es pura y simple representación visual que puede ser entendida independientemente de la lengua que de acuerdo a nuestro lugar de origen practiquemos.

Para referirnos a este medio, que sin duda, desempeña un papel trascendental en el campo mediático, es necesario citar los aportes de varios autores que desde diversas perspectivas teóricas de pensamiento, explican como ha influenciado y cambiado el mundo desde que apareció este innovador invento llamado “televisión”, el que por cierto, rápidamente ha logrado cautivar la atención de millones de espectadores que se fascinan con sus elementos audio-visuales y en torno a la cual, se han producido los más controversiales debates.

Desde de perspectiva sustentada por el semiólogo Umberto Eco, perteneciente a la Escuela Estructuralista de la comunicación, al referirse a la televisión concluye que:

“Dependiendo de las circunstancias socioculturales, existen diversos códigos o, mejor reglas de competencia e interpretación. El mensaje tiene una forma significativa que puede llenarse con diferentes significados. Así surgió la sospecha que el emisor organizaba la imagen televisiva en virtud de sus propios códigos, que coincidían con los de la ideología dominante, mientras que los destinatarios la llenaban con significados aberrantes, según sus códigos culturales particulares”¹.

Una apreciación diferente es la de Giovanni Sartori quien en su libro titulado: “Homo Videns: La sociedad teledirigida”, comenta que los seres humanos desde niños, nos habituamos, a la vez que preferimos, estar frente a una pantalla encendida durante horas de horas, antes que aprender a leer y escribir, “la televisión sustituye a la baby sitter, (es ella la primera en encender la televisión) y, por tanto, el niño empieza a ver programas para adultos a los tres años”².

A juzgar por el autor italiano, la televisión modifica la relación entre entender y ver, anteriormente estábamos habituados a que se nos presente lo que ocurría en el mundo a través de relatos, es decir por escrito, ahora estamos acostumbrados a que se nos muestren, por lo tanto, a ver estos acontecimientos con lo que el relato está prácticamente en función de las imágenes que nos transmiten a través de la pantalla. En este contexto Sartori sustenta

¹ECO, Umberto. ¿Tiene la audiencia efectos perniciosos sobre la televisión?. Italia, 1977: 90.

²SARTORI, Giovanni. Homo Videns. Madrid, Taurus, 1998: 36.

la tesis que: “la televisión no es solo un instrumento de comunicación; es también, a la vez, paideía, un instrumento antropogénico, un medium que genera un nuevo ánthropos, un nuevo tipo de ser humano”³.

“Nos encontramos en plena revolución multimedia. Esta revolución está transformando al homo sapiens, producto de la cultura escrita, en un homo videns para el cual la palabra ha sido destronada por la imagen, es decir, de lo visible sobre lo inteligible, lleva a un ver sin entender que ha acabado con el pensamiento abstracto, con las ideas claras y distintas”⁴.

Como lo refiere Sartori, el “homo sapiens”⁵ se desenvuelve en un mundus intelligibilis, en el que priman conceptos y concepciones mentales que son completamente diferentes al mundo que captamos a través de nuestros sentidos, es decir, al mundus sensibilis del “homo videns”. “En suma, lo visible nos aprisiona en lo visible. Para el hombre que puede ver (y ya está), lo que no ve no existe”⁶.

Paradójicamente a las frecuentes críticas a las que permanece expuesta la televisión, desde la concepción de Herbert Marshall McLuhan, “el profeta del futuro”, y mayor defensor de la pantalla chica, nos comenta como en nuestras sociedades el consumo de los medios masivos es la segunda actividad predominante en todo hogar.

³SARTORI, Giovanni. Homo Videns. Op. Cit.: 36.

⁴Ibid.

⁵De este modo clasificaba Línneo a la especie humana en su Sistema de la Naturaleza, de 1758. Fisiológicamente, el homo sapiens no posee nada que lo haga único entre los primates (el género al que pertenece la especie de la raza humana). Lo que hace único al homo sapiens es su capacidad simbólica; lo que indujo a Ernest Cassirer a definir al hombre como un animal simbólico.

⁶SARTORI, Giovanni. Homo Videns. Op. Cit.: 84.

El ensayista canadiense parte de la premisa de que los medios de comunicación son las prolongaciones tecnológicas de nuestro sistema nervioso central, con lo que proclama la crisis de la comunicación escrita en la era de la cultura visual, en donde, la televisión se convierte en el más importante de todos los medios, ya que a través de ella se logra hacer permeables a los individuos, toda vez que acaba con la supremacía visual.

El teórico de la Aldea Global⁷ observó que “la televisión es, sobre todo, una extensión del sentido del tacto que implica una mayor interacción entre todos los sentidos”⁸. A la vez afirma que este medio está constituido por cientos de líneas y puntos de los cuales el televidente está en capacidad de captar algunos de ellos, con lo que se requiere una mayor participación activa y creativa para llenar los espacios del mosaico⁹ de líneas y puntos que permiten formar las imágenes.

“La imagen de televisión ofrece al telespectador unos tres millones de puntos por segundo a quien la recibe. De éstos, acepta solo algunas docenas por instante, con las cuales hace una imagen... La imagen del cinescopio requiere que a cada instante cerremos los espacios de la malla mediante una participación convulsiva y sensorial”¹⁰.

⁷Revisar el texto de Marshall McLuhan y B.R. Powers, La Aldea Global, Barcelona, Gedisa, 1991. El ensayista desarrolló estudios sobre la comunicación de masas, en donde explica que gracias a los avances tecnológicos de las últimas décadas, la globalización del entorno será el resultado de las comunicaciones mundiales, es decir que a través de una interdependencia electrónica de las comunicaciones modernas todo puede funcionar sin la intervención del hombre.

⁸MCLUHAN, Marshall. Comprender los medios de comunicación. Barcelona, Paidós Comunicaciones, 1994: 338.

⁹McLuhan llama mosaico a esta clase de acercamiento a la historia, vinculándola así con las técnicas de la televisión. La imagen del cinescopio, dice, es una serie de puntos que el vidente activa colocándolos en una imagen simultánea, como si fuera un mosaico.

¹⁰MCLUHAN, Marshall. Comprender los medios de comunicación. Op. Cit.: 319.

McLuhan en sus escritos cataloga a los medios de comunicación como “fríos” y “calientes”, los primeros son de baja definición y poca información, por tanto son incluyentes, con lo que requieren de una mayor participación del público, el medio frío por excelencia es la televisión. “El medio caliente es aquel que extiende, en alta definición, un único sentido. La alta definición es una manera de ser, rebosante de información”¹¹.

Estos estudios se complementan con el comentario de Manuel Castells quien expresó que por la baja definición de la pantalla chica, los televidentes deben llenar los huecos de la imagen con lo que participan de forma más emocional en lo que miran a través de ella:

“Esta participación no contradice la hipótesis del menor esfuerzo, puesto que la televisión atrae a la mente asociativa/lírica y no supone el esfuerzo psicológico de recuperar y analizar la información a la que hace referencia la teoría de Ebert Simón. Por ello, Neil Postman, estudioso de los medios de comunicación, considera que la televisión representa una ruptura histórica con la mente tipográfica. Mientras la imprenta favorece la exposición sistemática, la televisión se adapta mejor a la conversación ocasional”¹².

John Thompson plantea que la visión en la televisión es básicamente unidireccional:

“Los individuos que aparecen en la pantalla pueden ser vistos por telespectadores a los que no pueden ver; los teleespectadores, a su vez, pueden ver a los individuos que aparecen ante ellos, pero los teleespectadores no pueden ser vistos por éstos. El tipo de propiedad pública creada por la televisión se

¹¹MCLUHAN, Marshall. Comprender los medios de comunicación. Op. Cit.: 43.

¹²CASTELLS, Manuel. La Sociedad en Red. Madrid, Alianza Editorial, 1998: 364.

caracteriza, entonces, por un contraste fundamental entre productores y receptores en términos de visibilidad e invisibilidad”¹³.

La televisión como consecuencia de la riqueza visual de sus señales simbólicas, abre espacio a una innovadora relación entre propiedad pública y visibilidad que, en palabras de Thompson, a hecho que este medio al igual que el cine, preste singular énfasis en el sentido de la visión, ya que las bandas sonoras están combinadas con las bandas visuales que dan como resultado complejas imágenes audiovisuales, entonces, permite a los perceptores ver personas, acciones y acontecimientos, así como, oír la palabra hablada y otros sonidos. La propiedad pública de estos medios ha hecho posible que todo suceso esté en capacidad de ser visto u oído por los demás.

En respuesta a los frecuentes adelantos tecnológicos que se producen en los mass media, se da paso a una innovadora forma de “propiedad pública mediática”, en la medida en que éstos “se hacen más omnipresentes, las nuevas formas de propiedad pública van gradualmente complementando y, posteriormente extienden, transforman y desplazan, las formas tradicionales de propiedad pública”¹⁴.

“El desarrollo de los media ha creado formas de propiedad públicas nuevas, completamente diferentes de la propiedad pública tradicional basada en la co-presencia. La característica fundamental de estas nuevas formas es que, con la ampliación de la disponibilidad ofrecida por los media, la propiedad pública de

¹³THOMPSON, John. Los media y la modernidad. Barcelona, Paidós Comunicación, 1998: 173.

¹⁴Ibid.: 170.

los individuos, las acciones o acontecimientos, dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar común. Una acción o acontecimiento puede ser hecho público a través de la grabación, y transmitida a otros que no están físicamente presentes en el tiempo y espacio en el que ocurre”¹⁵.

La pantalla chica ha logrado traspasar los espacios públicos y privados, para paulatinamente convertirse en la gran industria cultural de los últimos años, alrededor de ella y toda su empresa, giran poderosos capitales que en países como el nuestro se han constituido en un gran negocio en donde, lamentablemente, más importan las ganancias para sus propietarios que las producciones de calidad que tanto beneficiarían y demandan la mayoría de telespectadores.

El colombiano Omar Rincón, crítico de la televisión, recalcó que:

“El aparato dejó de ser admirado para transformarse en objeto alabado, en el nuevo altar donde se revelan las verdades modernas, se documentan las nuevas maneras de ser dioses y las inimaginadas formas que ha tomado la fe en nuestros tiempos. Cada noche le cumplimos la cita, le rendimos culto, le adoramos, le dormimos y le celebramos. Desde entonces, la pantalla ya no se llena de imágenes y sonidos sino de formas culturales, deseos colectivos, necesidades sociales, expectativas educativas, rituales de la identidad; la tele se convirtió en la institución social y cultural más importante de nuestras sociedades”¹⁶.

¹⁵THOMPSON, John. Los media y la modernidad. Barcelona, Op. Cit.: 169.

¹⁶RINCÓN, Omar. Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2001:11.

En el Ecuador el 11 de julio de 1959, gracias a la iniciativa de la organización “Hoy Cristo Jesús Bendice”, más conocida como H.C.J.B. se presentó la primera señal televisiva que cubrió toda el área de la ciudad de Quito. El “31 de julio salió al aire el primer programa completo basado en la versión de la serie radial titulada ‘Adelante Juventud’, Giff Hatwell hizo de Ingeniero de Control y Ginny Hartwell de Cámara No. 1”¹⁷.

De acuerdo con el Decreto Ejecutivo 951 emitido por el Presidente Camilo Ponce Enríquez y tras la solicitud de Linda Zambrano y su esposo José Rosenbaum, quienes trajeron los primeros equipos de transmisiones en circuito cerrado, nació en la ciudad de Guayaquil “Telecuatro”, hoy conocido como “Telesistema”, el primer canal del Ecuador.

“En agosto de 1959 se celebraba el sesquicentenario de la Independencia. Se organizó una gran feria en los jardines del Colegio Americano y fue allí donde la UNP llevó los equipos de la HCJB, para que los quiteños pudieran ver televisión en blanco y negro. En 1960, el Canal 4 obtuvo permiso para operar. Así, la televisión nació en el Ecuador llena de bendiciones, que la volvieron, por entonces, milagrosamente aburrida”¹⁸.

El modelo de propiedad que rige a la pantalla chica en el Ecuador, se ha constituido en patrimonio de ciertos grupos privilegiados que no solo controlan el terreno audiovisual, sino que mantiene un monopolio que ha creado un espacio en el que se afianza el vínculo entre: economía, finanzas, información, telecomunicaciones y la empresa en general.

¹⁷MORA, Alba Luz. La televisión en el Ecuador. Guayaquil, Editorial AMAUTA, 1982: 82.

¹⁸LASO, José. “La televisión en el Ecuador”. Hoy 15 años. Quito, 1997: 144.

La primera empresa televisiva comercial que empezó a funcionar en el país fue:

“La Compañía Ecuatoriana de Televisión, formada por Jaime Nebot Velasco, José Rosenbaum y la Publicidad Palacios. Era la Feria de Octubre en Guayaquil, y así llegó la televisión al puerto. Un convenio con la Casa de la Cultura, y allí se instaló la antena. La prensa de la época celebra este advenimiento con el mismo fervor que la llegada del primer avión”¹⁹.

Al igual que en la mayoría de países latinoamericanos, en el Ecuador impera una cultura visual y oral, de ahí que pese a haberse desarrollado años más tarde que la prensa y la radio, la televisión ha alcanzado un despegue inusitado, tal como lo revela la siguiente estadística: “Según los datos de IBOPE, el 95% de hogares de Quito y Guayaquil tienen televisor. Más de la mitad de ellos cuentan con más de dos televisores, pero solo el 15% tienen lavadora, Internet el 2.5%, teléfono el 46% y suscripción a un periódico el 2.1%”²⁰.

“Así entra la televisión a formar parte de la impresionante red de comunicación de un país pequeño como el nuestro; junto con la prensa y la radio comienza a cubrir prácticamente todo el territorio nacional. Los niños nacen arrullados por la televisión, quizá nodriza de su soledad. Nuestra cultura se vuelve urbana. El país se electrifica y la televisión forma parte como el perrito atado a la cerca, también del Ecuador rural, multiétnico y pluricultural”²¹.

¹⁹LASO, José. “La televisión en el Ecuador”. Op. Cit.: 144.

²⁰RUBIANO, Roberto. “Una mirada crítica a la TV nacional”. *Diners* (Quito), 239, abril 2002: 17.

²¹LASO, José. “La televisión en el Ecuador”. Op. Cit.: 144.

Nuestras sociedades han estado y permanecen influenciadas por este medio audiovisual, que ha dado respuesta a una estrategia concreta a través de la cual, los diversos acontecimientos son sometidos a un determinado proceso de elaboración y tratamiento desde la propia estructura del poder informativo.

“En el comienzo, la tele fue un aparato grande en blanco y negro que llegó a los hogares para convertirse en el centro de todas las miradas, a él se le hacía reverencia, se le tenía horario, se le usaba según las reglas; se instaló en lo más público de casa, la sala; se convirtió en símbolo de prestigio y llegó a ser el nuevo fuego alrededor del cual reunirse. Pasó el tiempo y ese aparato tomó todas las formas, colores y estilos y poco a poco se fue metiendo a lo más privado del hogar, abandonó los lugares públicos de la casa y se convirtió en un electrodoméstico personal muy privado, muy íntimo”²².

En el mundo moderno nadie cuestiona el poder atribuido a la pantalla chica para legitimar los procesos sociales, el Ecuador ha sido un evidente ejemplo de ello, gracias a su influencia entre otros factores, se ha contribuido para el triunfo o destitución de presidentes, sin embargo, no es una regla que los candidatos que más aparecen en este medio, sean los que obtengan el triunfo electoral, tal como ocurrió en las últimas elecciones con Álvaro Noboa, de ahí la sentencia de Lorenzo Vilches: “la televisión influye pero no decide”²³.

²²RINCÓN, Omar. Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Op. Cit.: 11.

²³Revisar libro de Lorenzo Vilches. Manipulación de la información televisiva. Barcelona, Paidós, 1989. Para el autor, las elecciones no se ganan en la televisión, este medio es sin duda poderoso y puede tener gran influencia en la opinión pública y por tanto en el electorado, pero no hasta el punto de decidir victorias aplastantes o derrotas catastróficas.

El caso Bucaram llama nuestra atención pues, deja ver que gracias al poder mediático de sus propagandas emitidas a través de la pantalla, y la tarima principalmente, logró llegar a Carondelet, pero por sus equivocaciones políticas magnificadas en este aparato, debió enfrentarse a la reacción de la ciudadanía que logró destituirle del cargo que ejercía.

“Abdalá Bucaram siempre tuvo una mala relación con la prensa. Hay que recordar que fue electo en 1996 con la oposición del 90% de los editorialistas. Durante su gobierno, por primera vez en la historia del Ecuador, los periódicos y noticieros televisivos más prestigiosos se opusieron al presidente. Cuestionaron su estilo de gobierno chabacano, y la imposibilidad de tener diálogos en los que se discutan y debatan diferentes opiniones. Los periodistas estuvieron al frente de la oposición democrática a Bucaram cuando denunciaron la corrupción de su gobierno y rechazaron su uso de la cultura de masas y de las imágenes televisivas como sustituto a los diálogos sobre sus políticas estatales”²⁴.

El líder roldosista consideró que los medios, a lo largo del golpe de Estado de 1997, “se convirtieron en tribunales inquisitoriales”, pues toda declaración en su contra se transformó en evidencias que más tarde serían los principales argumentos para su destitución e indicó que: “La prensa falló frente a la sociedad, frente a sus principios y dio paso a prejuicios, al envilecimiento de las creencias colectivas que han rezagado la capacidad reflexiva de la colectividad, en especial de los sectores medios de la sociedad y de la propia prensa”²⁵.

²⁴DE LA TORRE, Carlos. “Los Medios Masivos de Comunicación Social el Populismo y la Crisis de la Democracia”. *Ecuador Debate* 49 (Quito): 19.

²⁵BUCARAM, Abdalá. *Golpe de Estado*. Panamá, PREdiciones, 1997: 20.

Con su peculiar estilo Abdalá Bucaram logró lo que Andrea Schedler denomina “subvertir el poder de las palabras a través del poder de las imágenes”, así las deliberaciones políticas pasan a un segundo plano y se desarrollan detrás del escenario, en tanto las formas teatrales pasan al centro de la política, así esta actividad, sufre de la intromisión y la ocupación de formas extrañas a ella como son: el teatro, el rock, los deportes, la farándula y la publicidad, fue así como “durante su corta presidencia Bucaram representó sus actos de gobierno como un show de televisión en los que el poder se dramatizaba en espacios de la cultura popular como el fútbol y la cultura de masas”²⁶.

González Requena dice que este medio tiende a producir un efecto de espectacularidad:

“Lo que importa no es ya que sea verdad lo que la televisión dice, sino que lo que es nombrado por televisión es materia relevante de espectáculo. Sea verdad o mentira, es relevante. El mundo espectacular, construido por el discurso televisivo dominante –en el que todo, los hombres y los objetos, se ofrecen al espectador– y en el mundo real –siempre brutal– se parecen pero divergen, no se superponen del todo”²⁷.

El espectáculo es, para Jesús González Requena, la realización de la operación de seducción²⁸ y ésta, es el ejercicio de un determinado poder, de ahí que todo poder debe,

²⁶DE LA TORRE, Carlos. “Los Medios Masivos de Comunicación Social el Populismo y la Crisis de la Democracia”. Op. Cit.: 20.

²⁷GONZÁLEZ Requena, Jesús. El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Madrid, Signo e imagen, 1992: 138.

²⁸Revisar texto de González Requena, El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Para el autor los elementos para una situación de seducción son: una mirada, una distancia, un cuerpo que se exhibe afirmando como imagen que fascina, pues lo que pretende el cuerpo que se exhibe es seducir, es decir, atraer –apropiarse– de la mirada deseante del otro.

necesariamente, espectacularizarse pues solo pervive y se asienta el poder capaz de hacerse desear sustenta el autor:

“Porque lo sabían, los monarcas absolutistas convertían en espectáculo para sus súbditos incluso sus más nimias actividades cotidianas. Y por eso, también, el nazismo alcanzó tan asombroso dominio en lo escenográfico. Pero estos ejemplos no deben velar lo esencial: si todo espectáculo instituye una relación de poder, excepción hecha de uno, como veremos enseguida, el poder es, esencialmente generador de espectáculos”²⁹.

Al referirse al poder otorgado a la televisión el profesor uruguayo Roque Faraone, sentencia que la pantalla chica, se ha constituido en una actividad extremadamente influyente, en un vehículo de representación simbólica, en el agente de circulación de bienes y servicios, a la vez afirma que éste medio, participa también de esa dependencia de la estructura social, del financiamiento a cargo de instituciones de poder y recibe la influencia que ejerce constantemente la ideología.

Faraone argumenta que aunque la coyuntura internacional (intelectual y política) sea desfavorable, cualquier reflexión teórica que intente racionalizar, así sea parcialmente, sobre este fenómeno institucional llamado televisión, tiene como único destinatario (del mensaje tendiente a esa eventual racionalización) el Estado (y los poderes que a su vez, pueden ejercer alguna influencia sobre éste, como es el caso de los partidos políticos, la opinión pública, las universidades, los medios de comunicación, entre los más importantes).

²⁹REQUENA González, Jesús. El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Op. Cit.: 60.

“La televisión ha llegado a ser, en el mundo entero, un fenómeno de masas, vertiginoso e incontenible, que ha alterado hábitos, afectado comportamientos, difundido mitos e influido poderosamente en toda la estructura social”³⁰. Es así como la comunicación y la pantalla chica, como su máxima exponente, están en condición de superar cualquier límite que no sea la frontera que ponga la creatividad e ingenio de la mente humana.

“La televisión, en sí misma, es comprendida como un sistema de distribución audiovisual, preferentemente doméstico, en el que coexisten diversos dialectos audiovisuales, mensajes heterogéneos (noticieros, publicidad, filmes, concursos, deportes, debates, teleseries, telenovelas, docudramas, talk shows) y cuya especificidad intrínseca, la constituye el directo, esa simultaneidad entre emisión y recepción del programa”³¹.

Omar Rincón ha señalado que la pantalla chica como medio del siglo XX, lugar privilegiado de la cultura y la sociedad contemporánea, comenzó a estudiarse a partir de los años cuarenta, desde entonces, aparecen publicaciones de la incidencia de este medio en la conducta, actitudes y comprensiones de la gente, análisis que se ha concentrado en lo televisivo-industrial y su función cultural y educativa, el panorama de los estudios sociales por los que ha atravesado el medio se resume en los siguientes términos:

- 50s /Teoría de los efectos: Se centra en el estudio de las intencionalidades y poder ilimitado de los productores de mensajes audiovisuales, se acepta la gran influencia de dichos mensajes en los comportamientos y comprensiones de la gente.

³⁰RUBIANO, Roberto. “Una mirada crítica a la TV nacional”. Op. Cit.: 21.

³¹RINCÓN, Omar. La televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Op Cit.: 14.

- 60s /Teoría de mediadores / usos y gratificaciones: Se tiende a matizar la incidencia de los medios audiovisuales según los filtros que establecen los líderes de opinión en las decisiones de los individuos de la comunidad; también, desde la psicología se afirma que el efecto televisivo no es tal, porque la gente tiende a rechazar aquello que le produce incomodidad y no le permite ninguna satisfacción ya que acepta más fácilmente aquello que le causa agrado y que de alguna manera le genera una gratificación en su consumo.
- 70s /Análisis del mensaje: El objeto de estudio se mueve de los productores y las audiencias al mensaje como objeto posible de investigar en cuanto a las estructuras ideológicas presentes, las tendencias del poder y modelo social prescrito y las claves de lectura que se promueven en detrimento de otras alternativas. Se analiza la estructura de los mensajes basados preferentemente en el develamiento de lo ideológico que existe en ellos, así como el carácter industrial que marca la producción de lo audiovisual.
- 80s /Las audiencias: Los estudios analizan las diversas posibilidades de comprender los mensajes, esta perspectiva se interesa tanto en la construcción discursiva del lector como en la relación entre los textos televisivos y los sujetos reales. Stuart Hall (1973) enfatizó en los momentos de la codificación y la decodificación: lectura dominante, lectura negociada y lectura oposicional, mientras David Morley (1980) investiga las diversas formas de negociación y resistencia. Umberto Eco busca el modo en que el lector se encuentra inscrito en los textos: Mode of Address (relación texto-lector) y Preferred Reading (lector dominante). La Teoría Crítica (Adorno y Mattelart) busca estudiar las formas de comprender y explicar los textos por parte de las audiencias, dentro de las cuales se privilegia la lectura crítica como las ubicadas culturalmente. En Latinoamérica (Martín Barbero y Fuenzalida) se comienza a pensar a las audiencias como sujetos y

comunidades activas capaces de replicar a las intencionalidades industriales e ideológicas de los medios. La idea es que las audiencias son cómplices de los procesos de dominación comunicativa pero a su vez resisten y replican, de ahí nace una corriente que investiga los usos populares de lo masivo en la vida cotidiana y la revalorización de las otras maneras de leer de los sujetos sociales.

- 90s /Análisis del consumo: La mirada se dirige hacia los procesos culturales y las mediaciones (García-Canclini, Orozco, Martín-Barbero) que participan en los procesos de comprensión, interpretación y uso de los mensajes audiovisuales. La unidad de consumo básico es la familia. El análisis tiende a observar las maneras como se articulan las lógicas comerciales de la producción con las lógicas culturales del consumo. Se comienza a pensar en las diversas temporalidades, la presencia de lo cultural como lugar del sentido comunicado y las competencias comunicativas que despliegan las audiencias.
- Los estudios, en la actualidad, se dirigen hacia la relación entre los textos televisivos y los contextos culturales donde se realizan, a partir de lo cual, la televisión se convierte en el eje de la reflexión social y el medio de mayor incidencia sobre las agendas públicas, las formas de la política, los estilos de producir saber y las maneras de comprender el mundo (Bourdieu, 1998; Sartori, 1999; Castells, 1999). Esta es la explicación que de acuerdo a lo que escribe Omar Rincón en su libro “Televisión Pública: del consumidor al ciudadano”, nos permite apreciar las investigaciones que se han desarrollado alrededor de este medio.

“Lo más importante para la vida son el agua, la comida, la salud, la energía, la educación, el ambiente, los derechos humanos, la economía... esta evidencia de la realidad nadie la discute, sin embargo, sin la televisión tampoco podríamos vivir porque ella es necesaria para la vida porque genera conversación social,

mucha cotidianidad simbólica y mundos paralelos para gozar e imaginar. La televisión es una invención humana que se ha convertido en parte fundamental de nuestra vida diaria, de nuestras formas de construir el símbolo y de nuestras maneras de crear comunidades de sentido; además, sirve para muchas cosas: comer, hablar por teléfono, estar con la pareja, consentir a los niños, dormir, soñar, llorar, aburrirse, divertirse, por lo que hace en su actuación cotidiana, por lo que hacemos con ella y por su significatividad para encantar la vida es que la televisión es lo más importante de lo menos importante”³².

En el Ecuador de similar manera a lo que ha ocurrido en la mayoría de los países de nuestro continente:

“La televisión nacía bajo el modelo norteamericano. Televisión privada. Sin embargo, desde entonces hasta hoy, el Estado –dueño de las frecuencias- se reservaba el derecho de concederlas y la televisión ofrecía espacios, para programas estatales de educación y salud”³³.

Los medios masivos, especialmente la televisión comercial, han puesto en marcha la toma de posiciones empresariales para el desarrollo de las más modernas y sofisticadas tecnologías de comunicación que han hecho posible, a criterio de Marcial Murciano, la uniformización de los modelos empresariales, la estandarización de la producción de contenidos y la mercantilización ampliada del proceso comunicativo.

³²RINCÓN, Omar. Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Op. Cit.: 16.

³³LASO, José. “La televisión en Ecuador”. Op. Cit.: 144.

Con la creciente aparición en el sector de la comunicación del capital financiero, con la consiguiente pérdida de pluralidad y de transparencia empresarial, así como con una paulatina y constante adquisición de periódicos y revistas, de emisoras de radio y de participaciones en canales por parte de los grupos de poder nacionales e internacionales, se comprende lo importante que representa para ciertas personas contar con un medio masivo que difunda su ideología, de ahí se argumenta el comentario del empresario y banquero Fidel Egas, quien ha incursionado en esta actividad y fue enfático al manifestar: “Quiero realmente influir en la sociedad. Por eso me interesan los medios”³⁴.

A propósito, en recientes publicaciones, en las que se refieren a los nombres de los 50 hombres más poderosos del planeta, no encabeza la lista insignes políticos, artistas o personajes de actualidad, el indiscutible primer puesto es para “Bill Gates, patrón de Microsoft y es quien domina los mercados estratégicos de la comunicación y se dispone a controlar las autopistas de información”³⁵.

Cada vez es más sólida la relación existente entre los poderes económico-político y la prensa en general, pues resulta innegable la ingerencia de ciertos grupos en el desenvolvimiento de los mass media, aspecto que debe ser discutido, estudiado e investigado por las Facultades de Comunicación Social y que nos permitirá reparar en que la Estructura de la Información Periodística es la que encierra la respuesta a la pregunta: ¿qué está detrás de la pantalla? y por ende, de los mensajes que a través de ella se emiten.

³⁴RICAURTE, César. “Sí me interesa ganar influencia”. *Líderes* (Quito), 3 febrero 2003: 3.

³⁵CHOMSKY, Noam y Ramonet, Ignacio. *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Incaria, 1997: 56.

Con esta tesis se propone formular un análisis crítico de la formación económica de dos medios televisivos con poder regional y vinculados con otros sectores productivos tal como es el caso de Ecuavisa y TC Televisión, para contribuir así, en esta discusión y lograr que una temática de total vigencia sea analizada, para que de esta manera se evidencien los compromisos que se gestan tras la estructura de propiedad de estas cadenas televisivas.

2. POR QUÉ Y PARA QUÉ ESTUDIAR LAS FORMAS Y ESTRUCTURAS DE PROPIEDAD DE LA TELEVISIÓN

“Ecuavisa y TC Televisión son de los pocos canales que no han sufrido cambios determinantes en su administración durante los últimos años. Sin embargo, vale la pena destacar la tendencia expansiva que ha acompañado a sus grupos de propietarios quienes, además de las televisoras, manejan otros medios de comunicación. Tal es el caso del grupo Alvarado, dueño de revistas como Vistazo, Estadio, Hogar, Jóvenes, entre otras. Al grupo Isaías, por su parte, pertenecen empresas como Satnet y TV Cable”³⁶.

Los medios masivos de difusión, paulatinamente, se han convertido en los constructores de la realidad, cada vez ésta, se ve representada en ellos y el público se ha acostumbrado a creer que lo que no está en los medios simplemente no existe, esto en gran medida porque cada vez estamos inmersos en un mundo más mediático, por lo que el poder atribuido a los mass media, no es solo el poder de hacer, sino el poder de contar, de transmitir, de transformar la realidad en discurso, tal como lo explicaba con certeza Pierre Bourdieu,

³⁶“La TV nacional tiene cambios”. *Hoy* (Quito), 20 enero 2003: B6.

quien al referirse sobre este tema expresó que, los periodistas que invocan las expectativas del público para justificar esta política de simplificación demagógica (contraria al propósito democrático de educar e informar divirtiendo) con ello, logran proyectar sobre él sus propia visión e inclinaciones, particularmente cuando el temor de aburrir les induce a otorgar prioridad al combate sobre el debate, a la polémica sobre la dialéctica y a recurrir a cualquier medio para privilegiar el enfrentamiento entre las personas (los políticos, en particular) en detrimento de la confrontación entre sus argumentos.

Para el sociólogo francés Pierre Bourdieu lo que constituye el núcleo fundamental del debate es la temática relacionada con el:

“Déficit presupuestario, reducción de los impuestos o deuda externa. Dado que lo esencial de su competencia consiste en un conocimiento del mundo político basado más en la intimidad de los contactos y las confidencias (e incluso de los rumores y los cotilleos) que en la objetividad de la observación o la investigación, son propensos, en efecto, a circunscribirlo todo a un terreno en el que son expertos, y están más interesados por el juego y los jugadores que por lo que está en juego, más por las cuestiones de mera táctica política que por la sustancia de los debates, más por el efecto político de los discursos en la lógica del campo político (la de las coaliciones, las alianzas o los conflictos entre personas) que por su contenido (a veces incluso llegan a inventarse y a imponer a la discusión meras cortinas de humo)”³⁷.

³⁷BOURDIEU, Pierre. Sobre la Televisión. París, Anagrama, 1997: 129.

En este contexto, resulta oportuno meditar sobre la importancia de introducirnos en el conocimiento del poder así como de los intereses que están detrás de cada uno de los medios masivos, ya que prácticamente ningún canal, radio o prensa actúa de forma independiente, la mayoría, o casi la totalidad de ellos, están relacionados a una gran empresa influyente de la comunicación que es la que, por cierto, le permite su supervivencia económica.

Los telespectadores deberían conocer quiénes son en realidad los que les hablan a través de la pantalla, sus propietarios y las coyunturas políticas vigentes para poder comprender la intencionalidad de la programación que diariamente llegan hasta nuestros hogares y a la que frecuentemente criticamos por carecer de transparencia, más aún si reparamos que:

“Todo sistema lleva implícito el poder; en el terreno de la información es un poder para persuadir a los ciudadanos con el fin de que el sistema se mantenga esencialmente estable. Por eso decimos que la información es poder y por eso hablamos del poder de la información”³⁸.

El antropólogo estadounidense Marvin Harris manifestó que se puede llegar a “controlar el pensamiento”, no solo cuando se oprime a la sociedad, sino cuando se la invita a sumarse a grandes eventos del poder, que es una participación que se lleva a la práctica a través de la gran estructura informativa.

³⁸REIG, Ramón. Medios de Comunicación y Poder en España. Barcelona, Paidós Comunicaciones, 1998: 22.

Resulta oportuno estudiar la “estructura de poder”³⁹ que rodea a un medio de comunicación nos permite analizar si en ellos se informa con objetividad, ya que es común que éstos, no den a conocer su postura política que en la práctica difiere con la realidad. No obstante, si estamos inmersos en un período de campaña política como a finales del año 2002, debemos reparar en: “¿por qué TC no plantea abiertamente su postura política, en vez de estar invitando a los noticieros, en proporción mucho mayor que todo el resto de canales, a políticos roldosistas?”⁴⁰. Esta crítica resulta oportuna, ya que se cuestionan los lazos de amistad existentes entre los líderes de esa agrupación política y la familia Isaías, en tal caso no hay duda que con el consenso tácito de ciertas élites, el mercado y los intereses económicos, se llega a determinar la selección de las noticias y el sesgo que se imprime a cada una de ellas.

Precisamente, uno de los asuntos más debatidos y materia de preocupación permanente de quienes están ligados al periodismo, radica en hacer un análisis de la objetividad e imparcialidad con la que los medios presentan sus informaciones y que en reiteradas ocasiones ha sido motivo de severas discusiones. Por ello, manifiesta Ramonet, resulta subjetivo cuestionarnos ¿qué es verdadero y qué es falso? de ahí que el autor reflexione en los siguientes términos:

“El sistema en el que evolucionamos funciona de la manera siguiente: si todos los media dicen que algo es verdad, es verdad. Si la prensa, la radio o la

³⁹Según Bartra, la estructura de poder es la correlación de fuerzas que, en un momento dado, existe entre las clases sociales (y sus fracciones) y cuya manifestación explícita radica en la participación real en los aparatos del Estado y cuya capacidad de negociación para la toma de decisiones está determinada, como se ha dicho, por el control de la estructura y la superestructura; su función básica es la de asegurar que se mantenga el modo de producción dominante.

⁴⁰RICAURTE, César. “En cuestión de política la TV debe transparentarse”. El Comercio (Quito). 8 septiembre 2002: C3.

televisión dicen que algo es verdad, eso es verdad incluso si es falso. Los conceptos de verdad y mentira varían de esta forma lógicamente. El receptor tiene criterios de apreciación, ya que no puede orientarse más que confrontando unos media con otros. Y si todos dicen lo mismo está obligado a admitir que ésta es la verdad”⁴¹.

Este controversial tema frecuentemente nos permite plantearnos preguntas sobre la relación que debe existir entre la información y la verdad, para todos es conocido que las informaciones que nos presentan los medios pasan por dos cuestiones: la credibilidad y la fiabilidad, que son a decir de Ignacio Ramonet, ciertas garantías ligadas a la ética, a la virtud, a la deontología y a la moral de la información.

“La verdad, incluso si no es siempre fácil de determinar nítidamente, es un criterio que debería seguir teniendo una gran trascendencia en materia de información. Pero hoy el sistema es ajeno a esta cuestión. Considera que la verdad y la mentira no son criterios pertinentes en materia de información y permanece totalmente indiferente frente al problema”⁴².

En este sentido y si tomamos como ejemplo a Ecuavisa, hay que referirse a uno de sus programas: “La TV que promociona a su director Freddy Ehlers, mientras habla de pluralismo y apertura para el resto de las candidaturas”⁴³, además la mayoría de sus productos comunicacionales son una suerte de publireportajes que promueven a las

⁴¹RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Barcelona, Temas de Debate, 2000: 51.

⁴²Ibid.: 55.

⁴³RICAURTE, César. “En cuestión de política la TV debe transparentarse”. Op. Cit.

empresas que auspician a este espacio, a esto se suma, la guerra abiertamente declarada entre el candidato presidencial Álvaro Noboa y el propietario de Ecuavisa, Xavier Alvarado Roca, así como con los periodistas Tania Tinoco y Carlos Vera, quienes atacaron fuertemente en sus espacios informativos al empresario guayaquileño y el peso de sus comentarios, sin duda, repercutió en el resultado electoral adverso para Noboa.

“En el último período eleccionario, por las limitaciones en el gasto electoral la campaña ha sido menos mediática de todas las del último período democrático, con la sola excepción de 1979. Pese a ello, la televisión ha incrementado su influencia como la gran productora de los imaginarios sobre los candidatos”⁴⁴.

La argentina Beatriz Sarlo quien ha investigado temas de periodismo advierte que:

“La política y los políticos se construyen en la televisión (secundariamente, como rebote, en la radio), del mismo modo en que la política se construía, hasta la década del cuarenta de este siglo, en los diarios y la escena de las instituciones. El político habla como los astros del star system audiovisual y usa los mismos clisés que los locutores del show de noticias”⁴⁵.

Los televidentes estamos supeditados a enfrentarnos a “sutiles mantos informativos”, mientras los medios de difusión frecuentemente nos reiteran su profesionalismo, objetividad e imparcialidad al realizar su trabajo, aunque lo realmente honesto por parte de la prensa y algunos periodistas, sería asumir una auténtica independencia que incluso les

⁴⁴RICAURTE, César. “Cómo son los candidatos en TV?”. *El Comercio* (Quito), 13 octubre 2002: C1.

⁴⁵SARLO, Beatriz. “El Audiovisual Político”. *Punto de vista* (Buenos Aires), diciembre 1991: 41.

haría contar con más adeptos y les permitiría ganar la credibilidad, que es una recompensa a su tarea cotidiana de orientar a un país entero.

“Igual que nos interesa saber las circunstancias que rodean a una persona determinada que despierta nuestra curiosidad, admiración o atracción, es también importante conocer el poder que respalda a los medios que nos acompañan a diario y en los que depositamos en muchas ocasiones nuestra confianza. En definitiva la estructura informativa se interesa por los entresijos de los medios de comunicación, algo que está oculto al público en general”⁴⁶.

Solamente al conocer la estructura de poder que está detrás de cada información, podremos saber qué es lo que influye en la manera de informar de cada medio, para descubrir así, qué ocultan las palabras e imágenes que nos muestran en las pantallas, porque una manera de demostrar el poder e ingerencia de las élites sobre los medios de comunicación se reflejan, precisamente, en la forma en que son emitidos sus mensajes.

Se torna necesario, por lo tanto, referirnos al concepto de estructura, que desde el Estructuralismo se sostiene que: “es una serie de elementos articulados, es decir, interconectados, organizados de forma que si alguno o algunos de ellos sufre alteraciones el conjunto se verá afectado”⁴⁷, esta descripción no es sino una abstracción teórica para explicarnos lo que ocurre en la realidad.

⁴⁶REIG, Ramón. Medios de Comunicación y Poder en España. Op. Cit.: 11.

⁴⁷Ibid.: 19.

En el mundo de la información existe una estructura de poder que en el fondo, indica Reig, “es un claro poder constituido”, que se evidencia en la línea editorial de la prensa en general. Por eso, no debemos admirarnos cuando los reporteros, articulistas o comentaristas deban regirse a las imposiciones de la empresa informativa a la que pertenecen, aunque esto, cuando llega a ser identificado por el público, en reiteradas ocasiones tiende a restarle la credibilidad no solo al periodista, sino a la empresa informativa para la que trabaja.

“La estructura de fondo de un medio o de un grupo informativo del que ese medio forme parte, puede verse alterada debido a movimientos internos entre los elementos que la constituyen. Sin embargo, esa alteración no será, por regla general, esencial sino coyuntural, en el sentido que significará cambios en una dinámica ya prevista, en nuestro caso, la que marca la economía del mercado”⁴⁸.

Bourdieu explica que tras la cara visible de lo que leemos en los diarios, escuchamos en las radios o miramos en la televisión, más aún en Ecuavisa y TC que son dos cadenas privadas, existe un rostro que es tanto o más importante de lo que el público ve, es decir, “su administración, que de ser bien llevada, puede ubicar al medio masivo en un sitio de privilegio dentro del competitivo negocio de las comunicaciones o por el contrario, sepultarla en la indiferencia ciudadana”⁴⁹.

“Grupos más poderosos que los Estados hacen una razzia en el bien más preciado de las democracias: la información. ¿Impondrán su ley al mundo

⁴⁸REIG, Ramón. Medios de Comunicación y Poder en España. Op. Cit.: 20.

⁴⁹BOURDIEU, Pierre. Sobre la televisión. Barcelona, Anagrama, 1997: 23.

entero y abrirán una nueva era en que la libertad del ciudadano no será más que pura ilusión? ¿Estamos manipulados, condicionados, vigilados?”⁵⁰.

Estos poderosos grupos económicos cada vez adquieren mayor control sobre lo que se difunde en la mayoría de medios masivos, es así como entre la pantalla chica y el poder se consolida un indisoluble vínculo que paulatinamente se ha ido afianzando en todas sus dimensiones, la que nos permite concluir que dicho medio, puede desempeñarse como si fuese una especie de “conciencia” o a su vez, como un elemento “neutro”, que permanece al servicio de determinados grupos con los que está relacionado y a partir de ello, llegan a determinar lo que se debe o no comunicar, esta es la razón para que se cree una suerte de “filtro”⁵¹, que incluso tiende a deformar la capacidad de abstracción del público.

“Con ello se corre el riesgo (de hecho ya ocurre) de que, entre los intereses de las grandes empresas y la selección de los contenidos atribuida a las llamadas audiencias, cuyos imaginarios gustos parecen un mandato imperativo para los programadores y los responsables de edición, la anhelada pluralidad informativa acabe consistiendo en presentar distintas versiones de lo mismo -una especie de variada uniformidad- o en ofrecer distintas modalidades de lo que Ramonet ha denominado un pensamiento único”⁵².

⁵⁰CHOMSKY, Noam y Ramonet Ignacio. Cómo nos venden la moto. Op. Cit.: 64.

⁵¹Noam Chomsky en su libro “Los guardianes de la libertad”, señala que la información que surge de los grandes medios, debe atravesar cinco filtros antes de ser publicada: el grado de concentración de la propiedad y el beneficio de las empresas, la dependencia de la publicidad como fuente de ingresos, la dependencia de la información proporcionada por el gobierno, las empresas y los “expertos”, las correcciones sugeridas por los grupos de presión y el anticomunismo como religión nacional.

⁵²ROCA, José. Política y comunicación. Madrid, Los libros de la catarata, 1999: 83.

Toda comunicación implica poder, de ahí que esta actividad mediada por la televisión y por la prensa en general no ha podido mantenerse al margen de dicho poder, que ha hecho que la empresa informativa permanezca sujeta a los valores imperantes del mercado que son los que deciden e influyen directamente en el desenvolvimiento de los mass media.

3. LA RELACIÓN DE PROPIEDAD DE LA TELEVISIÓN CON EL PODER. DIFERENTES ENFOQUES HISTÓRICOS

“Los medios de comunicación poseen una estructura determinada y son de propiedad privada en la mayoría de los países, estatal en algunos y mixta en otros pocos”⁵³, estos medios, al igual que Ecuavisa y TC, están sujetos a distintos intereses de grupos con poder político y económico.

“Los grandes consorcios televisivos responden a intereses cada vez más turbios y sirven como instrumentos para ocultar la realidad y dar valor a lo que no lo merece o ignorar lo que vale. En la mayoría de los países se ignoran los valores que recorren su superficie y se cambian por la publicidad, el discurso de engaño, la telenovela hipnotizadora. La tarea de difundir y enlazar esas expresiones se hace cada vez más difícil y los espacios para esa actividad se enrarecen. Por esa razón tiene que haber voluntad para romper los muros y tratar de decir y comunicar lo callado”⁵⁴.

⁵³GRAS, Ricardo. Los medios en el juego del poder. Colombia, Tercer Mundo Editores, 1991: 131.

⁵⁴GARCÍA, Eduardo. Cultura en México: Visión de un extranjero. En Periodismo y Cultura. Colombia, Tercer Mundo Editores, 1991: 64.

En las siguientes líneas expondremos algunos de los enfoques que nos refieren a la existencia del vínculo entre los medios de comunicación con el poder, más aún al considerar que “Los medios ya no son el cuarto poder sino que forman parte del primero, del Poder, dando lugar a una estructura en la que entidades financieras, empresas de telecomunicaciones y otras ajenas al mundo de la comunicación forman un entramado”⁵⁵.

La relación entre el poder y la comunicación ha sido motivo de constantes debates desde hace aproximadamente un siglo atrás. Ignacio Ramonet asevera que los medios en los últimos años han ganado posición y se han logrado convertir en “instrumentos de gran influencia (que pueden hacer que las cosas cambien) por encima de un buen número de poderes formales”⁵⁶.

“En cualquier caso, nos parecería importante plantear la cuestión de la propiedad de los medio para saber de dónde venían los mensajes, quién los elabora, qué sentido y qué consecuencias podía entrañar la recepción de éstos en los espíritus y en las mentes de aquellos que los recibían”⁵⁷.

Michel Foucault en su libro “Vigilar y Castigar”, argumenta como los mecanismos de “poder” han permitido dar lugar a una “sociedad disciplinaria”, en la que “la visibilidad de unos pocos por la mayoría ha sido reemplazada por la visibilidad de la mayoría por unos pocos, y cuya muestra de poder soberano quedaba sustituido por la normalización del poder

⁵⁵REIG, Ramón. Medios de Comunicación y Poder en España. Op. Cit.: s.p.

⁵⁶RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Op. Cit.: 32.

⁵⁷Ibid.: 143.

de la contemplación”⁵⁸. La imagen que evidencia la relación entre poder y visibilidad fue el “Panóptico de Bentham”⁵⁹ en el que la visibilidad implicaba un medio de control, aspecto similar a la comunicación mediática que ha sido utilizada con el propósito de vigilar.

El enfoque propuesto por Foucault fue cuestionado en la medida en que el Panóptico:

“Hace a mucha gente visible por unos pocos, permitiendo ejercer el poder sobre una mayoría sometida a un estado de permanente visibilidad, el desarrollo de los medios de comunicación proporcionaba los medios mediante los que muchas personas pueden reunir información sobre unos pocos y, al mismo tiempo, hacerlos aparecer ante la mayoría; gracias a los media, son fundamentalmente aquellos que ejercen el poder, quienes quedan sujetos a cierto tipo de visibilidad. Sin embargo, este nuevo tipo de visibilidad mediática es muy distinto del tipo de espectáculo que Foucault distinguía en el mundo antiguo y en el Antiguo Régimen, ya que la visibilidad de los individuos y acciones está actualmente separada del hecho de compartir un lugar común; a partir ahí, ha quedado disociada de las condiciones y restricciones de la <interacción cara a cara>”⁶⁰.

Los medios de comunicación gracias a las tecnologías transparentan el ejercicio del poder, mientras que este, busca ser exaltado a través de la prensa en general:

“Los medios de comunicación, al modificar las viejas relaciones entre lo público, lo privado y lo íntimo, han creado un nuevo espacio público mediático

⁵⁸FOUCAULT, Michel. Vigilar y Castigar. Madrid, Siglo Veintiuno Editores S.A. 1994: 175.

⁵⁹El “Panóptico de Bentham” tiene en la periferia, una construcción en forma de anillo; en el centro una torre, con anchas ventanas que se abren en la cara interior del anillo. La construcción periférica está dividida en celdas, este panóptico es prototipo y paradigma de dicho poder, es espacio de disciplina y vigilancia.

⁶⁰THOMPSON, John. Los media y la modernidad. Op. Cit.: 179.

que no puede ser pensado desde el espacio público de todos. Ese es también el espacio de la política. Antes de las tecnologías de comunicación, la propiedad pública estaba ocupada no con la visibilidad del ejercicio del poder, sino con su exaltación. Los mediadores, entre las tentaciones de ocultamiento en el ejercicio del poder y la demanda social de visibilidad, son los periodistas. No son máquinas, sino seres humanos que miran las cosas con sus ojos y las relatan con sus palabras y que también asumen riesgos”⁶¹.

Si analizamos la influencia que ejerce el poder sobre los medios masivos, en el caso específico del Ecuador, la mayoría de grupos económicos se han preocupado por tratar de reproducir su ideología o de mantener su dominio con relación a las otras clases sociales a través de estos medios, los que en más de una ocasión han estado al servicio de dichos grupos para difundir sus ideas y al estar presente en ellos, han podido sobresalir, ganar mayor status y mantenerse vigentes en las actividades productivas del país.

“Se han estudiado los efectos de la comunicación asimétrica, del poder en la comunicación, de la comunicación como dominación, porque toda comunicación cumple una relación de poder. Por eso, hasta ahora la comunicación mediada por la televisión no puede librarse del poder que implica que ésta esté sujeta por los valores imperantes del mercado de la cultura y del mercado en general”⁶².

⁶¹LASO, José. ¿Síntomas?. *Hoy* (Quito), 16 marzo 2003: A4.

⁶²CAMARENA, Margarita y VALDÉZ, Andrés. “El poder de la televisión está en la audiencia”. (1997): s. p. Online. Internet. 19 noviembre 2002.

Desde que apareció la primera señal de televisión en el Ecuador, el Estado ha reducido considerablemente su compromiso social, en gran medida por la dependencia exterior, a la vez que el medio audiovisual, como sistema privado de control social, ha crecido en importancia, en cobertura geográfica, en extensión de audiencia, en tiempo de emisión, en influencia popular y por consiguiente, en su carácter de vehículo de promoción política y de conservación de imagen de prestigio de ciertos líderes, que la hacen ver como si fuese un verdadero y posiblemente, el principal “aparato ideológico de Estado”, en términos althusserianos, aunque en este momento, tenemos que hablar, según Roque Faraone, de un pequeño Estado nacional con menos poder que en tiempos del filósofo francés.

“Como instrumentos que hacen posible la comunicación y, por tanto, el conjunto de las relaciones sociales, los medios son objeto de un extendido fetichismo en la sociedad capitalista contemporánea, donde se les atribuyen cualidades positivas o negativas, que están lejos de poseer por sí solo, independientemente del uso que se les asigne y de las relaciones de propiedad que se establezcan sobre ellos. Tanto los que se maravillan como los que se aterrorizan por el poder de ‘los medios’ olvidan que este poder es solo un reflejo de las condiciones sociales en que éstos operan”⁶³.

Al decir poder, no nos referimos al poder económico o político con el que a simple vista relacionamos a este término, el que frecuentemente resulta coyuntural, a juzgar por Ramón Reig, el poder estable es el que está articulado entre sí, ya que perdura en el tiempo y es el que lo conforman las empresas de las finanzas, las telecomunicaciones, la construcción, la

⁶³TAUFIC, Camilo. Periodismo y lucha de clases. Quito, Productora de Publicaciones, 1987: 30.

electricidad, la energía y la información, ésta última será motivo de nuestro análisis ya que para todos es conocido que ella era y es poder. Esta ha sido la razón para que se comente que: “Al legitimar el orden institucional la prensa se institucionaliza a si misma y deleva al actor final lo publicado: quién enfoca es el poder, del cual la gran prensa forma parte. Una vez más se deleva que el poder de los medios surge de su condición de medios del poder”⁶⁴.

Por su influencia en toda estructura, el poder es “considerado como un elemento con capacidad para tratar de persuadir e influir sobre la ciudadanía gracias a que posee los resortes socioeconómicos e informativos para ello”⁶⁵. Dicho poder se ha consolidado paulatinamente, para lo cual necesita de una ideología que es “un sistema de representaciones sometida al sesgo de una perspectiva y de un interés particular”⁶⁶. Esta ideología, que puede ser definida como otro tributo del poder, es el núcleo central de la cultura masiva tal como lo explica Reig.

“Las estructuras no han matado al hombre ni las actividades del sujeto. Lo que mata la actividad informativa de la persona, condicionando por tanto a la sociedad, son los intentos manipulativos o manipuladores que proceden de la imposición. Porque las estructuras solamente pueden vivir en un sistema social y humano, libre y responsable. El ser de las estructuras es la estructura del individuo libre y responsable comprometido en sociedad”⁶⁷.

⁶⁴BRIGUET, Daniel. El poder de los medios: los medios del poder, Rosario, Anuario Vol. 1. Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, UNR, 1998: 3.

⁶⁵REIG, Ramón. Medios de Comunicación y Poder en España. Op. Cit.: 24.

⁶⁶Ibid.: 27.

⁶⁷SÁNCHEZ-BRAVO, Antonio. Manual de Estructura de la Información. Madrid, Fundación Ramón Arces, 1992:70.

La televisión como el poder desde sus orígenes, han demostrado que están estrechamente interrelacionados, la empresa periodística, frecuentemente, permanece sujeta a presiones externas que son las que en reiteradas ocasiones han determinado hasta donde llega la tan anhelada libertad de expresión que:

“Es una libertad concedida por el poder y, en consecuencia, limitable por el poder o incluso anulable por él; es la libertad de un grupo reducido de personas: periodistas y empresarios; y es ejercitada como una manifestación individual de libertad”⁶⁸.

Los periodistas producen divulgación de información no por libertad, sino en respuesta a su deber y función social, pero este proceso involucra a toda la sociedad por lo que:

“El Estado debe de contemplar como una de sus funciones esenciales la de proteger, entre otros derechos de la ciudadanía, el derecho de informar y ser informado, pues el ejercicio de un derecho fundamental de las sociedades modernas no puede quedar reducido a lo que dicten las leyes de un mercado controlado por un reducido oligopolio; tanto más cuanto la creciente complejidad del mundo hace imprescindible la información –en cantidad y calidad– para intentar no solo gobernarlo democráticamente, sino simplemente para poder comprenderlo y vivir en él”⁶⁹.

Todo comunicador y medio en general debe adoptar una posición política para que así, el público conozca a que debe atenerse al optar por su propuesta periodística, ya que

⁶⁸EXENI, José Luis. “Autorregulación del Periodismo: Reto Impostergable”. Íconos: Revista de la FLACSO (Quito), 5, (1998): 50.

⁶⁹ROCA, José. Política y comunicación. Madrid, Los libros de la catarata, 1999: 84.

ninguna información es inocente, sino todo lo contrario, cada noticia viene cargada de intencionalidad, aunque lamentablemente por la falta de criterio de los perceptores muy rara vez se llega a descifrar el real contenido de los mensajes.

“Los medios solo sirven para que esas élites vean transcritos sus discursos y sus boletines, ¿quién les informa, quién les previene, quién les dice los resultados reales de sus políticas o la ausencia de ellas en el país? Esas élites también son las culpables de la deriva que ha tomado la prensa porque, gracias a su poder, han incidido para que se ocupen en prioridad de ellas”⁷⁰.

La medios actúan como un grupo de presión que pueden llegar a condicionar las acciones de ciertos personajes públicos, de ahí, que en una de sus alocuciones al referirse al papel desempeñado por ellos, el Presidente Lucio Gutiérrez aseveró que: “cuando la prensa habla puede causar terremotos, pero cuando la prensa calla, se puede convertir en cómplice de la corrupción”⁷¹, con ello se demuestra su influencia en la cotidianidad de los pueblos.

“El escenario en el que se desarrolla el periodismo en relación con el poder a decir del investigador chileno José Joaquín Brunner, se identifica con cuatro antítesis: oposición entre competencia y monopolio, entre libertad y control, entre mercado y Estado y entre espectáculo y realidad”⁷².

⁷⁰“Un mea culpa necesario”. *El Comercio* (Quito), 21 julio 1996: A3.

⁷¹ Ecuavisa. Noticiero Contacto Directo. miércoles 19 marzo 2003.

⁷²BRUNNER, José Joaquín. “Comunicación y política en la sociedad democrática”. En *Medios de Comunicación en tiempos de cambio*, Contribuciones 2, Fundación Konrad Adenauer-Ciedla, Buenos Aires, 1996: 15.

La primera antítesis, tal como lo explica Brunner, tiene que ver con la tentación de concentración del poder sin control, tanto de los actores políticos como de los medios de comunicación, en una tendencia encaminada hacia el manejo oligopólico de la representación y de la información.

La segunda hace referencia a la tensión entre la libertad ilimitada que se atribuyen tanto los media como los periodistas y la amenaza permanente de control y regulaciones desde el poder político al ejercicio de la mencionada libertad.

La tercera oposición se plantea según la explicación de José Joaquín Brunner, como “ceguera colectiva”: los medios, con la mirada puesta en el mercado, advierten sobre los peligros de la concentración del poder por parte de los partidos políticos, sin admitir los riesgos de la concentración de la propiedad de los medios; y los políticos, con la obsesión por dominar el Estado, exigen apertura y transparencia en la comunicación, resistiéndose sistemáticamente a promoverlas en la política.

Finalmente, la cuarta antítesis asume la forma de un “pacto del espectáculo” en el que los políticos tienen la enfermiza necesidad de “estar en escena”, es decir, por aparecer en los medios (especialmente la televisión); mientras los periodistas terminan hechizados con la realidad que producen y llegan sinceramente a creer que solo existe –o merece existir– lo que se difunde en los medios; actitudes ambas que limitan notablemente no solo su percepción de la realidad, sino fundamentalmente la participación social tanto en la comunicación como en la política.

En esta controversial relación que cada vez se consolida entre poder y comunicación, se evidencia que no se pueden evitar los vínculos entre contiendas y compromisos, disensos y pactos, divorcios y complicidades tanto entre periodistas, propietarios de los medios de información y quienes ejercen el poder.

“A ello se añade muchas veces escandaloso, descontrolado y poco ético tránsito del periodismo a la política y de la política a los medios de comunicación, con nocivas idas y venidas, que asume la forma de curiosas metamorfosis y vulgar mimetismo de políticos que se vuelven periodistas y comunicadores que se dedican a la política, usando en los dos casos a los mass media como propósitos particulares y la información con fines utilitarios. Casos como éstos abundan en nuestro medio y son de sobra conocidos”⁷³.

En la actividad política de nuestros países, varios periodistas han aprovechado hábilmente a los medios como preámbulo para candidatizarse para algún cargo de elección popular y por la familiaridad que se construye con la audiencia a través de ellos, los resultados para estos personajes en la mayoría de ocasiones han sido favorables. Gracias a su programa en Radio Tarqui, Gustavo Herdoíza llegó a ser Alcalde de Quito, Polo Baquerizo de TC, logró ocupar una curul en el Congreso, la diputada Cinthia Viteri se dio a conocer en la pantalla chica años atrás cuando conducía un programa de ayuda social, Freddy Ehlers del programa “La Televisión”, ganó la elección de Parlamentario Andino, distinción que la comparte con la también periodista Juana Vallejo, Alfonso Harb comentarista deportivo fue recientemente electo diputado, al igual que Vicente Olmedo del

⁷³ BRUNNER, José Joaquín. “Comunicación y política en la sociedad democrática”. Op. Cit.:16.

desaparecido programa “Dentro y Fuera” y como ellos, en la última elección de 2002, los ejemplos están a la orden del día, ya que cada vez son más los comunicadores que forman parte del controversial grupo de periodistas que de la noche a la mañana optan por “hacerse” políticos, o de los políticos que deciden incursionar en la actividad periodística.

Muchos de estos profesionales buscan obtener protagonismo y es así como sucumben frente a la gente que ostenta el poder real, que como lo explica Chomsky, son los dueños de la sociedad, es decir, un grupo bastante reducido, esas élites, el mercado y los intereses económicos son los que en reiteradas ocasiones determinan el sesgo de las informaciones que nos transmiten a través de las grandes empresas informativas. “Estamos hablando del poder financiero empresarial, es decir el que controla los medios de información”⁷⁴.

“La prensa está para informar, evaluar, orientar, criticar, pero nunca para gobernar. Otra cosa es que abunden periodistas que, sin tapujos morales, salten de la opinión a la asesoría política camuflada, evadiendo el costo ético de tal decisión”⁷⁵.

“Influyentes sociólogos y politólogos sostienen que la televisión atenta contra la democracia. Pierre Bourdieu en un libro reciente dice que la televisión es ‘un peligro para la política y la democracia’. Por su parte, Giovanni Sartori sostiene que la televisión está transformando el sentido de la política y de la democracia porque personaliza la política, la representa como un espectáculo y se basa en apelaciones no racionales y emotivas. Pierre-André Taguieff argumenta que la

⁷⁴CHOMSKY, Noam y Ramonet, Ignacio. Cómo nos venden la moto. Op. Cit.:19.

⁷⁵RAMOS, Hernán. “La prensa no es igual al poder político”. El Comercio (Quito): A4.

televisión ha transformado al populismo en telepopulismo, esto es una forma de video-demagogia: el demagogo actúa sobre su audiencia dejándose ver más que haciéndose entender”⁷⁶.

Es necesario insistir, una vez más, en el papel fundamental que desempeñan los medios masivos de comunicación en regímenes democráticos, en los que mucho importa el periodismo e información. “La comunicación es la continuación de la política por otros medios, y la política es el escenario de la comunicación para otros fines”, manifiesta a propósito de esta temática José Luis Exeni.

“Cuando se hace referencia a nuestra sociedad como ‘sociedad de la información’ y a nuestras democracias como ‘regímenes de opinión’ se está planteando, sin duda, el papel de la comunicación en la creación de comunidades informadas, la representación de éstas en el ámbito público y el aporte de los media en la formación de agendas de discusión y reforma y en la discusión de políticas públicas”⁷⁷.

4. EL RÉGIMEN DE PROPIEDAD Y MODELOS DE TELEVISIÓN EN EL ECUADOR

En el Ecuador los sistemas de televisión por cable y televisión codificada terrestre se regulan por la Ley de Radiodifusión y Televisión, Ley Reformatoria a la Ley de

⁷⁶DE LA TORRE, Carlos. “Los Medios Masivos de Comunicación Social El Populismo y la Crisis de la Democracia”. Op. Cit.:21

⁷⁷EXENI, José Luis. “Autorregulación del Periodismo: Reto Impostergable”. Op. Cit.: 51.

Radiodifusión y Televisión y su Reglamento General; Convenio Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y sus Reglamentos; el presente Reglamento y demás normas que sobre la materia expida el CONARTEL. De acuerdo a estos organismos en nuestro país se conocen los siguientes modelos de cadenas televisivas:

4.1 TELEVISIÓN ESTATAL

Las estaciones públicas o estatales, son las destinadas al servicio colectivo, sin fines de lucro y no pueden cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza. Estos medios transmiten una programación cultural, educativa y de asuntos de interés general, tales como conferencias de índole pedagógico, agrícola, industrial, económico, de desarrollo social, de servicio a la comunidad, de orientación al hogar, es decir, que tales programas propicien el desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana.

En esta clasificación encontramos a las estaciones de radiodifusión de servicio comunal, las que pueden ser estaciones públicas, de televisión por cable, por satélite y de circuito cerrado, de audio, vídeo y datos, tal como se especifica en la Ley de Radiodifusión y Televisión ecuatoriana.

Las cadenas estatales nacieron al mismo tiempo que las dictaduras de los años cincuenta y no han gozado de credibilidad, ni rating (1 a 2%), frecuentemente han sufrido de mala administración y deterioro empresarial que ha sido la razón principal que no les ha permitido su autosustento económico, en este escenario se ve reflejado su retraso

tecnológico y a esto, hay que sumar los altos índices de corrupción a los que han permanecido expuestas.

El modelo estatal de televisión, en América Latina, ha debido enfrentarse a lo largo de varias décadas a un mínimo presupuesto financiado por el dinero público y a una autorización tardía para recibir publicidad, aspectos que han dificultado su crecimiento, por estas razones en nuestros países este tipo de televisoras han tenido una existencia sumamente pasajera.

En este continente los canales estatales se vieron obligadas a depender de donaciones provenientes de programas de gobiernos extranjeros, su personal ha sido mal remunerado y se han enfrentado a una tecnología poco desarrollada, muchas veces a causa de influencias burocráticas y políticas que no han permitido que se promueva esta experiencia, en respuesta a los intereses creados por parte de los empresarios de cadenas privadas que no aceptan la libre competencia de programación.

4.2 TELEVISIÓN PRIVADA

Las estaciones comerciales privadas de acuerdo a la Ley de Radiodifusión y Televisión, que rige en nuestro país, son las que tienen capital privado, funcionan con publicidad pagada y persiguen fines de lucro. En el Ecuador, este modelo de propiedad de televisión es el más conocido y dentro de esta clasificación se encuentran la mayoría de cadenas nacionales como es el caso de Ecuavisa y TC Televisión.

Estas televisoras que privilegian el carácter comercial son fuertemente cuestionadas por descuidar su responsabilidad social, democrática y ciudadana así como:

“La construcción del sentido colectivo de la sociedad que es también un asunto de la televisión comercial, dada su centralidad cultural, su tendencia hacia el monopolio en la propiedad, sus banales estilos de construcción de lo social y su precaria representación de la realidad política e histórica”⁷⁸.

El modelo privado de televisión que es financiado con publicidad ha logrado instalarse en el mercado, a la vez que generan programas relativamente competitivos que provienen en su mayor parte del suministro del mercado exterior. La dependencia exclusiva de la emisión televisiva fundada en la publicidad sin regulación del Estado, se caracteriza por producir una serie de consecuencias que se pueden resumir, conforme a las expresiones del docente e investigador Roque Faraone, de la siguiente manera:

1. El medio de comunicación se convierte en una escuela de consumo. Dallas Smyth podía decir que no se trata de programas de entretenimiento, información e instrucción (tal como lo sostiene la prestigiosa fórmula reithiana⁷⁹) con publicidad intercalada, sino que se trata de publicidad con intercalación de programas de entretenimiento, información e instrucción, a esto agrega que no son los medios quienes venden espacio o tiempo a los anunciantes para que éstos atraigan a sus eventuales clientes, sino que los medios venden audiencias adiestradas para el consumo y por consiguiente, toda la programación está al servicio de ese adiestramiento.

⁷⁸RINCÓN, Omar. La Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Op. Cit.: 98.

⁷⁹Esta fórmula debe su nombre al ingeniero escocés John Reith, quien fue el primer gobernador de la British Broadcasting Corporation, BBC de Londres, (1922 a 1938) y estableció los tres objetivos básicos para toda programación en los medios, es decir: educar, informar y entretener. Se puede decir que Reith es el arquitecto original de los medios de comunicación de servicio público.

2. El proceso de concentración industrial que la competencia determina por la naturaleza del sistema económico, se incrementa por la necesidad de la inversión publicitaria, que actúa como acelerador del proceso de concentración.
3. Los medios televisivos se convierten en estrechos aliados de los empresarios de productos y servicios industriales que necesitan ser anunciados.
4. Esta alianza productiva (TV-publicidad-industria) configura un poder económico que acentúa su influjo de control social, que convierten al aparato de poder del Estado en mero apéndice cada vez más dependiente. Este proceso se desarrolla paralelamente al aumento de la presión exterior sobre el pequeño Estado-nacional y dado que esa presión externa emana de un sistema socioeconómico que a su vez, es el que en última instancia, actúa como referente de dicha alianza productiva, no genera conflictos insolubles.
5. La alianza productiva no solo produce bienes y servicios, sino que a su vez provoca mensajes simbólicos y éstos, además de ser instrumentales como escuela de consumo y como aparatos ideológicos de Estado (instrumentos de control social), son también, los vehículos predominantes generadores de sentido en las sociedades contemporáneas.

4.3 TELEVISIÓN LOCAL Y NACIONAL

De acuerdo al alcance de los medios audiovisuales que conocemos en el Ecuador, tenemos a las cadenas de televisión local que son aquellas de menor cobertura, razón por la que están en la capacidad de cubrir una determinada zona, generalmente una ciudad o provincia y pueden ser sintonizadas en la mayoría de casos en UHF.

La tecnología del vídeo utilizada por la comunidad local permitió el fortalecimiento de televisiones locales, estas pequeñas estaciones tienen mayores problemas financieros en comparación con las cadenas nacionales, aquí cabe formularnos la pregunta:

“¿Cómo se mantienen los canales pequeños en el aire? Seguramente en algunos casos obtienen los fondos para operar gracias a aportes de ciertos grupos de poder que buscan representatividad. Nos referimos principalmente a partidos políticos. Incluso en 1999 año difícil para la economía, solo diez de las 231 televisoras existentes quebraron, y en 2001 el número se incrementó a 239 televisoras, es decir que en dos años se crearon 18 canales nuevos”⁸⁰.

Las cadenas de televisión nacional, generalmente son VHF y de gran alcance, por lo que dan cobertura a todo el país, su programación es de corte típicamente urbano, se torna universal, no focalizado y por esta razón se les cuestiona el hecho de que tienden a olvidar que un programa apropiado y fructífero para una región puede no serlo para otra zona, de ahí la necesidad de revisar los contenidos al considerar que los gustos y necesidades de los públicos son diversos.

En el caso de Ecuavisa, este canal que es una cadena de televisión nacional, pese a que por su cobertura podía tener una programación compartida para todo el país, desde sus primeras emisiones, ha mantenido una señal exclusiva para la región Costa y otra para la Sierra, situación diferente a la que ocurre con TC Televisión, medio que siendo nacional prefiere mantener la misma programación tanto para la Sierra como para la Costa.

⁸⁰Investigación Ekos. “¿Sabes quién TV?”. Op. Cit.: 30.

4.4 TELEVISIÓN SATELITAL Y POR CABLE

“¿Aburrido de los programas que trae la televisión nacional? La alternativa para quienes buscan un menú más amplio de programas televisivos es sin duda el servicio de televisión pagada o por suscripción, también conocida como televisión por cable”⁸¹.

En el Ecuador este servicio puede ser provisto de tres diferentes maneras: por cable físico, por señal de aire codificada o por satélite, en nuestro país existen aproximadamente 76 compañías que utilizan cable físico, 28 que prestan sus servicios a través de la señal de aire codificada y dos lo hacen por vía satelital. “En la SUPTTEL no existe un registro oficial del número de usuarios de TV por Cable. Extraoficialmente se conoce que son 150 mil familias de Quito y Guayaquil cada una con un promedio de 4 miembros por familia”⁸².

Se denomina como Sistema de Televisión por Cable aquel que transmite por línea física señales de audio, vídeo y datos, destinado exclusivamente a un grupo particular privado de suscriptores o abonados del sistema, que disponen de receptores de estas señales. Está formado por la estación transmisora, la red de distribución por línea física, los decodificadores de ser el caso y los receptores de abonado por cable.

En la Ley ecuatoriana se llama Televisión por Satélite a las estaciones que permiten la difusión unilateral de señales de audio, vídeo y datos desde satélites artificiales de la tierra; éstas pueden ser de captación directa por parte del público en general o codificadas que no permiten que su recepción esté dirigida al público en general.

⁸¹“La televisión de cable usa tres vías en el país”. El Comercio (Quito), 23 octubre 2001: A8.

⁸²“La TV por Cable”. HOY (Quito), 16 marzo 2003: A1.

Al comentar, en diversas conferencias, sobre los innovadores avances en la televisión por cable y satélite, el francés y especialista en información Gerard They, explica que debido a la convergencia tecnológica entre ordenadores, telecomunicaciones y medios de comunicación de masas en todas sus modalidades, se formaron y disolvieron consorcios globales/regionales a una escala gigantesca. Es así, como “las compañías telefónicas, los operadores de la televisión por cables y las televisiones por satélite compitieron y se fusionaron para protegerse de los riesgos del nuevo mercado”⁸³.

A criterio de Roque Faraone, ante la ausencia de una política de servicio público en donde no se regula la publicidad, la televisión abierta tiende a la saturación publicitaria que produce una fatiga en los telespectadores y orienta a muchos de ellos a la adquisición de las videocassetas, para escapar de la publicidad y poder arrendar filmes que pueden ser vistos sin cortes publicitarios. Esta situación, es la que favoreció el surgimiento del sistema de televisión por abono (cable u otros sistemas) sobre todo en las concentraciones urbanas.

El cable se ha extendido en otros países por razones diferentes, (en general geográficas o demográficas) y en algunos casos no se ha ampliado por la acción reguladora u ordenadora del Estado. Pero, sería un error considerar que este sistema de televisión es una necesaria consecuencia de la modernización tecnológica, la calidad de los programas de la televisión abierta (que sean financiados exclusivamente por la publicidad o que tengan otro financiamiento público, socializado) incide en la creación de una necesidad social que permita al público contar con mayores opciones para educarse, entretenerse e informarse a través de este medio.

⁸³CASTELLS, Manuel. La Sociedad en Red. Op. Cit.: 399.

Esta innovadora manera de comunicación satelital y por cable, son consideradas como: “verdaderas ventanas al mundo globalizado donde los televidentes pueden ver canales de Estados Unidos, España, Francia, Italia, Alemania, Portugal, muchos de ellos con su programación enteramente doblada al español para mayor acceso al gran público”⁸⁴.

En nuestro país el surgimiento del sistema de televisión pagada respondió a la decisión de grandes empresas propietarias de tres canales privados de escala nacional, los servicios por cable más difundidos y que cada vez cuentan con mayor número de suscriptores son: Univisa y TV Cable, en cuanto al más conocido medio satelital que presta sus servicios en todo el Ecuador es Direct TV.

“Los sistemas de televisión pagada tienen ventajas entre sí. Por ejemplo, el cable no experimenta interferencias que sí se producen en las señales aéreas. Pero las señales aéreas tienen una mejor recepción y su cobertura llega a lugares en donde no existe el cableado”⁸⁵.

Frente a esta nueva oferta televisiva nos preocupa que en la pantalla chica nacional que es numerosa en cantidad, aproximadamente 246 canales en UHF y VHF, pero, fuertemente criticada por su calidad, esté a punto de enfrentarse a una crisis de impredecibles consecuencias, ya que paulatinamente se incrementa el número de usuarios que se subscriben al sistema de televisión pagada y consecuentemente, por la inversión que esto representa prefieren disfrutar de la programación que se transmite a través de estos sistemas en vez de soportar la mediocre calidad de este medio.

⁸⁴RUBIANO, Roberto. “Una mirada crítica a la TV nacional”. *Diners* 239, (Quito), abril 2002: 22.

⁸⁵“La televisión de cable usa tres vías en el país”. *El Comercio*. Op. Cit.: A8.

4.5 EL DEBATE SOBRE LA TELEVISIÓN PÚBLICA ACTUAL

En estos momentos asistimos a una constante discusión sobre el papel que desempeña la Televisión Pública en América Latina, para lo que debemos empezar por precisar que este modelo de televisora no es sinónimo de la televisión gubernamental o del Estado. Estas estaciones aparecieron como respuesta a las diversas y múltiples necesidades de los públicos por contar con medios “alternativos” de comunicación que den respuesta a la homogeneización en lo cultural, político e ideológico a la que estamos expuestos con los medios privados, recientes investigaciones demuestran que apenas un 20% de televisoras en nuestro continente, responden a este modelo de comunicación que se caracteriza porque son canales cuya finalidad no es el lucro.

A inicios del siglo XXI la Televisión Pública se convierte en tema prioritario en la agenda de reflexión y de acción del campo de la comunicación y la política, razón por la que Omar Rincón comenta que este modelo, es aquel que privilegia el carácter público para superar su visión comercial y ganar su densidad ciudadana, la Televisión Pública es aquella que nos relata como devenimos colectivo social, este interés se ubica en la relevancia política, cultural y social que se le da en nuestras sociedades al carácter “público” del servicio de televisión.

La Asamblea general de la ONU, declara al 21 de noviembre como día mundial de la televisión, desde 1995, este tema inmediatamente pasa a constituirse en preocupación

política de dicha organización internacional, de esta manera el medio audiovisual alcanzó la agenda institucional de lo prioritario para el desarrollo, la paz y la democracia.

“La televisión junto a las mujeres, el ambiente, el respeto a la diversidad étnica es uno de los temas considerados necesarios para la construcción de la sociedad plural, equitativa y justa que se quiere, sin embargo, como toda declaración hecha al calor del populismo y la ignorancia burocrática, este reconocimiento político a la televisión no le ha servido para transformarse en sus procesos de creación y actuación social”⁸⁶.

Omar Rincón comenta que las televisiones públicas del mundo se reúnen cada año alrededor de INPUT (International Public Television Screening), para analizar las estrategias que gobiernos, sociedades, productores y realizadores quienes están empeñados en reivindicar a este medio de comunicación como un lugar social de todos, una alternativa audiovisual para el encuentro de la sociedad que permita el fomento de los derechos de los ciudadanos y el reconocimiento de la pluralidad social que nos habita.

En nuestro continente se practican políticas que estimulan a la privatización de este medio audiovisual, mientras se busca encontrar una mejor gestión y misión para las televisoras públicas que hasta hace poco, se caracterizaban por su aburrida oferta de programación y su alto costo de funcionamiento, esta onda neoliberal, a criterio de Rincón, apuesta por canales de Televisión Pública autofinanciados y menos dependientes de los presupuestos oficiales, lo cual permite que dichas estaciones se vean abocadas a crear

⁸⁶RINCÓN, Omar. La Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Op. Cit.: 15.

programas que compitan en calidad con las estaciones comerciales en la generación de audiencias masivas.

Frente a la crítica constante a la función educativa y cultural de la televisión no son los contenidos, ni los políticos, ni los académicos los que deciden lo que es educativo, manifiesta Rincón, sino que se comienza a repensar la televisión desde las necesidades y expectativas de las audiencias. Por esta razón, se acentúa la preocupación por hacer televisión de calidad, para crear ofertas específicas para los públicos infantiles que comienzan a aparecer como una problemática fundamental y brindar mensajes útiles y cercanos para los televidentes juveniles, al igual que a los ancianos y todas las minorías excluidas de la pantalla chica, la Televisión Pública logra de esta manera, convertirse en el medio central para la discusión de los proyectos éticos de los diversos países.

El chileno Valerio Fuenzalida considera que la Televisión Pública puede y debe estar constituida por un conjunto de Canales Universitarios tanto privados como del Estado, bien sean en cable o UHF, los que deben gozar de amplia cobertura geográfica y de públicos, a esta clasificación se suman los Canales Municipales, Canales Regionales (modelo regional-nacional, el más claro ejemplo de ello, es la Cadena de Televisión ARD en Alemania) y los Canales pertenecientes a la Iglesia bien sean en cable, UHF o VHF.

Estos medios necesitan de un organismo que haga de Consejo Nacional de Televisión, que les permita desarrollar una Reforma con nuevos conceptos en programación, administración y financiamiento, a la vez deben someterse a constantes monitoreos y

estudios, así como a consejos de participación, además de gozar de autonomía más del Estado que del Gobierno porque los fondos del primero de ellos influye políticamente.

Estas televisoras sin fines de lucro nos permiten apreciar que la característica esencial de un medio público no es la propiedad que, tal como lo señala Fuenzalida, puede ser variada, ni cuenta con un determinado contenido ya que pueden ser muy heterogéneos, al igual que la forma de financiamiento que es diversa y para ello, nos presenta algunos ejemplos como: la BBC (canon sin publicidad), Televisión Pública Alemana (canon y 10% publicidad), RAI y RTVE (50% publicidad), TVN (95% publicidad).

La misión y función de este tipo de medios es la de promover el pluralismo, al igual que la sustentabilidad de la democracia política, dicha función de información plural se presenta en una estructura que asegure la dirección autónoma del Gobierno, además, debe practicarse la dependencia de los poderes públicos del Estado, para lo que resulta indispensable contar con un directorio que internamente represente el pluralismo, integrando las legítimas diferencias político-culturales significativas en cada país, dicho directorio debe estar constituido por personas con diferentes sensibilidades, pero de mutua confianza pública que permitan la gobernabilidad empresarial del medio por largos plazos.

En cuanto a los fondos publicitarios, a juicio del teórico chileno, éstos son frecuentemente acusados de “establecer” la programación, más aún en épocas de determinismo ideológico que produce por sí un sesgo, toda vez que la publicidad externa o el fin de lucro interno de la empresa repercute en las compañías televisivas, ya que la

publicidad necesita a la televisión como la televisión a la publicidad, ya que entre ellas se produce una constante interacción con grandes repercusiones en las sociedades pequeñas.

Todo dinero implica poder e influencia, por lo que el financiamiento en una red pública para que no sea víctima de la corrupción, preferentemente debería ser autofinanciada por diversas fuentes como son los fondos concursables públicos y privados, donaciones bien sea de fundaciones o corporaciones, en lo concerniente a la publicidad se aspiraría que ésta sea el resultado de la venta de programas y servicios ya que la diversidad de fuentes de financiamiento equilibra potenciales sesgos, o se puede optar por un financiamiento mixto: con fondos propios, auspicios, donaciones, fundaciones, publicidad, entre otros.

El debate sobre este medio recién empieza y esta propuesta se deberá convertir en tema prioritario de la agenda social y política en Latinoamérica, tal como ha ocurrido en Chile y Colombia, en este último país, Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón escriben una declaración de principios que imaginan una televisión pública, cultural y de calidad, este documento constituye el texto fundador y manifiesto de este estudio. (Ver Anexo 1)

Al hablar sobre Televisión Pública, Omar Rincón sugiere que en nuestros países se debe empezar a pensar en los medios y lo público, que permitan la construcción de una esfera común, en la cual se dé reconocimiento social, ejercicio de ciudadanía, aspectos en los que aún falta mucho por trabajar, al igual que en la expresión de identidades que sean el espacio para reflexionar sobre los diversos modelos de gestión, financiamiento, producción, realización, narrativas y estéticas de las televisiones públicas y que deben producir programas llamativos que no descuiden su esencia, es decir, los aspectos relacionados a los

temas educativos y culturales, para ello, no hay que incurrir en el frecuente error de trasladar el aula de clase a las pantallas.

“La Televisión Pública no puede convertirse en el lugar para el abuso gubernamental y fuente de burocracia manejada por políticos de saber aritmético de votos; ineficiencia administrativa que las ha convertido en empresas sin futuro, en su conceptualización y puesta en programación se diagnostica un flagrante desconocimiento de la diversidad étnica, la pluralidad cultural y la multiplicidad de voces que habitan o conforman las identidades locales, así mismo, han terminado produciendo tele-basura; programas efímeros, sin memoria, sin búsquedas, sin intenciones, ya que no experimentan en estéticas, narrativas, temáticas, estilos, sensibilidades. Las políticas estatales de televisión, cuando las hay, parecieran siempre estar formuladas para acabar con la posibilidad de que muchos más ciudadanos, más voces, más temáticas, más estilos se expresen por la pantalla pública”⁸⁷.

5. HISTORIA DE LOS MARCOS LEGALES EN EL ECUADOR

“La televisión nace en el Ecuador, en 1959, con algunas características que la diferencian en el escenario latinoamericano: la Ley de Radiodifusión la describió en su origen como ‘industria de publicidad’ (atributo que supervive a despecho de los intereses del país). Esta singularidad merece el siguiente

⁸⁷RINCÓN. Omar. La Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Op. Cit.: 23.

comentario de IPAL-UNESCO (1987): ‘La orientación de la televisión ecuatoriana se define claramente en los estatutos que la legislan, los cuales consideran a las actividades relacionadas con la televisión como industria de publicidad. En ningún de los otros casos examinados en este estudio se define a la televisión de esta manera. ‘La empresa privada y en especial las élites poderosas y excluyentes, se aseguraron que el Estado obviara la necesidad de crear un sistema público de televisión’⁸⁸.

Durante el régimen militar se comenzaron a dictar normas sobre el sistema de comunicación televisiva que reputaban como leyes, tanto en lo público como en lo privado, por lo que, ante la necesidad de que en el país se cuente con un ordenamiento legal tanto para sus medios de comunicación radiales y televisivos, en el gobierno de Guillermo Rodríguez Lara, se expidió la Ley de Radiodifusión y Televisión el 2 de abril de 1975, que se publicó en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de aquel año.

Dos décadas más tarde y por la facultad que la Constitución Política del Estado otorga al primer mandatario, en la administración de Sixto Durán Ballén, se reglamentaron ciertos aspectos contemplados en la Ley de 1975, con lo que la Ley Reformatoria fue expedida el 20 de abril de 1995 y publicada en el Registro Oficial No. 691 el 9 de mayo de ese año.

En la sociedad ecuatoriana la televisión ha surgido y se ha desarrollado ante la indiferencia del Estado, pese a que en todo momento, han habido estrechos vínculos entre

⁸⁸“La televisión en el Ecuador”. (1997): 1p. Online. Internet. 29 noviembre 2002.

el poder político y el poder comunicacional ejercido, especialmente, por una minoría privilegiada de empresarios.

A lo largo de la dictadura militar, nada escapaba al control autoritario, dicha situación fue evidente a través de las pantallas que se convirtieron en una muestra constante y por demás grosera de un país convertido en cuartel. En la época civil, las evidencias de esta estrecha relación entre poder político y poder comunicacional cada vez se han tornado mucho más sutiles.

Entre las disposiciones generales se establece que tanto el control técnico como administrativo de las estaciones de radiodifusión, -término que se refiere a todos los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión-, estarán a cargo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, SUPTEL, institución que vigilará el correcto funcionamiento de las mismas.

La concesión de las frecuencias tanto para radio y televisión, le competen al Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, CONARTEL, que autorizará a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones, SUPTEL, las concesiones de frecuencias para los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión, siempre de acuerdo a las normas técnicas, administrativas, planes de uso de frecuencias y los convenios internacionales ratificados por el país.

Durante la presidencia de Gustavo Noboa, el Congreso Nacional ante la necesidad de realizar reformas de diversa índole a la Carta Política del Estado, remite a la Comisión

Especializada Permanente de lo Económico, Agrario, Industrial y Comercial, el “Proyecto de Ley Fundamental para la transformación Económica del Ecuador”, más conocida como Ley “Trole”, signada con el N° 21-421, de iniciativa del Ejecutivo, calificada como urgente en materia económica.

En cuanto a las reformas a la Ley Especial de Telecomunicaciones se sustituye el Capítulo VII del Régimen de libre competencia, por el Artículo 38 en el que se dice textualmente: “Todos los servicios de telecomunicaciones se brindarán en régimen de libre competencia, evitando los monopolios prácticas restrictivas o de abuso de posición dominante, y la competencia desleal, garantizando la seguridad nacional, y promoviendo la eficiencia, universalidad, accesibilidad, continuidad y la calidad del servicio, salvo lo establecido en los contratos de concesión vigentes, que podrán conceder un régimen de exclusividad temporal y regulada”.

El régimen de libre competencia observará los compromisos internacionales adquiridos en el Ecuador en materia de exclusividad regulada de frecuencias, señala la Constitución ecuatoriana. En el Artículo 39 se trata sobre la “Protección de los derechos de los usuarios”, ya que todo usuario tiene derecho a recibir el servicio en las condiciones contractuales estipuladas con el proveedor del servicio, ya que dichas condiciones no serán modificadas unilateralmente sin consentimiento, salvo por fuerza mayor a ser indemnizados por el incumplimiento a dichos términos contractuales por parte del proveedor del servicio.

El Estado garantiza el derecho al secreto y a la privacidad del contenido de las telecomunicaciones. Queda prohibido interceptar, interferir, publicar o divulgar sin

consentimiento previo de las partes la información cursada mediante los servicios de telecomunicaciones, bajo las sanciones previstas en la ley para la violación de correspondencia. Los operadores de redes y proveedores de servicios deberán adoptar las medidas necesarias, técnica y económicamente aceptables, para garantizar la inviolabilidad de las telecomunicaciones.

Finalmente, el Estado determinará a través del reglamento de la presente Ley, los mecanismos para que los derechos de los usuarios sean garantizados y satisfechos, incluyendo las modalidades para la solución de los reclamos. Mediante procedimientos arbitrales o de mediación.

En lo referente a la televisión por cable y televisión codificada, en la Ley de Radiodifusión y Televisión ecuatoriana, se especifica que la autorización no comprenderá la prestación de servicios de telecomunicaciones cuya competencia corresponde al Consejo Nacional de Telecomunicaciones de conformidad a lo establecido con la Ley Especial de Telecomunicaciones y sus Reformas.

La SUPTEL es la llamada a administrar y controlar todas las bandas del espectro radioeléctrico, por lo que según la Ley, la concesión de las frecuencias se otorga mediante escritura pública suscrita ante esta institución del Estado.

Todo concesionario de una empresa televisiva en el Ecuador, deberá regirse a la Resolución y Reglamento que fue aprobado en forma definitiva en la sesión del 21 de octubre de 1999 y reconsiderado en sesión del 4 de noviembre de dicha fecha, el presente

Reglamento, entró en vigencia a partir de su publicación en el Registro oficial. (RCONARTEL 1003-CONARTEL-99. Registro Oficial No. 325 / 24 de noviembre de 1999). Con lo que quedan derogadas todas aquellas resoluciones, disposiciones y normas similares o equivalentes, dictadas con anterioridad por el CONARTEL, así como, por la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Tal como lo especifica la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones, en armonía con el artículo 121 de su Reglamento, establecen que los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión, se regirán por las normas de la Ley de Radiodifusión y Televisión, por tanto los medios, sistemas y o servicios de televisión (por cable y codificada terrestre), pasan a ser competencia del CONARTEL.

La Ley Especial de Telecomunicaciones prescribe que los servicios de radiodifusión y televisión, se sujetarán a la Ley de Radiodifusión y Televisión, tanto la televisión por cable y codificada terrestre son servicios de televisión y constituyen medios de comunicación social que benefician a la población nacional. De acuerdo a los avances tecnológicos, es imperativa la regulación de todos los ámbitos de su competencia; así como especificar los niveles de gestión y promover una adecuada aplicación de esta Ley. En el presente Reglamento se norma la concesión, instalación, operación, explotación y control de los sistemas de televisión por cable y televisión codificada terrestre en el territorio nacional, así como, los servicios de valor agregado propios de la radiodifusión y televisión ecuatoriana.

Todos aquellos medios, sistemas o servicios de telecomunicaciones no correspondientes a radiodifusión y televisión, incluyendo los respectivos servicios públicos de valor

agregado, no son de competencia de la Ley de Radiodifusión y Televisión sino que serán regulados por el organismo pertinente.

El Congreso Nacional dio paso a las reformas presentadas el año pasado, por la entonces diputada Nina Pacari, estas nuevas normas para la radio y la televisión ecuatoriana constarán en los cambios a la Ley Reformativa a la Ley de Radiodifusión y Televisión, que son estudiadas por el Ejecutivo.

“La iniciativa, entre otras cosas, regula el funcionamiento de las radios comunitarias. Éstas podrán surgir por iniciativa de una comunidad u organización indígena, afroecuatoriana, campesina o cualquier otra, cuyo trabajo se oriente a la consolidación intercultural y social, defensa de los valores humanos e históricos. Además, podrán autogestionar el mejoramiento y operación de sus instalaciones, equipos y pago de personal. Esto se hará con donaciones, mensajes pagados y publicidad”⁸⁹.

Acorde a estas reformas los requisitos, condiciones, potestades, obligaciones a las que deben regirse los canales comunitarios, son similares a los que establece la Ley para las estaciones privadas con fines comerciales. Entre estas reformas, se especifican las sanciones a los medios que a través de sus programas promuevan violencia física y psicológica, en donde se utilice a niños, mujeres, jóvenes y ancianos, igualmente las sanciones serán para los espacios en donde se motive al racismo, comercio sexual, pornografía, consumo de drogas, intolerancia política o religiosa.

⁸⁹“Nuevas normas para la radio y TV en camino”, El Comercio (Quito), 20 septiembre 2002:A9.

“El director, editor, dueño o responsable de un medio de comunicación responderá por las afirmaciones sin pruebas, inexactas que se difundan en contra de una persona. Quien fuera afectado podrá exigir al medio de comunicación su rectificación en forma obligatoria, inmediata y gratuita y en el mismo horario espacio o tiempo”⁹⁰.

Entre las normas se dispone que, el operador garantice que todo suscriptor del servicio de televisión por cable, esté en la posibilidad de elegir automáticamente entre la programación que se presenta en este sistema al igual que en la televisión abierta. Pese, a que estas reformas fueron presentadas meses atrás, el Congreso dio paso a estas nuevas normas, a pesar de no contar con el aval de los gremios profesionales de radio y televisión.

En la práctica, los televidentes no tienen garantías para satisfacer sus derechos como tales, así lo explica María José Troya, ya que de acuerdo a la Ley Orgánica de la Defensa del Consumidor, se especifica que “consumidor es quien paga por un servicio, y en la televisión abierta no se da esa relación, cosa que si ocurre con la televisión por cable, que estaría sujeta a cumplir con lo especificado en el contrato de prestación de servicios”⁹¹.

La Constitución ecuatoriana no cuenta con una Ley que defienda al telespectador que busca programas de calidad, ya que hablar de ello resulta muy subjetivo, comenta María José Troya a la vez que señala que en los diferentes espacios de control, si se podría regular

⁹⁰“Nuevas normas para la radio y TV en camino”, El Comercio, Op. Cit.

⁹¹Entrevista: María José Troya. Directora de la Tribuna del Consumidor. Quito, 5 febrero 2003.

la programación que se presenta a través de las pantallas, sin que esto conlleve a atentar contra la libertad de expresión.

A criterio de María José Toya lo ideal sería optar por mecanismos prácticos que preanuncien una imagen o programa fuerte, además de respetar los horarios al emitir una programación o publicidad no apta para menores de edad, sería positivo contar con un “defensor del televidente”, pero que no sea una mala copia de lo que es el “defensor del lector”, toda vez que su función no es justificar al medio, sino, ponerse en la posición del público y para ello, debería tener independencia de éste, argumenta la presidenta de la Tribuna del Consumidor.

“En la Ley del Consumidor, lo que si se trata es que la publicidad transmitida a través de los medios no debe ser engañosa ni abusiva, tiene que decir la verdad, en este sentido si hay sanción para el proveedor quien tiene que reparar los daños ocasionados a través del mismo medio, e incluso pagar una multa”⁹².

6. RAZONES POR LAS QUE SE ESCOGIERON LOS CANALES ECUAVISA Y TC TELEVISIÓN

“Diariamente, un hogar ecuatoriano pasa frente al televisor un promedio de ocho horas, lo que equivale al 33% del día. La televisión se ha convertido en parte esencial de nuestra vida; nos despertamos, comemos y dormimos con ella, a tal

⁹²Entrevista: María José Troya. Op. Cit.

punto que para muchos jóvenes es imposible estudiar sin el ‘arrullador’ sonido de algún programa de televisión”⁹³.

En el país en la década de los noventa, el número de aparatos de televisión se triplicaron, estudios revelan que hay un receptor por cada tres habitantes, con lo que el Ecuador se ubica en el segundo lugar en Latinoamérica en tener el mayor número de televisores, por lo que la expansión de este medio es evidente y pese a tener una gran oferta, seis cadenas son las preferidas entre ellas, Ecuavisa y TC Televisión.

En esta tesis, se propone realizar un análisis de la historia económica de estos dos canales con cobertura nacional, que por cierto, son reconocidas empresas que cuentan con gran aceptación por parte del público, la primera de ellas con un indiscutible amplio número de telespectadores serranos y la segunda es una cadena con un numeroso público, especialmente, de la región Costa, estos medios representan de cierta manera la idiosincrasia de los habitantes de dichas zonas.

Los canales seleccionadas para el presente análisis, pese a contar con un presupuesto limitado, propio de varios medios en nuestro continente, han logrado incursionar en los avances no solo de tecnología sino de programación, que de acuerdo a datos publicados en la Revista Ekos, en el año 2002 se proyectaron con una inversión publicitaria de 70 millones de dólares, además, una película costaba 5.000 dólares y por una telenovela se podía llegar pagar la cantidad de 300 dólares hasta 3.000 dólares por cada capítulo.

⁹³Investigación EKOS. “¿Sabes quién TV?”. *Ekos* (Quito), 2002:29.

“Ecuavisa ha sido la realización de un sueño, la concreción de la idea de hacer televisión de calidad, que ha respondido, en gran medida, a las expectativas cada vez más exigentes del público. Desde su fundación en 1967, esta cadena se comprometió a satisfacer a su teleaudiencia, para ello, y a base de un constante trabajo se convirtió en un leal y auténtico vocero de la opinión pública”⁹⁴ .

Con 35 años de vida y gracias a la energía tanto creativa como empresarial de Xavier Alvarado Roca, este medio ha llegado ha transformarse en una auténtica empresa televisiva de gran posicionamiento en el ámbito nacional, razón por la que ha logrado ser reconocida como “el canal más prestigioso y creíble del Ecuador que ha podido surgir y mantenerse por la entereza de alguien que avizoró la trascendencia de este medio audiovisual”⁹⁵.

Televisora Nacional C.A. Ecuavisa tiene como misión de ser una empresa competitiva conformada por personas eficientes y altamente especializadas, con una estructura estable e integrada en equipos de trabajo motivados y comprometidos con la visión y valores del medio para que produzca, a la vez que difunda, programas de calidad tanto para el público como para sus anunciantes. Con la visión de ser líderes nacionales en la producción, difusión de información y entretenimiento por televisión, esta cadena poseedora también de los medios impresos del Grupo Vistazo, ha logrado generar un valor agregado tanto al personal, como a los clientes y a los accionistas de esta empresa.

⁹⁴Vídeo: “Memorias 35 años”. Producción Rolando Pachana. Libreto Cristian Cortéz. Ecuavisa. 1 marzo 2002.

⁹⁵MÁRQUEZ, Lola. “Ecuavisa 35 años con la gente”. Vistazo 834 (Quito), 21 marzo 2002: 59.

Pero, si hablamos de propietarios de medios de comunicación y grupos de poder influyentes, tenemos obligatoriamente que prestar atención a la Cadena Ecuatoriana de televisión C.A. TC Televisión Canal 10, televisora representativa de la Costa que cuenta una con una variada programación que promueve, a la vez que apoya al talento nacional.

Desde sus orígenes TC Televisión Canal 10, ha permanecido vinculado con la familia Isaías, que como ya lo señalamos es poseedora de una de las mayores fortunas del Ecuador y por ende, ligada a otros sectores económicos, razón por la que frecuentemente ha sido cuestionada su pluralidad y objetividad ya que en más de una ocasión han debido ser juez y parte de muchas de las informaciones que transmitían, especialmente, a consecuencia de la quiebra de Filanbanco S.A.

Los Isaías representan a un verdadero patrimonio que empezó a gestarse desde 1912, año en que el libanés Emilio Isaías Abihana, llegó al Ecuador e incursionó en los más variados y exitosos negocios del país. Ahora, casi un siglo después se puede afirmar que en todos los sectores productivos del Ecuador está presente el capital de esta familia.

La cadena privada Ecuavisa con “De la Vida Real” y “Vivos”, lidera el tan codiciado rating al que se lo conoce como:

“Un tesoro preciado para los canales de televisión. En el Ecuador solo existe una empresa oficial que mide la audiencia, Ibope Time. Edgar Duque, gerente de Ibope, sostuvo que el rating es un porcentaje referido a personas, hogares o a un grupo objetivo, que en un tiempo determinado ven televisión. El rating hogares

es la audiencia de los televisores encendidos en un canal de TV; mientras que los grupos objetivos son las personas que ven los programas”⁹⁶.

Ibope Time sostiene que las series y los espacios de humor son los fuertes de Ecuavisa, a esto se suman sus noticieros con gran audiencia tanto en la Costa como en la Sierra, en el caso de TC, gracias a programas como “Ni en vivo ni en directo”, “Mi Recinto” y el talk show “Maritere en el Ecuador”, favoritos en Guayaquil, han logrado ubicar a esta cadena en el consolidado a escala nacional, aunque muy por debajo de la otra televisora.

“Ecuavisa tiene una programación muy variada y en general se la asocia con producción nacional y telenovelas brasileñas de gran calidad, lo que le ha llevado a tener un tercio de participación en el mercado total. TC se asocia con programas de concursos y los llamados talk shows”⁹⁷.

Televisora Nacional C.A. Ecuavisa ha logrado ubicarse en un sitial de reconocimiento, gracias a telenovelas famosas que marcaron un hito en este género, el más recordado ejemplo fue “Café con aroma de mujer”, de ahí en adelante, se abrió la puerta a las producciones exitosas en las que se entrelaza el realismo mágico con el humor colombiano, novelas que a propósito, pasaron a ser de las más requeridas de América Latina. En el caso de TC Televisión, este canal prefiere optar por los libretos previsibles y agotados provenientes, especialmente, de México y Venezuela.

⁹⁶A la caza del rating”. *El Universo*. (Guayaquil), 20 enero 2002: A7.

⁹⁷Investigación Ekos. “¿Sabes quién TV?”. Op. Cit.:32.

“Líderes” publicó una investigación el 3 de febrero de 2003, ahí reveló que la fortaleza de Ecuavisa es su propia infraestructura, el 69% de los programas son enlatados, el 30% es producción exclusiva del canal, el 1% es producción externa (coproducción o venta de espacios); en TC priman producciones cómicas y telenovelas el 46% de la programación es producción exclusiva del canal, el 36% son enlatados y el 18% es producción externa, este canal ha establecido alianzas con televisoras extranjeras, de todas maneras piensa fortalecer la producción interna sobre todo en lo relacionado al entretenimiento.

“Según Fabián Ayala, gerente de marketing de Ecuavisa, lo más importante es el rating hogares. La parte comercial es de gran interés, porque la publicidad está dirigida al comprador”⁹⁸. En este país los enlatados son los que dan mayor rating aunque no dan, precisamente, imagen a un canal, de ahí el comentario del empresario Fidel Egas, propietario de Teleamazonas: “es lamentable que un programa cultural tenga muchísima menos sintonía que una telenovela”.

Ecuavisa al igual que TC Televisión, son dos cadenas que están empeñadas en obtener una buena ubicación en la lista del rating, aunque esto les obligue a recurrir al nada ético y tan criticado periodismo de crónica roja, situación que se evidenció en días pasados cuando en Cayambe, quemaron vivo a un presunto violador y asesino. Estos dos medios fueron los únicos que cubrieron la noticia, la que por cierto, fue narrada con total frialdad mientras las espeluznantes imágenes que transmitían, dejaban ver al hombre agonizante frente a la cámara y con la advertencia de “imágenes sin editar”, no solo que se ganaban la exclusiva,

⁹⁸“A la caza del rating”. El Universo. Op. Cit.

sino y lo que es peor, se atentaba contra los derechos fundamentales de todo ser humano, que frecuentemente son violentados en nuestros medios masivos.

TC pone especial énfasis a sus notas de crónica roja que no solo por el fondo, sino por la forma en que son tratadas resultan desagradables para la mayoría del público, particular al que no nos había acostumbrado Ecuavisa, por lo que al respecto este medio audiovisual fue objeto de la siguiente crítica: “Llama la atención la situación de ese canal, que durante muchos años ha liderado la sintonía en noticieros, con altas dosis de credibilidad”⁹⁹.

Lo que se espera de la prensa es que trabaje con mayor responsabilidad, más aún si recordamos las frases de Jeffrey Schrank quien en su libro “Comprendiendo a los medios masivos de comunicación”, al referirse a la pantalla chica aseveró que: “la televisión es como una droga. Los televidentes habituales son adictos a ella y necesitan su dosis diaria para salir adelante”¹⁰⁰. Por eso, y por el poder que goza este medio, se deberían realizar programas con mayor contenido investigativo, para cumplir así con los preceptos para los que fueron creados, es decir, entretener, educar e informar.

A base de los datos proporcionados por el Consejo Nacional de Radio y Televisión, CONARTEL, a inicios del año 2003 existieron 190 medios televisivos en VHF y 56 en UHF, es decir 246 canales de televisión abierta, lo que equivale a un promedio de más de 10 canales por provincia y 81 televisoras por cable.

⁹⁹RICAURTE, César. “El penoso día en que la TV se hizo eco de un crimen”. El Comercio (Quito), 19 enero 2003: C3.

¹⁰⁰SCHRANK, Jeffrey. Comprendiendo a los medios masivos de televisión. México, Publigráficos S..A., 1989: 212.

Según una investigación revelada en la Revista económica Ekos, el 98% de la inversión publicitaria del país se la reparten exclusivamente seis medios audiovisuales como son: Ecuavisa, Telesistema, Gamavisión, TC Televisión, Teleamazonas y Sí TV.

7. DIFERENTES FORMAS DE CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL DE LA TELEVISIÓN ECUATORIANA

“La Empresa Informativa es la explotación de una organización constituida por un grupo de especialistas que se valen de determinados procedimientos técnicos para difundir un contenido simbólico entre un público vario, heterogéneo y disperso, con evidente espíritu de lucro”¹⁰¹.

En el Acta final de la Conferencia de Ginebra sobre la Libertad de Información celebrada en el año de 1948, se señala que “se debe entender como Empresa Informativa a toda Empresa de Prensa, Cine o Radiodifusión” éste último término a su vez, según la Conferencia de Atlantic City, celebrada en 1947, comprendía tanto a las emisoras sonoras, como audiovisuales, cuya actividad regular consiste en recoger, elaborar o difundir mensajes de contenido diverso.

Pedro Pinillos y Suárez manifiesta que la Empresa Informativa se forma de la combinación de tres fuerzas de gran importancia: Espirituales (ya que toda empresa basa sus actividades en una serie de motivaciones determinadas, obedeciendo a unas leyes de tipo ideológico, estilista, artístico entre otros aspectos pertinentes), técnicas (tienen que ver

¹⁰¹PINILLOS Y SUÁREZ, Pedro. La Empresa Informativa. Madrid, Ediciones del Castillo S.A., 1975: 41.

con el montaje técnico, es decir, los equipos necesarios para su funcionamiento) y económico-administrativas (de éstas depende la organización de toda la empresa, como son las inversiones, las expectativas, la organización contable, las relaciones públicas internas, los estudios de mercado entre otras, aquí constan los ingresos por venta, transmisión, proyección, representación del producto apto para ser utilizado por el televidente y, la otra es la proporcionada por la publicidad).

“Lo importante, es que tras cada información, tras cada noticia, tras cada comunicación, hay una empresa y esa empresa se mueve en unos ambientes en los cuales influye y es influida. De ahí, el interés por estudiarla ya que en ella se mide cómo la empresa influye sobre las masas”¹⁰².

Las empresas Ecuavisa y TC Televisión como la mayoría de medios masivos en el Ecuador, pertenecen al sector privado, que es el que comprende a todas aquellas sociedades con o sin personería jurídica, con o sin fines de lucro y cuyas actividades se desenvuelven en el campo del Derecho privado.

Es evidente, dice Pedro Pinillos y Suárez, que para la sociedad de masas la Empresa Informativa constituye un importante bastión en orden a lo que puede suponer:

- a) Como medio de distracción, al ocupar con sus medios el más amplio ocio del que disfruta en mayor grado la sociedad.
- b) Como medio de información, al tener al mundo al tanto de lo que ocurre a su alrededor.
- c) Como medio de elevación de la cultura, al incrementar los conocimientos del pueblo.

¹⁰²PINILLOS Y SUÁREZ, Pedro. La Empresa Informativa. Op. Cit.:42.

d) Como medio de dispersión de la opinión pública, a través de la explotación de hechos con relevancia política. En una palabra, añade el autor, la Empresa Informativa interviene activamente en la vida de toda la población, ya que como muy bien se ha dicho, el mundo moderno no podría vivir sin energía ni sin información.

El Código Civil define a la sociedad o compañía como el contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común (servicios, industria o trabajo apreciables en dinero), con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan. La sociedad forma una persona jurídica, distinta de sus miembros individualmente considerados. Por el origen del capital las sociedades pueden ser nacionales, extranjeras y mixtas.

La clasificación legal de acuerdo a la Ley de Compañías del Ecuador (Art. 2), contempla las siguientes especies:

1.- Compañía en nombre colectivo 2.- Compañía en comandita simple 3.- Compañía en comandita por acciones 4.- Compañía de responsabilidad limitada 5.- Compañía de economía mixta 6.- Compañía accidental o cuentas en participación 7.- Compañía holding o tenedora de acciones 8.-Compañía o sociedad anónima.

Ecuavisa y TC Televisión son compañías anónimas, cuyo capital dividido en acciones negociables, está formada por la aportación de los accionistas, que responden únicamente por el monto de sus acciones (Art. 143). Este tipo de compañías, en nuestro país, es el más divulgado y el más propicio para desarrollo de las acciones económicas. En la Ley de Compañías (Art. 147) se señala que estas sociedades se constituyen con dos o más accionistas. Si contratare compañía una institución de derecho público o de derecho privado

con finalidad social o pública (semipública), por excepción puede formarse una compañía de esta especie con esa sola entidad.

El capital suscrito de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América, (de conformidad con las normas puntualizadas en el numeral 4 de los requisitos para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada), este capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) o, incluso, en dinero y especies, siempre que éstas, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

La sociedad anónima establece un capital autorizado que es el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Este cupo no podrá excederse del doble del importe del capital suscrito. Lo expresado para el caso de aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal para la construcción de la compañía limitada, es válido para la constitución de la sociedad anónima.

La Ley de Radiodifusión y Televisión señala que para la constitución de una empresa televisiva, el único organismo del Estado que autoriza concesiones para operar, explotar e instalar sistemas de televisión por cable o televisión codificada terrestre es el CONARTEL y además se deberá presentar una escritura pública suscrita en la Superintendencia de Telecomunicaciones. (Ver Anexo 2)

CAPÍTULO II

ECUAVISA – TC TELEVISIÓN

“La prensa debe mantener una independencia política y económica de los grupos de poder, ya que esa es la única manera de salvaguardar la objetividad y el profesionalismo”.

Leonardo Ponce

2.1 LOS ORÍGENES DE TELEVISORA NACIONAL C.A. ECUAVISA

“El 22 de agosto de 1966 en la Cima del Cerro del Carmen, en la ciudad de Guayaquil se colocó la primera piedra de lo que sería la construcción del nuevo canal del Ecuador, inspirado en la misma filosofía periodística de la Revista Vistazo y el 1 de marzo de 1967 salió al aire como ‘Canal 2 de TV’ que, según las mediciones de sintonía ha liderado en todo el país durante 35 años”¹.

El vídeo de Ecuavisa titulado “Memorias 35 años”, reseña que bajo la dirección del empresario Xavier Alvarado Roca empezó a ejecutarse un proyecto ambicioso que estaría ubicado en el lugar más estratégico de la ciudad de Guayaquil, el Cerro del Carmen. Es así, como arranca la construcción del nuevo medio televisivo y en un tiempo récord de cuatro meses está listo el edificio, en dos meses se completa el ensamblaje de los equipos electrónicos y de transmisión de la RCA y de la General Electric, a lo largo de este lapso el personal está completo.

¹ Vídeo: “Memoria 35 años”. Producción Rolando Pachana. Libreto Cristian Cortéz. Ecuavisa. 1 marzo 2002.

El 1 de marzo de 1967 entra en funcionamiento “Canal 2 de TV”, que con su cobertura llega a los diferentes hogares del Ecuador con una imagen nítida y un sonido claro, cualidades que con el tiempo no solo se han mantenido, sino que han sido mejoradas.

Mariano Merchán Director Nacional de Comercialización de Ecuavisa, recuerda los orígenes de esta televisora de la siguiente manera:

“Primeramente se cubría solo Guayaquil, al poco tiempo que se decidió llegar a Quito, Xavier Alvarado tuvo una gran visión de no solo hacer una repetidora, sino más bien, hacer un canal de televisión autónomo, de esta forma Canal 8 cubría el centro norte del Ecuador y Canal 2 desde Guayaquil el centro sur”².

El 21 de junio de 1970 se constituyó la Cadena de Televisión Nacional Cía. Limitada Canal 8, conformada por la Compañía Anónima El Comercio y Editores Nacionales S.A. Tras varios meses de preparación y pruebas, Canal 8 inició sus transmisiones de programación diaria en blanco y negro, con la apertura de este medio, se hizo realidad el proyecto ambicioso y futurista nacido de la visión y entusiasmo de Jorge Mantilla Ortega.

Al inicio, Ecuavisa Canal 8 fue fundado por Jorge Mantilla Ortega quien ejercía el cargo de Director del Diario “El Comercio”, mientras que Xavier Alvarado Roca se desempeñaba como Director de “Vistazo” y “Canal 2 de Guayaquil”, los dos empresarios de la comunicación decidieron hacer sociedad. Pero, a mediados de la década del ochenta Alvarado Roca compró la mayoría de acciones al Diario Independiente “El Comercio”.

² Vídeo: “Memoria 35 años”. Op. Cit.

“Se puede decir que Leonardo Ponce puso la primera piedra de lo que hoy es Ecuavisa Quito. Dejo la subgerencia de diario El Comercio y la gerencia de Radio Quito y se embarcó en la aventura de crear Canal 8. Recuerda que, en persona, ayudó a instalar las antenas en el Pichincha, abriendo camino con un camión oruga del Ejército. Luego vino la compra de los equipos, que fueron adquiridos a la RCA de los Estados Unidos, y lo más complejo: la salida al aire, con programas en vivo, porque en ese tiempo no existía la grabación en vídeo”³.

Alfonso Espinosa de los Monteros⁴ presentador de Televistazo, se desempeña a la vez como Vicepresidente de Noticias de Ecuavisa y es quien nos narre que:

“El canal que estaba en la competencia en aquella época leía en los noticieros, nosotros no, desde el primer día nos decidimos a hacer periodismo televisado, a crear la noticia para la televisión, a recurrir a las fuentes con nuestras propias iniciativas. Eso significó a la vez que, cultiváramos una posición ética que es lo que le ha dado solidez a esta empresa como medio de comunicación”⁵.

Los primeros programas de Ecuavisa tanto para Guayaquil como para Quito, tuvieron tres objetivos simples y claros: informar, entretener y educar a una sociedad ávida de información, en donde se aprovechó al máximo lo novedoso de la televisión de aquellos años. El público no se limitaba a escuchar por radio, sino que podía observar a los

³ RUBIANO, Roberto. “Una mirada crítica a la TV nacional”. *Diners* (Quito), 239, abril 2002: 22.

⁴ Es el periodista ecuatoriano que más tiempo ha laborado en el mismo noticiario de televisión, desde el 1 de marzo de 1967. Durante todo este tiempo ha trabajado para la cadena televisiva Ecuavisa, razón por la que ostenta el récord a nivel latinoamericano de permanecer ininterrumpidamente al aire en el mismo canal.

⁵ Vídeo: “Memoria 35 años”. Op. Cit.

principales personajes del acontecer nacional y lo más importante, paulatinamente se familiarizaba con la credibilidad de los talentos de pantalla de aquella época.

Dos personajes representativos de Ecuavisa, nos relatan como empezó este canal a constituirse en un medio de difusión, Mariano Merchán rememora los inicios de la siguiente manera: “Creo que más que la improvisación fue lograr aprovechar la experiencia de todos quienes estábamos en ese tiempo vinculados con el medio y sobre todo, el gran cariño y el amor que teníamos por la televisión”⁶.

Espinosa de los Monteros recuerda el inicio y los problemas superados por Ecuavisa:

“Fueron años difíciles, sobre todo por la limitación de recursos técnicos de facilidades. Pero, fueron años hermosos por ser exigentes en cuanto a la parte creativa y teníamos una libertad absoluta, el público empezaba a descubrirnos, valoraba más que los resultados, los esfuerzos que hacíamos”⁷.

Hubieron momentos controversiales, sobre todo cuando la política empezaba a influir en el desenvolvimiento del medio, el propio Espinosa de los Monteros dice que:

“Esto fue cuando el Dr. José María Velasco Ibarra se había declarado dictador en su último gobierno el 22 de julio del 70 y había asumido la alcaldía de Guayaquil el Dr. Francisco Huerta Montalvo que era muy joven, tenía 30 años de edad. Él hizo acusaciones que las fundamentó en una exposición pública en Canal 2 de TV en Guayaquil, donde hacía referencia a ciertas negociaciones o

⁶ Vídeo: “Memoria 35 años”. Op. Cit.

⁷ Ibid.

contratos que se dieron en el gobierno del Dr. Velasco Ibarra, esto motivó una reacción de parte del gobierno y el Dr. Huerta fue apresado en el estudio y al segundo siguiente en que terminó su intervención, nuestras cámaras lo registraron y transmitieron al público todo lo acontecido. De nuestra parte, protestamos porque lo consideramos un atropello desde todo punto de vista a la libertad de expresión, por haber entrado a la fuerza a un medio de comunicación en una actitud poco apropiada para las circunstancias”⁸.

Al referirse a este suceso José Espinoza, quien se desempeñaba como jefe de la videoteca de Ecuavisa se acuerda que: “Tuvimos que abandonar el medio porque vinieron los militares, se adueñaron del canal y nos sacaron a culatazos”⁹.

Una vez superados los inconvenientes, el reto era obtener una programación variada, fue así como Ecuavisa se preocupó por transmitir programas de corte periodístico como: “Vistazos Culturales”, “Mesa Redonda”, “Ante la Prensa”, “Estadio en Canal 2”, “Hogar en Canal 2”, con relación al primero de estos programas cabe señalar que “Vistazos Culturas”, supo ganarse la adhesión de varios televidentes, en este espacio se entrevistaban a artistas nacionales destacados en actividades como pintura, escultura y música. La teleaudiencia ya no se conformaban con mirar el televisor, sino que visitaban los estudios del nuevo canal, tal es así que la “Escuelita Cómica” y “El Atardecer Yeye”, marcaron un hito en la televisión nacional, “El Show de Shows”, y “El Show de la Tarde”, fueron algunos de los programas favoritos de esta cadena televisiva.

⁸ Vídeo: “Memoria 35 años”. Op Cit.

⁹ Ibid.

Conforme a las expresiones de Leonardo Ponce, la televisión en sus inicios era más mágica, “la gente acudía al canal para presenciar estos espacios. Programas tan memorables como el del famoso muñequito Toqui, hace muchos años causó la clausura del canal por hacerle una broma al presidente Velasco Ibarra en época de inocentes”¹⁰.

“La Palabra Secreta” y “Escoja su Pareja”, conducido por José Ulloa pusieron la nota de entretenimiento para los telespectadores de aquella generación. Algo muy importante de resaltar es que las producciones y los comerciales se realizaban en vivo, ya que al no existir las vídeo caseteras la realización de la publicidad demandaba un esfuerzo mayor.

Entre los dramatizados de Ecuavisa se destacan, “El Cristo de nuestras angustias” y “Cartas de Amor”, con respecto a la primera obra, en ella se reflejaba la resistencia de un hombre que debió enfrentarse a los avatares de la vida y tanto el autor como protagonista de este drama fue Alberto Borges, en tanto que el segundo programa, fue protagonizado por Toty Rodríguez y Alfonso Espinosa de los Monteros, en estas historias semanales de 60 minutos la llegada del vídeo tape agilitó el trabajo e incluso el resultado fue más vistoso. En cuanto a las escenografías y sus creadores, éstas también se han constituido en parte del éxito de Ecuavisa por haber contribuido a la magia de la televisión.

La señal de Ecuavisa se ha transformado en un poderoso instrumento de comunicación masiva, gracias a la tecnología satelital ha podido presenciar los sucesos en el instante en que ocurren en cualquier parte del mundo, este medio ha tenido el privilegio de entregar al Ecuador las imágenes en los momentos trascendentales de la humanidad, tal como ocurrió

¹⁰ RUBIANO, Roberto. “Una mirada crítica a la TV nacional”. Op. Cit.: 22.

con: la llegada del hombre a la Luna, confrontaciones bélicas como la “Guerra del Golfo Pérsico”, sucesos impactantes para el país como la visita del Papa Juan Pablo II, la firma del “Acuerdo de Paz con el Perú”, las trágicas inundaciones producidas por el “Fenómeno del Niño”, los gloriosos momentos deportivos como el triunfo de Jorge Delgado, las victorias de Rolando Vera, Andrés Gómez, la histórica medalla de oro ganada por Jefferson Pérez, la clasificación de nuestra selección al mundial de fútbol, entre los más destacados.

Con el noticiero del medio día este canal salió al aire y durante 35 años “Televistazo”, se ha convertido en el más antiguo programa informativo de la televisión nacional que ha defendido la libertad de expresión, ha investigado y denunciado la corrupción del Ecuador y el mundo. Esta cadena televisiva en sus primeras presentaciones “para hacer el noticiero, utilizaba película de 16 milímetros que una vez revelada se enviaba, por avión, a Guayaquil, y viceversa, para que las dos ciudades estuvieran informadas”¹¹.

Varias series se han convertido en éxitos, gracias a la pantalla de Ecuavisa entre algunos de los ejemplos: “El súper agente 86”, “Yo amo a Lucy”, “Los Ángeles de Charlie”, “ El Show de Bill Cosby”, “Plaza Sésamo”, “Los Pitufos”, fueron de los espacios más destacados que se han podido disfrutar a lo largo de este tiempo a través de esta televisora que ha procurado mantener una programación con variedad y equilibrio para satisfacer todos los gustos y entre ellos, por supuesto, el de las amas de casa, quienes vibran o se entristece con las historias de amor que se han presentado a través de esta pantalla con telenovelas provenientes desde México, Venezuela y Brasil, entre las más destacadas están: “La Tormenta”, “La Heredera”, “Más Allá de la Muerte”, la denominada novela de las

¹¹ RUBIANO, Roberto. “Una mirada crítica a la TV nacional”. Op. Cit.: 22.

8h00, se ha transformado en todo un suceso: “Leonela”, “La Dama de Rosa”, “Doña Bella”, “Xica Da Silva”, “Terra Nostra”, “Lazos de Familia”, “El Clon”, han sido algunos de los inolvidables éxitos. Esta empresa actualmente cuenta con producciones colombianas caracterizadas por su originalidad y calidad, Ecuavisa no descuidó la programación nacional: “La Chica de Malta”, “Los que Vendrán”, “Vuelo 103”, “La muerte llega mañana”, “Por amor propio” y proyectos ambiciosos como novelas y miniseries: “Ángel o Demonio”, “María Soledad”, “La Baronesa de Galápagos”, “A la Costa”, “Valeria”, “Isabela”, “Dejémonos de Vainas”, “La Batalla de Jambelí”, “Ángel de Piedra”, fueron producciones que pese a sus altos costos han logrado salir al aire en esta pantalla.

El decenio del ochenta fue la “década de oro” para esta cadena y connotados artistas desfilaron en la pantalla de este medio de comunicación que se preocupó por el público joven, televidentes que ahora representan a su audiencia más importante, razón que motivó para que presenten en “Vídeo Show”, a los intérpretes que causaron furor en aquella época.

Para los noventa, los gustos de la teleaudiencia cambiaron y Ecuavisa también, esa fue la década de los grandes adelantos tecnológicos, es así como este medio dejó los estudios y se decidió a realizar conciertos masivos con la presencia de los cantantes del momento.

Estar en nuestras pantallas es un compromiso en esta labor de todos los días, una gran responsabilidad, esa ha sido la razón para que en se hayan forjado figuras que se han convertido en paradigma de la información, entretenimiento y orientación de la comunidad, como el genio, pionero y maestro de la televisión nacional el “Gallo del Cerro” Alberto Borges, los mensajes del Padre Fernando Amores, las entrevistas de Bernard Fougères, la

cocina de María Rosa, a periodistas como: Gloria Gallardo, Douglas Arguello, Roberto Aspiazu, Andrés López, Xavier Segarra, entre otros talentos que se forjaron en este medio.

En estos 35 años de sucesos, programas, personajes e historias, se ha demostrado que en este tercer año del nuevo milenio, Ecuavisa se compromete a ofrecer la mejor programación para sus televidentes, en la producción nacional figuran espacios como: “Quién quiere ser millonario”, “Vivos”, “Pasado y Confeso”, “De la Vida Real”, “Qué Familia”, “Esta Clarito”, e incursionó con la realización del género de moda en todo el mundo, que transmitido desde Argentina controversialmente hace pública la vida privada es decir, el “reality show” de la franquicia holandesa “Gran Hermano”, que se sitúa entre los programas con mayor rating de la televisión ecuatoriana. En noticias, “Contacto Directo” y “Televistazo”, se han ganado la credibilidad del público, al igual que el espacio de opinión “Cero Tolerancia”, documentales, trabajos de investigación, deportes, series, miniserias, largometrajes y súper producciones impactantes se pueden disfrutar a través de esta cadena.

“El mérito de este canal no solo es aportar con credibilidad, sino y fundamentalmente hacer un periodismo libre y responsable, con profesionalismo y ética que le han permitido que durante este tiempo conquiste su preferencia y por esa incondicional confianza de la teleaudiencia, este canal ha sido testigo y partícipe de la historia del país. Han sido años de triunfos y aprendizajes, con una sólida base para aportar retos y poder decir que Ecuavisa es, fue y será, la televisión del Ecuador”¹².

¹² Vídeo: “Memoria 35 años”. Op Cit.

2.2 LA ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DE TELEVISORA NACIONAL C.A. ECUAVISA

El directorio de Televisora Nacional C.A. Ecuavisa se conforma de la siguiente manera:

- Presidente: Xavier Alvarado Roca
- Vicepresidente Guayaquil: Xavier Alvarado Robles
- Vicepresidente Quito: Leonardo Ponce
- Gerente General: Juan Patricio Jaramillo
- Jefe Técnico: William Solórzano
- Jefe Técnico: Xavier Cevallos
- Gerente de Programación: Iti de Donoso
- Director Creativo: Carlos Luis Jurado

Por medio de un oficio remitido el 12 de febrero del 1987, el Gerente General de Televisora Nacional Telenacional C.A. Raúl Andrade, se dirigió al Director Nacional de Frecuencias Javier Muñoz, para comunicar que Canal 8 Televisora Nacional, en virtud de su nueva administración ha suscrito un contrato de asociación con Ecuavisa, representado por Canal 2 de Guayaquil y Corporación Ecuatoriana, para fines de promoción y comercialización, sin que ninguna de ellas pierda su identidad, su propia programación y su manejo administrativo interno. En la Superintendencia de Telecomunicaciones reposa el contrato de afiliación entre Canal 2 de TV de Guayaquil y Canal 8 de Quito. (Ver Anexo 3)

En la actualidad Ecuavisa Quito es una compañía limitada, mientras que en Guayaquil es una sociedad anónima. Televisora Nacional Compañía de Responsabilidad Limitada (Telenacional C.Ltda.), se constituyó con esta denominación mediante escritura pública de treinta de junio de mil novecientos sesenta y nueve y se halla inscrita en el Registro

Mercantil, Tomo cien, la Compañía se constituyó con un capital de un millón de sucres, de acuerdo a la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, hasta la primera quincena del segundo mes de 2003, el capital social de Televisora Nacional C.A. Ecuavisa era de 300.000 dólares, divididos en acciones por ser una compañía anónima.

Esta estación responde al modelo comercial-privado, que funciona con el sistema de televisión VHF, en cadena con la misma y simultánea programación que la matriz, el presidente ejecutivo Xavier Alvarado Roca, es quien ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía y la administra de conformidad a la Ley.

2.3 COMPOSICIÓN DEL CAPITAL ACCIONARIO DE ECUAVISA

Esta empresa televisiva en sus inicios repartía su capital accionario entre Xavier Alvarado Roca en Guayaquil y Jorge Mantilla Ortega en Quito, propietarios de sus respectivas compañías que eran completamente independientes. En estos momentos la composición del capital accionario en Televisora Nacional C.A. Ecuavisa es la siguiente:

Accionistas	<ul style="list-style-type: none">• Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A.• Cristina Mantilla Mosquera• José Amador Thome
Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A.	<ul style="list-style-type: none">• Ana Alvarado Robles• Javier Eduardo Alvarado Robles• Silvia Alvarado Robles• Editores Nacionales S.A.• Inmobiliaria ALCOR• Inmobiliaria ROALVA• Inversiones BG S.A.• Inversiones Nacionales S.A.• Royan Internacional (Panamá)

Editores Nacionales S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • Rosa Alvarado Roca • Inmobiliaria ALCOR • Inmobiliaria BG S.A. • Royan Internacional (Panamá)
Inmobiliaria ALCOR	<ul style="list-style-type: none"> • Cecilia de Alvarado • Xavier Alvarado Roca • Ana Alvarado Robles • Xavier Eduardo Alvarado Robles • Silvia Alvarado Robles
Inversiones BG	<ul style="list-style-type: none"> • Rodrigo Bustamante Granda • Isabel Peñafiel de Bustamante • Ana Bustamante Peñafiel • Rodrigo Bustamante Peñafiel
Inversiones Nacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Rosa Alvarado Roca • Xavier Alvarado Roca • Alfredo Alvarado Roca • ALCOR • ROALVA • ROYAN
ROALVA	<ul style="list-style-type: none"> • Rosa Alvarado Roca • Francisco Alvarado Roca • Francisco Alvarado Gonzáles

2.4 LA RELACIÓN ECONÓMICA ENTRE ECUAVISA–UNIVISA Y OTROS SECTORES PRODUCTIVOS

Ecuavisa es una gran empresa que pertenece a Xavier Alvarado Roca, un “periodista nato” a decir de Leonardo Ponce, quien explica que esta televisora desde sus orígenes se interesó por desenvolverse exitosamente en el mundo de los medios de comunicación, ya que su propietario era hijo del fundador de Revista Vistazo y del Grupo de Editores Nacionales. Tal como nos lo explica el directivo de esta televisora en Quito, Leonardo Ponce: “Ecuavisa ha mantenido una independencia política y económica, porque por ser un

medio de comunicación, la única forma de salvaguardar la objetividad es al no tener ningún nexo con otros sectores políticos o económicos”¹³.

Ecuavisa es la señal de televisión abierta, mientras que Univisa “Máxima atracción en tu TV”, es el sistema de televisión codificada terrestre, esta empresa inició su funcionamiento como “Simón Cable sin Cable”, pero, el 1 de noviembre de 1994 adopta el nombre de “Univisa S.A.”, a partir de esa fecha hasta la actualidad presta sus servicios en varias provincias del país, el Presidente de esta empresa es Xavier Alvarado Robles.

El Presidente de Editores Nacionales S.A. ENSA es Xavier Alvarado Roca, los Vicepresidentes son: Rodrigo Bustamante Granda, Francisco Alvarado Roca y Rosa Amelia Alvarado Roca. La mencionada empresa fundó el 4 de junio de 1957 “Revista Vistazo”, impreso que aborda temas de política, tecnología y ciencia de la actualidad nacional e internacional, dicho medio ha logrado posicionarse como “la revista del Ecuador”, gracias a su independencia política, su equilibrio, investigación e integridad.

“Revista Estadio”, desde 1962 es líder en recopilar las diversas disciplinas deportivas; “Revista Hogar”, a partir de 1964 se especializa en tratar temas relacionados con la mujer actual; “Revista Generación 21”, aparece en 1996 es experta en abordar los más diversos aspectos de interés para los jóvenes del nuevo siglo como farándula, música y los más variados eventos de toda índole; “Revista Crecer Feliz”, es la guía práctica que a partir de 1987 da las pautas para que los padres contribuyan para el mejor cuidado y desarrollo del recién nacido desde el momento de su concepción; “Revista Seventeen”, de reciente

¹³ Entrevista. Leonardo Ponce. Vicepresidente de Ecuavisa, Quito 24 enero 2003.

creación en octubre de 2002, trata sobre una amplia temática de farándula, moda y otras actividades referidas a la adolescencia. Las revistas de Editores Nacionales S.A. son impresas en Ensagrafic, imprenta que pertenece a la familia Alvarado, así como la cadena internacional Telemundo en Ecuador. Cabe indicar que todas las compañías de estos empresarios se caracterizan por ser completamente autónomas.

2.5 EL APARECIMIENTO DE LA CADENA ECUATORIANA DE TELEVISIÓN C.A. CANAL 10 TC TELEVISIÓN

En Guayaquil a los 9 días del mes de julio de 1969 se constituyó la Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10 (C.E.T.V.), su fundador fue el industrial Ismael Pérez Perazo. Poco tiempo después, la empresa pasó a pertenecer a La Filantrópica más tarde conocida como Filanbanco, propiedad de Nahín Isaías Barquet. En ese entonces, su cuadro directivo se constituyó con las siguientes personas: Gerente General Jorge Pérez Pesantez, Gerente de Ventas Ricardo Game Valdivieso, Jefe de Producción Nicolás Navas Puy.

“Para su organización está dividido en dos grandes secciones: Operaciones, cuyos locales se hallan en los cerros Azul y El Carmen de Guayaquil y Administrativa, localizada en el centro de la urbe. Sus departamentos son: administrativo, producción, creatividad, ingeniería, ventas y noticias”¹⁴.

Los equipos constaban de dos transmisores RCA y Sony ubicados en Cerro Azul y Cerro El Carmen de la ciudad de Guayaquil, así también, se adquirió uno de marca Harris y

¹⁴ MORA, Alba Luz. La televisión en el Ecuador. Guayaquil, Editorial AMAUTA, 1982: 141.

gracias a su amplia cobertura, el antes llamado “Telecentro” logró adquirir antenas repetidoras en todo el país.

El Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, otorgó a la Cadena Ecuatoriana de TV C.A. Canal 10 la respectiva autorización para la prestación del servicio de televisión en el área de operación de todo el territorio ecuatoriano, excepto en la Región Insular por no poseer satélite, la estación matriz de esta empresa se encuentra en el Cerro El Carmen de la ciudad de Guayaquil. Telecentro era un canal regional que nació con la misión de servir a la comunidad y por la visión de sus directivos años después instaló sus oficinas en Quito, no solo para ampliar su cobertura, sino para producir con mayor diversidad y calidad.

“Este medio llega con su señal a ciertas ciudades del Oriente, no así a Galápagos aunque hay que recordar que hace pocos años atrás, se grababa la programación de TC Televisión para transmitirla en la Isla con un día de retraso, pero, por la tecnología satelital hay otro medio televisivo, Gamavisión, que cubre esta zona, por lo que ya no tiene sentido que TC pregrabe los programas”¹⁵.

“Telecentro” para producir un golpe de efecto y posicionarse en la teleaudiencia, decidió cambiar su nombre comercial por “TC Televisión”, los promotores de esta innovadora manera de llamar a esta cadena emprendieron en una llamativa y costosa campaña publicitaria que se caracterizó por el famoso y recordado “sucuchucupau”. A partir de ello, esta empresa se empeñó en renovarse para lograr ganar y mantener la aceptación de los televidentes sobre todo de aquellos que prefieren la producción nacional.

¹⁵ Entrevista: Francisco Suárez, Jefe Técnico TC Televisión, Quito 10 enero 2003.

TC Televisión como todo medio de comunicación busca educar, entretener e informar al público que gusta de programas memorables como el espacio cultural “Ecuadorianísima”, conducido por el siempre recordado Antonio Hanna, hombre público que logró resaltar las bellezas turísticas, la cultura y la esencia de nuestra nacionalidad. En la década de los ochenta toda la juventud prefería al programa educativo que sirvió de inspiración a otros similares, “Quién sabe, sabe”, en donde no solo se ilustraba al público, se incentivaba a la sana competencia de los estudiantes de colegios de todos los rincones del Ecuador, sino que incluso unía a los jóvenes de la Sierra y la Costa a través de la sana competencia, tal como lo sostenían los animadores Francisco Cabanilla y Ana Buljubasich.

En entretenimiento nadie supera al programa símbolo de TC Televisión, “Haga Negocio conmigo” conducido por “el eterno perdedor”, Polo Baquerizo, quien por la acogida de su público y pese al tiempo transcurrido conserva el estilo, la comicidad, el coqueteo e incluso el toque irónico para tratar a sus seguidores que por más de dos décadas y media han disfrutado de este espacio de concurso. Otros programas creados para la diversión fueron: “No te lo creo narizón” conducido con el estilo ameno de Carlos Vicente y “Ni en vivo ni en directo”, que se ha convertido en todo un éxito de la televisión nacional, esta emisión televisiva cómica, originalmente, nació y ganó fama en esta cadena.

TC Televisión mantuvo informada a la teleaudiencia a través de “El Observador”, después llamado “Noti 10”, que continuó con el objetivo de ir el momento oportuno en la búsqueda de la noticia. “El Noticiero”, en la actualidad, trata de abrir las puertas a una nueva generación de comunicadores para que con profesionalismo presenten los sucesos destacados del Ecuador y del mundo. En “El Noticiero al Cierre”, los “amigos invisibles”

del Dr. Eduardo Manrique, quien pese a su crítico estado de salud, comparten por las noches un programa de informaciones y comentarios singular, ameno e interactivo.

TC Televisión concibe al periodismo como a un instrumento de servicio a la comunidad, para ello cuenta con un espacio en “El Noticiero” de gran aceptación como es “La reportera del drama”, que busca llegar a las personas a las que los medios no les abren las puertas para contar sus historias y lograr soluciones para sus lamentables situaciones.

El 10 de febrero de 2003 los noticiarios de TC estrenaron un segmento dedicado a la comunidad, para ello dividieron las señales y crearon no solo un espacio local sino inclusive regional, pensado para el Ecuador norte y sur, es decir, desde Ambato para arriba el primero, y el último, desde esa ciudad hacia abajo, división que se mantiene con “El madrugador” para la región norte y “El mañanero” para el sur. Así no solo se propone un informativo que trate los temas macros que preocupan a las clases altas y medias, sino que se presentan los problemas de la cotidianidad que afrontan la gente de escasos recursos, en este espacio de denuncia se busca una inmediata respuesta por parte de las autoridades.

TC busca promocionar exitosas producciones que le permitan alcanzar una proyección internacional, el talk show “Maritere”, ha sido grabado en varios países del continente en donde discute sobre problemas internos o familiares, esta producción que se realizó en el Ecuador es transmitida a través de la cadena internacional Telemundo. En esta búsqueda para traspasar las fronteras, en febrero se acaba de estrenar la novela “Bésame Tonto”, una coproducción peruana, venezolana y ecuatoriana, además, se grabó en el país una serie de programas para “La Noche es Virgen” conducido por Jaime Bayly y el género de moda

transmitido desde Argentina, el “reality show” llamado “El Conquistador del fin del mundo”, que es una competencia en la que intervienen seleccionados deportistas de cinco países del continente: Brasil, Chile, Estados Unidos, México y por supuesto el Ecuador.

En cuanto a miniseries, a través de la pantalla de TC Televisión fuimos testigos de la producción de un reconocido puertorriqueño, llamada “Mi conciencia y yo” filmada en el Ecuador y protagonizada por Oswaldo Ríos entre otras reconocidas figuras.

En TC Televisión hay personajes que han sobresalido gracias a su profesionalismo, dos nombres reconocidos en la producción son Polo Baquerizo y Frank Palomeque; por su particular estilo todos recuerdan a Marco Vinicio Bedoya, en tanto Ana Buljubasich se ha constituido en una de las animadoras más queridas no solo de TC, sino de la pantalla chica nacional; en el ámbito informativo Jimmy Jairala, Rafael Cuesta y Eduardo Manrique son figuras que han sabido ganarse la credibilidad de la teleaudiencia.

“TC llega sin discrimen a todo el público, no es el canal de los pobres o de los ricos, de los jóvenes o de los viejos, es el canal de las masas, no con la peyorativa acepción de que es el preferido por la gente de bajos recursos, sino que se entienda a las masas como a la mayor cantidad de gente”¹⁶.

A partir de adoptar al dólar como nueva moneda y pese a la debacle del sucre, TC Televisión apoyó a las producciones nacionales, trabajó en pequeños proyectos en cuanto a los espacios cómicos, miniseries, dramáticos, es así como nació “A todo dar”, programa

¹⁶ Entrevista: Francisco Suárez, Op. Cit.

boom pensado en la juventud; “Cosas de Casa”, la revista familiar de gran aceptación entre las damas e incluso ha llegado a convertirse en la guía espiritual para muchas de ellas; “Mi recinto”, con un estilo peculiar trata con hilaridad los más variados temas cotidianos; “Mariaca en su salsa”, no es solamente un espacio de cocina sino que logra ir más allá de los programas especializados en este género gracias a la interacción con el público.

“Simplemente Mariela”, es el programa informal de TC Televisión en donde conocidas personalidades son entrevistadas por la controversial animadora; “Expedientes”, es una revista sensacionalista que presenta temas sociales y de variedad que muchas veces han sido omitidos por los noticieros, este espacio se complementa con “Archivos del destino”, en donde se lleva a escena hechos judiciales ocurridos en el Ecuador.

“El objetivo de este canal no es priorizar la Crónica Roja, TC Televisión presenta los hechos tal y como suceden, nos limitamos a informar y decir las cosas como son, sin magnificarlas o tergiversarlas, así se busca apelar a la conciencia del televidente. Queremos llegar al fondo de la investigación, para dejar una lección y lograr que la gente conozca y esté prevenida sobre ciertas situaciones que no deben volver a ocurrir nunca más”¹⁷.

Este canal es uno de los medios preferidos de los televidentes, por su apertura a todo público y su estilo singular de hacer televisión:

“TC no quiere ser la voz de los que no tienen voz, sino que este canal pese a su carácter comercial, se propone llevar el micrófono a la gente que por su

¹⁷ Entrevista: Francisco Suárez. Op. Cit.

condición socioeconómica no tiene acceso a los medios, esto es lo que la competencia no ha entendido y lo que nos hace diferentes a los demás, así como, la razón para que se tache a nuestra televisora como popular o vulgar”¹⁸.

2.6 LA ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DE TC TELEVISIÓN CANAL 10

El actual cuadro directivo de la Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10 TC Televisión es el que detallamos a continuación:

- Presidente Ejecutivo: Roberto Isaías Dassum
- Vicepresidente: Estefanía Isaías Plaza
- Gerente General: Jorge Kronfle
- Gerente Regional Quito: Eduardo Torres
- Jefe Técnico Guayaquil: Andrés Peñafiel
- Jefe Técnico Quito: Francisco Suárez
- Gerente de Programación Nacional: Blanca Ugarte
- Jefe de Operaciones: Manuel Tanús

La Cadena Ecuatoriana de TV C.A. Canal 10 TC Televisión es una compañía nacional que de acuerdo a su situación legal está legítimamente constituida y con concesión para presentar servicios de televisión en forma independiente y pública. Este medio audiovisual es una compañía anónima comercial privada y de televisión abierta que está legítimamente constituida según Resolución N° 4779 del 9 de julio de 1968 de la Superintendencia de Compañías e inscrita en el cantón Guayaquil, bajo el N° 432 del Registro Mercantil, que está anotada en el # 11443 del Registro.

¹⁸ Entrevista: Francisco Suárez, Op. Cit.

El capital social de la Cadena Ecuatoriana de TV C.A. Canal 10 TC Televisión hasta los quince primeros días de febrero de 2003, es de 240.000 dólares que están divididos en acciones por tratarse de una sociedad anónima, éste dato ha sido proporcionado por la Superintendencia de Compañías.

El Abogado Jorge Kronfle es el Gerente General de TC Televisión, por tanto, es quien ejerce de manera individual la administración activa de los negocios sociales y la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía.

2.7 COMPOSICIÓN DEL CAPITAL ACCIONARIO EN TC TELEVISIÓN

La Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10 TC Televisión, perteneció en sus inicios al Banco la Filantrópica, después denominado como Filanbanco “El Banco del Ecuador”, a la muerte de Nahím Isaías Barquet sus acciones se dividieron entre los siguientes socios: Roberto Isaías Dassum propietario del mayor número de acciones, seguido de Estéfano Isaías Dassum, Mercedes Plaza de Isaías, Patricia Isaías de Estrada y Amira Isaías de Antón.

Hasta los primeros días de febrero de 2003 y de acuerdo a los archivos que reposan en la Superintendencia de Compañías, se registra como único accionista de TC Televisión a Estéfano Isaías Dassum, quien ante los inconvenientes ocasionados por la quiebra de Filanbanco y para preservar esta empresa familiar, se vio obligado a poner a su nombre la totalidad de las acciones de éste, al igual que los otros medios audiovisuales de los que eran propietarios sus hermanos mayores, quienes actualmente enfrentan problemas judiciales.

2.7 VÍNCULO ENTRE TC TELEVISIÓN – TV CABLE Y OTROS SECTORES PRODUCTIVOS

Si nos referimos a TC Televisión y los vínculos empresariales que están detrás de este medio de comunicación, tenemos que remontarnos a los inicios del siglo anterior, para así, comprender las razones que originaron el éxito de este canal, el que por cierto, está relacionado con la llegada de los libaneses al Ecuador.

Hace algunas décadas atrás en la región Costa, se gozaba de una economía que mejoraba notablemente gracias a la producción del cacao y los impuestos aduaneros, en aquel tiempo, los resultados del censo de población demostraban que en nuestro territorio vivían cinco turistas libaneses que incursionaban exitosamente en el comercio. Los extranjeros para optimizar esta actividad, mejoraron las carreteras costeñas y paulatinamente, se convirtieron a base de su perseverancia en familias adineradas de todo el territorio, esto como mérito a “su trabajo, solidaridad étnica y redes de parentesco que han llevado a los libaneses al poder económico y político”¹⁹.

En las postrimerías del siglo XIX, como consecuencia de los disturbios en el Medio Oriente, al igual que por la inestabilidad imperante en esa región, se originaron los primeros movimientos migratorios de los habitantes de esa zona, uno de los sitios favoritos de los extranjeros fue el Ecuador y el primer éxodo en llegar, trajo consigo a mercaderes que no hablaban castellano, estos visitantes se dedicaron al comercio ambulante y se ubicaron principalmente en las zonas rurales.

¹⁹ GURPREET, Hayhre. *¿El Extranjero Externo?*. Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 2000: 4.

“Los libaneses vinieron y quebrantaron todas las leyes y así florecieron. Hicieron dinero a base del contrabando, y ahora están usando ese dinero para abrir grandes almacenes y empresas”²⁰, este grupo étnico vino con pocos recursos económicos y rápidamente se hicieron ricos, como recompensa a su visión empresarial.

“Antes del estallido de la Primera Guerra Mundial, llegaron cuatro destacados libaneses. Se trataba de Esteban Antón Iza, Jorge Elías Bucaram, Meme Kozahya Abihanna y Elías Ward. Meme Kozahya pronto cambió su nombre por Emilio Isaías, aconsejado por una mujer ecuatoriana que pensó que Isaías (apellido ibérico) sería más fácil de pronunciar para los ecuatorianos”²¹.

De este grupo de libaneses Kozahya fue el que vino con menos cantidad de dinero, pese a ello y gracias a su espíritu emprendedor, el negocio familiar que fundó se constituyó en el más exitoso de todos. Emilio Isaías Abihanna vino con 100 dólares, fruto de las ventas de todas sus propiedades, llegó en octubre de 1912 acompañado de su esposa María Barquet con quien procreó ocho hijos. (Ver Anexo 4)

El nuevo migrante a su llegada empezó a trabajar en una finca, más tarde en un almacén en el que vendía toda variedad de productos, al poco tiempo se dedicó a exportar cacao a Francia y así, lentamente, logró incursionar en la mayor variedad de negocios. Los Isaías se asociaron a los Kronfle, descendiente de Dimitri Kronfle también comerciante y ancestro de Jorge Kronfle actual Gerente de TC, los extranjeros empezaron a cultivar arroz, banano

²⁰ CRAWFORD, Lois. Los libaneses en el Ecuador. Quito, Imprenta Segura, 1997: 234.

²¹ *Ibid.*: 65.

y otros productos, al poco tiempo de haber llegado al Ecuador los emigrantes ya eran propietarios de varios negocios, desde aquel entonces, los nombres de estos comerciantes no aparecían en documentos públicos, sino que optaron por utilizar los nombres de terceras personas para mantener un perfil bajo.

“En el Ecuador la familia Isaías compró cinco o seis estaciones de radio, dos canales de televisión y el primer periódico vespertino en Guayaquil La Razón”²². Es así como la industria de los medios de comunicación dio gran apertura a los recién llegados, los libaneses no se hicieron esperar para proporcionar tecnología y en la década de los treinta se fueron a capacitar en el exterior.

“La familia Isaías compró un banco de rango secundario llamado La Filantrópica, y mediante la modernización de los servicios en los años sesenta lo hizo sobrepasar a una institución mayor, como el Banco de Descuentos. Los Kozahya también compraron acciones en el Banco Territorial. Al mismo tiempo, el grupo Isaías y la Iglesia se convirtieron en los mayores accionistas del banco de punta de Quito, el Banco del Pichincha. Éste abrió una sucursal en Guayaquil en 1973 que pronto sobrepasó al Banco La Previsora del Estado, como el banco con los mayores depósitos”²³.

Este grupo familiar por su liderazgo se ha constituido en uno de los más reconocidos en el país, especialmente, en las áreas relacionadas al comercio, industria, banca, medios de

²²CRAWFORD, Lois. Los libaneses en el Ecuador. Op. Cit.: 133.

²³Ibid.: 137.

comunicación entre otras actividades que los han convertido en una élite social y económica. A partir del secuestro y el fallecimiento de Nahím Isaías Barquet en 1985, decidieron mantenerse al margen de toda publicidad, esta es la razón por la que han optado por no aparecer en los noticieros y menos como directos propietarios de los diferentes negocios de los que son accionistas.

“William con su hermano Roberto tienen participación en el negocio de las telecomunicaciones, TV Cable, CN3, TC Televisión, Cablenoticias, Gamavisión y una empresa de buscapersonas Skytel”²⁴. Además de ser propietarios de Radio Carrousel, Radio Súper K800, TV Guía, de la revista juvenil “La Onda”, Revista “Más”, Revista “El Agro”, Revista “Samborondón” y la ya desaparecida “La Otra”, Editorial Uminasa del Ecuador, Maxigraf S.A., Imprenta Rocafuerte, Portador Transteledatos, Portador TV Cable, Multicom troncalizado, SURATEL que provee de servicios de comunicación satelital, Satnet-internet, como proveedor de internet por sistemas de radio troncalizado.

TV Cable es otra de las empresas que son propiedad del Grupo Isaías Dassum, este modelo de televisión pagada fue fundado en 1986, fecha en la que inició la construcción e instalación de sus sistemas de cable y aerocable, para llegar con sus redes de distribución a varios sectores de las principales ciudades de este país. En septiembre de 1987, TV Cable “Más en tu TV”, abrió sus puertas al público para entregar lo último en tecnología, así como, lo más actualizado en televisión mundial a sus suscriptores, con lo que ha llevado a los hogares los más diversos programas de contenido cultural, familiar, deportes, noticias, películas, música, entretenimiento y mucho más.

²⁴“Yépez presentó la excitativa bajo reserva”. El Comercio (Quito), 17 junio 2000: A3.

“Roberto Isaías ha concentrado en sus manos camaroneras, inmobiliarias, aseguradoras; maneja empresas cerveceras, azucareras, mineras, automotriz”²⁵, a esto se suman: farmacéuticas, la industria de plásticos del Litoral PLASTILI, Aseguradora Rocafuerte, Seguros Sermansa, AFP Génesis, Cervecería Suramericana que produce la cerveza “Biela”, EICA industria automotriz; en minería Gribipe, Zamora Gold Corporation que explora en el cinturón de oro de Nambija; el ingenio azucarero AZTRA, el más grande del país, que gracias a su influencia lo compró a un irrisorio precio de 218 millones de sucres.

Después de la muerte de Nahím y Estéfano Isaías Barquet, Roberto Isaías se convierte en el “nuevo patriarca de la familia” con lo que pasó a liderar el Filanbanco, para la década del noventa dirige el Republic National Banc, uno de los bancos más reconocidos de los Estados Unidos, el Republic Banking Corp. de Miami, “además poseía Filanbanco Troust en Panamá, Filanfondos, Almaquil-Filancard, Filancasa de Valores”²⁶. La presencia de estos empresarios en la banca resultó trascendental, tras la entrega del Filanbanco a la AGD, esta entidad cerró sus puertas, aunque muchos opinan que la debacle bancaria fue ocasionada por el Estado, los Isaías perdieron “El Banco del Ecuador”, en diciembre de 1998, y a partir de ello se han visto obligados a tomar la decisión de abandonar el país.

En el Ecuador se puede decir que no hay sector productivo que no dependa o permanezca vinculado con el Grupo Isaías, esta familia, como ninguna otra ha logrado mantener un dominio ideológico, económico y político que en más de una ocasión ha marcado el destino de nuestro país.

²⁵ VALLEJO, Raúl. Luna de hiel entre Mahuad y Aspiazú. En Bancos y Banqueros, Quito, Editorial El Conejo, 1999: 106.

²⁶ DELGADO, Diego. Atraco Bancario y Dolarización. Quito, Editorial Gallo Rojo, 2000: 27.

CAPÍTULO III

EL CASO FILANBANCO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

“Lo importante no es tanto lo que dicen los medios de comunicación sino por qué lo dicen de una manera o silencian determinados acontecimientos”.

Ramón Reig

3.1 RESEÑA DE LA CRISIS BANCARIA

La crisis bancaria que se produjo en el Ecuador a lo largo de los últimos años, ocasionó que 17 entidades de ese sector cierren definitivamente sus puertas, con el consecuente perjuicio para los depositantes ya que algunas cuentas de estos ahorristas aún se encuentran congeladas, en tanto que la cantidad de dinero destinada para el salvataje bancario, a criterio de varios expertos económicos, ha sido un gasto excesivo e inútil del que hasta la fecha se desconoce su monto exacto.

“El diario El Comercio, uno de los más grandes del país, lo calcula entre los 3 a 6 mil millones de dólares. La crisis bancaria y la inmensa cantidad de dinero gastada para el intento de salvar a los bancos, son al mismo tiempo causa y consecuencia de la crisis económica. Entre los bancos y clientes ya no existe la menor confianza”¹.

¹PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Quito, Fundación Friedrich Ebert, 26 abril 2002: 5.

Esta debacle para la banca nacional entre otras causas fue el resultado de: La liberalización de la Ley Bancaria, las catástrofes naturales, la deuda pública excesivamente alta, la devaluación constante del desaparecido “Sucre” en relación con el dólar, la inestabilidad política, la especulación y la defraudación.

A base de una investigación realizada por Ruth Plitman Pauker para la Fundación Friedrich Ebert podemos concluir que la crisis financiera se desencadenó por ciertos factores internos como: La liberalización del sistema bancario, toda vez que prácticamente fue nulo el control por parte del Estado o la Superintendencia de Bancos, órgano destinado para este fin y consecuentemente, se permitió que los bancos gozaran de mayor libertad para tomar sus decisiones, a tal punto que frecuentemente realizaban onerosos gastos que no fueron fiscalizados.

“La cantidad de instituciones financieras aumentó. El pequeño mercado financiero del Ecuador se saturó. Ya que los intereses ya no fueron regulados por el Estado, las instituciones financieras pudieron fijarlos según sus antojos. Había un canibalismo entre el sistema bancario mediante el instrumento del interés. Los intereses subieron a la carrera, la rentabilidad de los bancos bajó. Nadie intervenía”².

Como consecuencia de estos acontecimientos, advierte dicha investigación, las agencias “off shore” fueron legalizadas en el país, esto originó que los grandes actores financieros usaron a dichas agencias para sacar ingentes cantidades de capital al exterior. Mediante las

² PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 6.

transacciones realizadas a través de las “off shore”, resultó menos complicada la defraudación de impuestos.

“Lo más crítico fue, tal vez, que se permitió dar créditos a empresas vinculadas con el respectivo banco. El resultado fue un ‘incesto’ en la aprobación de los créditos con muchas empresas fantasmas”³.

Ruth Plitman Pauker en su trabajo comenta sobre la presencia de algunos factores a los que calificó como “exógenos” y decisivos para que la economía ecuatoriana se vea en dificultades: El conflicto bélico con el Perú causó gastos públicos muy altos, esto llevó a que el déficit fiscal se incremente exageradamente. Por lo tanto, los interés subieron, los inversionistas privados fueron desplazados y las empresas ya endeudadas tenían costos adicionales que disminuyeron sustancialmente sus ganancias, esta situación creó inseguridad tanto para el país como para los agentes económicos, fue así como las inversiones fueron retenidas.

A causa del conflicto con los vecinos del sur la economía ecuatoriana se debilitó, las transacciones faltantes y los créditos no pagados también perjudicaron a la estabilidad de la banca, en tanto que la disponibilidad y rentabilidad en este sector bajaron. Además, las inundaciones y las interminables lluvias causadas por el fenómeno “El Niño” destruyeron gran parte de la producción, deterioraron muchas instalaciones y con ello, las empresas sufrieron grandes daños que desencadenaron en la quiebra de muchas de ellas, ya que subieron los gastos públicos por los perjuicios en su infraestructura.

³ PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 6.

Otros aspectos determinantes que incrementaron las dificultades en el sistema financiero se dieron a partir de las crisis internacionales que influyeron para que las exportaciones se reduzcan considerablemente y por ende, se paralicen las inversiones extranjeras, a esto se suma que en 1998 cayó el precio del petróleo a niveles impredecibles, con lo que produjo una balanza comercial desfavorable para el Ecuador. Todo déficit en la balanza comercial hay que compensar con un exceso en la balanza de capitales, lo cual significa una importación de capital, como este país no recibió casi ninguna inversión extranjera, la obtención de un crédito se hizo necesario concluye Ruth Plitman Pauker.

Tanto la globalización como el desarrollo tecnológico, permitieron que la fuga de capitales se incrementó más de los niveles a los que estábamos acostumbrados, este fenómeno se explica porque frente a la especulación e intranquilidad política y económica, la mayoría de ecuatorianos se convencieron que sus ahorros estarían más seguros en los bancos del exterior.

La fuga de capitales permitió que la demanda de dólares se aumente, puesto que la mayoría de transacciones internacionales se realizaron con esta moneda, de este modo manifiesta Ruth Plitman Pauker, la intranquilidad e inseguridad de la gente que ya no confiaba en el Sucre, hizo posible que se prefiriera al dólar. La deuda externa del Estado y de los agentes privados fue adquirida con la divisa estadounidense, lo cual aumentó la demanda de dicha moneda.

“A fines de los años 90, aumentó la deuda interna, la cual también fue en dólares. Cada vez se debilitó más el Sucre. Aunque el Banco Central del

Ecuador intervino varias veces, no se logró bajar la cotización. La desconfianza, la especulación y las deudas en dólares eran demasiado altas”⁴.

Al tener una cotización tan elevada de la divisa extranjera, los créditos en el país inmediatamente se encarecieron, las empresas en su mayoría ya no estaban en condiciones de pagar sus deudas y esto ocasionó que muchas de ellas se vean en la obligación de cerrar sus puertas, la economía estaba en recesión, por lo que la especulación al igual que la desconfianza aumentaron y con ello, se volvió más difícil devolver los créditos así como pagar los intereses.

“En 1993/94 había un boom de créditos. El Estado y agentes privados se endeudaron mucho. El endeudamiento del Estado, significa que éste se compromete a pagar capital e intereses. Por lo tanto, cierta parte de los gastos públicos ya tienen su destino y no están disponibles para otros deberes como por ejemplo inversiones en el sector de la salud”⁵.

La productividad en el Ecuador se redujo al igual que su competitividad, la deuda en una moneda en constante alza hizo más caro el crédito, por lo que se necesitaba una mayor parte de los gastos públicos para pagar los gastos extraordinarios causados por la devaluación. Para conservar la competitividad, la medida inmediata adoptada por el gobierno era reducir los salarios y con ello, se dio paso al mayor empobrecimiento de los trabajadores, sus familias y el país en su totalidad.

⁴PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 8.

⁵Ibid.

“Adicionalmente, con gastos públicos altos suben los intereses, porque hay más demanda por capitales. Los intereses altos ahuyentan a los inversionistas privados (crowding out) y además causan costos adicionales a las empresas y personas ya endeudadas con intereses flexibles. La actividad económica se redujo. Cada vez, menos personas se encontraron en la situación de poder pagar sus créditos. Las empresas quebraron, más y más carteras vencieron, los bancos tenían menos liquidez”⁶.

La investigación propuesta por Ruth Plitman Pauker revela que el sistema financiero ecuatoriano atravesaba una gran depresión, por lo que apremiaba adoptar medidas que eviten el colapso en la economía, esto llevó a que las autoridades intenten frenar la demanda de dólares para mantener la estabilidad del Sucre, una posibilidad era elevar las tasas de interés, con lo que se reducía la masa monetaria, esto creó un superávit en la demanda de dinero y consecuentemente los intereses subieron.

“Se esperaba, que las inversiones serían más interesantes. La meta era, mantener el capital ecuatoriano en el país y atraer capital extranjero. Lamentablemente no se dieron cuenta, de que una de las razones fundamentales para el desarrollo del cambio eran la especulación y la desconfianza. Los intereses elevados resultaron contraproducentes. En vez de bajar el cambio lo aumentó. Y, adicionalmente, los intereses altos debilitaban a la producción nacional por inversiones más bajas y costos elevados para empresas y personas naturales. A fines del año 1998, ya

⁶ PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 10.

no se podía sostener el cambio en las bandas cambiarias, aunque ya fueron modificadas seis veces. El Sucre comenzó a flotar”⁷.

El cierre de algunas entidades bancarias fue eminente, por lo que el Banco Mundial propuso la instauración de un seguro para los depósitos, es así como nació la Agencia de Garantía de Depósitos, AGD, que sería financiada por el Banco Central del Ecuador a través de bonos y dinero, la entidad se proponía garantizar los depósitos y la administración de los bancos amenazados de quebrar o ya quebrados. El seguro de depósitos se hacía fundamental para el funcionamiento del sistema financiero, sin embargo, la AGD resultó contraproducente a juicio de Ruth Plitman Pauker, ya que aumento el riesgo moral al dar garantía sin límites, lo que incrementaba el riesgo tanto para los bancos como a sus clientes.

La creación de la AGD produjo desconfianza, los depositantes percibían que la economía nacional se agravaba, esto llevó a que se retiren grandes cantidades de dinero, la fuga de capitales y el “colchonbank” aumentaron. La AGD a los pocos días de su aparición debió hacerse cargo de Filanbanco, entidad que prácticamente estaba a punto de quebrar.

Con el inicio de 1999, aumentó la inflación (60.7%) y con ello la fuga de capitales, ya no era novedad para nadie que los bancos sean liquidados, esta fue la razón para que en el gobierno de Jamil Mahuad, se decreta un “feriado bancario”, es decir que se congelen todas las cuentas para no correr el riesgo de que la gente retire la totalidad de sus depósitos, el objetivo era salvaguardar la estabilidad de estas instituciones, entre ellas de Filanbanco propiedad de los hermanos Isaías Dassum.

⁷ PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 12.

“Nuestros geniecillos de Harvard, por el contrario, evidenciaron su pleitesía al poder político y económico concentrado en Roberto Isafas, pues, vistas las cosas a distancia, el descalabro al que nos ha sometido la bancocracia maguadita comenzó con el caso Filambanco. En aquel entonces, el gobierno no tuvo la entereza política ni ‘la firmeza y la disciplina mental’ para resolver la crisis de dicho banco castigando a los accionistas, protegiendo a los ahorristas y salvaguardando el dinero del Estado”⁸.

La medida tomada por Mahuad y que consistía en adoptar una nueva divisa ajena a nuestra realidad, restó a las autoridades económicas influencia en la política monetaria del país, “la transparencia del salvataje bancario fue muy intransparente. Para reestablecer la confianza y para evitar la alta devaluación, en el año 2000 se introdujo la dolarización”⁹.

Fallidos fueron los intentos por frenar la especulación, ésta afectó a los productos de consumo masivo y la escalada de los precios fue prácticamente diaria. Citemos como ejemplo el año 2001, en el Ecuador se presentó una inflación del 22.4%, intereses de 5.1% y de 14.55% respectivamente, lo que para una economía dolarizada es demasiado, en aquel año hubo un déficit comercial de 447 millones de dólares, tal como lo devela la investigación de la Fundación Friedrich Ebert.

“La deuda pública era y es demasiado alta y aún contiene graves problemas para la economía. Los ingresos para el Estado tienen que subir. Hay que traer dólares

⁸VALLEJO, Raúl. Luna de hiel entre Mahuad y Aspiazú. En Bancos y Banqueros, Quito, Editorial El Conejo, 1999: 106.

⁹PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 16.

al país. Por esa razón se confía en mayores ingresos petroleros. Las transferencias de los emigrantes se convirtieron en el ingreso más alto del país, con más de 1,45 mil millones de dólares superaron a los ingresos petroleros y exportaciones primarias. Si todos los emigrantes regresasen de una vez, la dolarización sería insostenible por falta de una política monetaria (por no tener moneda propia) y fiscal (por el endeudamiento público excesivamente alto)”¹⁰.

Tan breve fueron descongeladas la mayoría de cuentas bancarias el perjuicio para los depositantes fue de tal magnitud, que al recibir los ahorristas su dinero éste estaba devaluado al cambio actual, es decir 25.000 sucres, por lo que en la práctica se les entregó solo una parte de sus depósitos reales.

“Empresas pertenecientes a bancos quebrados fueron separadas del patrimonio bancario. Los bancos no pagaron nada o por lo menos muy, muy poco por los daños causados por ellos y el intento del salvataje. En conclusión, el salvataje fue financiado por los contribuyentes (de impuestos), sin que recibiesen algo o en todo caso muy poco a cambio”¹¹.

La crisis bancaria que se había gestado años atrás desencadenó, en 1998, a escasos días de que Jamil Mahuad se posesione como presidente, ya que se descubrió que gran parte su campaña publicitaria había sido financiada por algunos banqueros como Fernando Aspiazu, Roberto Isaías entre otros, quienes habían entregado ingentes cantidades para la propaganda

¹⁰ PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 18.

¹¹ Ibid.: 20.

electoral, éstos personajes al realizar sus “aportes” se afianzaban en a la banca, política, medios de comunicación y sobre todo estrechaban sus vínculos con el poder del Estado.

“Con respecto a Roberto Isaías, es dueño de TC Televisión, canal en el que difundió el exit-poll (supuesta ‘encuesta’ a boca de urna) que le ‘hizo ganar’ la dirección del Estado al binomio Mahuad Witt-Noboa Bejarano, luego de utilizar el sistema computarizado del mismo Filanbanco. ¿Cómo entonces podía negarle Mahuad algún ‘favorcito’ a quien le ayudó a ganar la presidencia, aunque lleve, en incalificable crimen, al colapso a la economía nacional, sumiendo en mayor miseria a millones y millones de pobres compatriotas? ¿Es imposible que se le hubiese ‘advertido’ al ‘presidente’ que si no lo ayudan a salvar su banco, después de varias maniobras financieras, contaba la verdadera historia de cómo accedió al poder el binomio Mahuad Witt-Noboa Bejarano?”¹².

A pesar de las medidas adoptas por el gobierno de Mahuad para proteger a la banca y tras la creación de la Agencia de Garantías de Depósitos, la economía ecuatoriana se agravó a tal punto que Filanbanco, uno de los bancos más grandes del país estaba a punto de quebrar, esto generó la especulación general que conllevó a que se realicen ingentes retiros de capital. El banco pasó a saneamiento, es decir, a ser administrado por la AGD, que empezó a enfrentarse a graves problemas, a raíz de la creación del Impuesto a la Circulación de Capitales, ICC, que representaba el uno por ciento por el pago de cualquier transacción. Esta medida económica fue inadecuada, el propio Fondo Monetario Internacional se opuso a ella, por eso fue temporal.

¹² DELGADO, Diego. Atraco Bancario y Dolarización. Quito, Ediciones Gallo Rojo, 2000:15.

En términos de Ruth Plitman Pauker, lo que causó el desbordamiento de la crisis fue la combinación de tres factores que sucedieron casi al mismo tiempo: La creación de la AGD, que aumento la disposición al riesgo por parte de los especuladores y de los bancos; la caída de Filanbanco, uno de los bancos aparentemente más sólidos y la introducción del uno por ciento, ICC, a todas las transacciones de capitales que trajo como resultado la acumulación de impuestos.

En el caso específico de Filanbanco S.A. de acuerdo a los datos publicados en diario “El Comercio”, esta entidad, antes de enfrentar los problemas de liquidez financió más del 40% de los negocios bancarios del país con líneas de crédito de 500 millones de dólares.

La Comisión de Control Cívico de la Corrupción CCCC anunció, tal como lo comenta Ruth Plitman Pauker, que esta entidad bancaria recibió más de 800 millones de dólares por parte del Estado y del Banco Central. Su garantía fue un fideicomiso que consistió en empresas inmobiliarias y una letra de Filanbanco sobre cuyo valor aún existe confusión.

La CCCC investigó el caso y encontró irregularidades en la administración privada, así como, abuso de poder y una serie de delitos que fueron descubiertos. Nunca se cobró la garantía y los administradores privados del banco, los hermanos Roberto y William Isaías Dassum abandonaron el país para radicarse en Estados Unidos, pese a su ausencia física, su poder político, económico y mediático no pierde vigencia.

“Desde diciembre de 1998, Filanbanco fue administrado por la AGD. El banco fue usado para capitalizar por medio de bonos a cuatro bancos, los cuales no

aprobaron la auditoria externa (Previsora, Popular, Pacífico y Cofiec). En Julio de 2001 Filanbanco fue cerrado definitivamente. El Banco del Pacífico es ahora el único banco en manos del Estado que no fue cerrado”¹³.

Frustrados resultaron los intentos por salvar a la institución que estaba sometida a poderosas presiones políticas de grupos de poder, en el corto gobierno de Jamil Mahuad el “Banco Central, decidió otorgar una nueva inyección de recursos que premió la ineficiencia empresarial del Filanbanco y que contribuía a perpetuar el poder político de Isaías, quien había acompañado en algunos de sus viajes al presidente”¹⁴.

Raúl Vallejo expresa que nos hemos acostumbrado en el Ecuador, a ser testigos de un “maridaje perverso” entre el dinero y la política, el que ha sido escenificado a través de los medios masivos, el caso Filanbanco fue un claro ejemplo de ello, de ahí es oportuna su reflexión sobre las relaciones que se desarrollan en torno a estos círculos de poder:

“El señor José Joaquín Franco actúa como diputado alterno de Xavier Neira, del PSC. Juan Franco, hermano del diputado alterno, es gerente general de Filanbanco. El señor Carlos Pareja está vinculado al señor Roberto Isaías, presidente de Filanbanco, y también a Febres Cordero. El señor Roberto Isaías está casado con una sobrina carnal de Febres Cordero. Así es como uno se explica que, durante la crisis de Filanbanco y mientras el Congreso aplazaba la aprobación de la Ley de la Agencia de Garantías de Depósito, AGD, Febres Cordero se hubiera comunicado con los miembros del directorio del Banco

¹³PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 31.

¹⁴VALLEJO, Raúl. Luna de hiel entre Mahuad y Aspiazú. Op. Cit.: 106.

Central para sugerir –en su estilo de sugerencia de las cosas- una solución favorable a Filanbanco, y que del préstamo subordinado, que significaba que Isaías perdía el control del banco, se pasara en cuestión de horas –luego de que Isaías abandonó la sesión en donde se buscaba la salida al problema y produjo un empantanamiento de la negociación-, a una nueva inyección de recursos públicos en beneficio de una entidad privada controlada en el noventa por ciento por el mismo”¹⁵.

Los medios de comunicación, la política y el poder mantienen una entrañable relación que nos permite apreciar una recomposición de la forma de actuar de los primeros, anteriormente, los periodistas estaban más cerca del poder político, ahora tienden al poder económico, en ese sentido los medios masivos se han convertido en “industrias informativas” supeditas a los intereses de sus propietarios y a la infraestructura de poder que influye decisivamente en su desenvolvimiento.

El fenómeno económico ocurrido a fines de la década del noventa, ha sumido al Ecuador en la más terrible crisis de los últimos años, ya que ha evidenciado como en nuestra sociedad prevalecen los intereses de ciertos grupos privilegiados y pese a los vanos intentos por superar estos inconvenientes, todo nos hace pensar que seguiremos sometidos a la bancocracia, “neologismo usado para definir un tipo de organización social presidida por los banqueros, quienes, valiéndose de su poder económico, llegan a monopolizar el poder político y a manejar a su antojo a los poderes del Estado”¹⁶.

¹⁵VALLEJO, Raúl. Luna de hiel entre Mahuad y Aspiazú. Op. Cit.: 114

¹⁶NÚÑEZ, Jorge. Los orígenes de la bancocracia. En Bancos y Banqueros, Quito, El Conejo, 1999: 9.

3.2 TRATAMIENTO NOTICIOSO DEL CASO FILANBANCO

“La reñida disputa en las pantallas entre los canales de televisión TC y Ecuavisa, acusándose de difundir una quiebra bancaria, por un lado, y de incumplir un contrato con el Estado por otro, revela un caso de abierta contradicción con las normas de los códigos de ética y responsabilidad periodística. La difusión de la pugna transgrede principios éticos del periodismo porque se la propaga en los espacios de los noticieros, los que no deben subordinar el carácter noticioso de un hecho a los intereses económicos de sus respectivas empresas”¹⁷.

Para nadie es desconocido que los propietarios de TC Televisión son los empresarios Roberto y William Isaías a quienes se les involucra con la quiebra de Filanbanco; en tanto el dueño de Ecuavisa, Xavier Alvarado Roca, estuvo acusado de vulnerar convenios con una telefónica estatal, “puesto que se le culpaba de enriquecimiento ilícito con los directivos de Univensa, un consorcio integrado por diario El Universo y Editores Nacionales ENSA, editora de la Revista Vistazo”¹⁸. Estos antecedentes permiten comprender porque a partir del 15 de junio de 2000 se origina un enfrentamiento entre los accionistas de estos dos medios y el resultado de estas rivalidades se ven reflejadas en las pantallas de sus respectivos canales tanto de televisión abierta como pagada.

La controversia entre los propietarios de las televisoras se hizo notoria tras la quiebra de Filanbanco S.A., en donde se aprecia una evidente diferencia de estilos en el tratamiento

¹⁷BEJARANO, Jaime. “Ética periodística y pugna en la TV”. El Comercio (Quito), 20 junio 2000: A4.

¹⁸“El caso Univensa se activó en Guayaquil”. El Comercio (Quito), 16 junio 2000: A3.

noticioso entre una y otra empresa informativa al referirse sobre este asunto. Por lo cual, nos centraremos en el análisis de algunas noticias transmitidas en los espacios informativos de Ecuavisa y TC Televisión, presentados a partir de finales de 1998 hasta los actuales días, además de los reportajes publicados en la revista quincenal “Vistazo”, propiedad de la familia Alvarado y el libro “Filanbanco: la verdad”, de la autoría de Roberto Isaías Dassum.

Pese a las limitaciones con las que nos encontramos para realizar la siguiente investigación, toda vez que la información que debía ser proporcionada tanto por Ecuavisa como por TC Televisión resulta “confidencial”, nos proponemos explicar, como los medios de comunicación, en la práctica, no son lo suficientemente imparciales e independientes de los grupos de poder, para lo cual compararemos ciertos discursos que sostuvieron, estas empresas en relación con lo ocurrido con la crisis en el sistema financiero que fue el resultado de “la situación económica grave, las especulaciones, fuga de capitales, corrupción, peculado, crisis internacionales, deuda externa muy elevada y mucha inseguridad política que llevaron al sistema bancario a la peor crisis del siglo”¹⁹.

El presente análisis comparativo hace alusión a las causas que originaron los problemas bancarios y concretamente de Filanbanco. La revista “Vistazo”, se hace portavoz de las opiniones del presidente de la Comisión de Control Cívico de la Corrupción, CCCC, Ramiro Larrea quien declaró que:

“La impunidad de los primeros accionistas dio luz verde a los administradores estatales para cometer discrecionalidades; no hubo control de las autoridades y

¹⁹PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Op. Cit.: 32

no se iniciaron acciones de cobro. Si la quiebra del banco en manos de los Isaías fue reprobable, la segunda, en manos del Estado, es insólita”.

En este contexto se señalan como causas para el cierre de la entidad el hecho de que:

“El Filanbanco de Roberto y William Isaías empezó a solicitar préstamos de liquidez al BCE durante el último trimestre de 1998. El Central le entregó cerca de 360 millones de dólares al cambio de la época. La mala cartera de la institución, producto de la apresurada adquisición del Banco de los Andes, la abultada deuda vinculada y el efecto del fenómeno de El Niño en el sector agrícola y pesquero de la Costa originaron la crisis”²⁰.

En el noticiero “Contacto Directo” de Ecuavisa se afirmó que la crisis bancaria, principalmente la quiebra de Filanbanco fue ocasionada por malos manejos. Para 1998, la situación de la entidad era de insolvencia, no de iliquidez, pese a ello este banco se vio en la necesidad de recurrir a un préstamo de liquidez otorgado por el Banco Central por 424 millones de dólares, que fueron pagados después a dicha institución cuando Filanbanco ya estaba en manos de la AGD.

La explicación difundida en “El Noticiero” de TC Televisión, se resume en las expresiones vertidas por el propietario de esta cadena televisiva, Estéfano Isaías Dassum, quien al referirse a lo que ocasionó el cierre del Filanbanco comentó:

“Fue aquel un año en el que los fenómenos internos y externos se ensañaron con el Ecuador, prácticamente liquidaron su infraestructura, economía y sistema

²⁰RONQUILLO, Gisella. “Quién mató a Filanbanco”. Vistazo (Guayaquil), 815, 2 agosto 2001:29.

financiero. El Niño acabó con la agroindustria del país, las exportaciones se fueron al piso, la devaluación disparó el tipo de cambio y las crisis asiática, rusa y brasilera alertaron a los bancos del exterior cuyas líneas de crédito se cerraron para la banca del país y consecuentemente para el Filanbanco, que irrigaba el mayor volumen de crédito en el sector productivo ecuatoriano y manejaba por sí solo el 40% de las líneas de crédito del exterior otorgadas al país”²¹.

A su explicación se añade lo expuesto por el presunto implicado en la quiebra de Filanbanco S.A. Roberto Isaías Dassum:

“La situación de crisis agudizó e hizo explosión en el primer trimestre de 1998 al decretar la Junta Monetaria –la primera autoridad del ramo en aquella época– un movimiento del techo y piso de la banda cambiaria lo cual se tradujo en una nueva devaluación o depreciación de la moneda ecuatoriana, reflejada en un aumento de la cotización del dólar norteamericano”²².

“Vistazo” cita como aspectos decisivos para que Filanbanco cierre sus puertas, a la actitud de sus autoridades privadas que fueron ciegas, sordas e indolentes para cobrar las deudas de pocos, la investigación publicada en esta revista señala que el banco cojeó de una pata que lo llevó a la perdición, por el alto índice de la cartera vencida puesto que: “De los 100 mayores deudores, solamente seis están calificados como excelentes pagadores”²³, estos deudores aglutinaron el 55% de la cartera, es decir, 550 millones de dólares

²¹El Noticiero de TC Televisión, declaraciones de Estéfano Isaías, 21 marzo 2003.

²²ISAÍAS, Roberto. *Filanbanco: la verdad*. Quito, Maxigraf S.A., 2003: 11.

²³RONQUILLO, Gisella. “Los 100 más grandes deudores: 70% es cartera mala”, *Vistazo* (Guayaquil), 815, 2 agosto 2001: 35.

distribuidos en los sectores pesquero, camaronero, comercial, de la construcción e industrial y como si fuese poco, esta entidad financiera por su condición de banco abierto no tenía jurisdicción coactiva.

El punto de vista de Roberto Isaías Dassum que lo expresa en su libro “Filanbanco: la verdad” se presenta de la siguiente manera:

“Durante varios años los ex administradores de Filanbanco hemos sido víctimas de una feroz campaña de descrédito orquestada por personas interesadas en ocultarle al Ecuador la verdad de lo que sucedió en torno al denominado ‘Caso Filanbanco’. El 2 de diciembre de 1998 hicimos entrega voluntaria del Banco a la Agencia de Garantía de Depósitos –AGD-, sacudido por los embates de una crisis mundial casi incontrolable y afectado por un estado de iliquidez pese a los préstamos de liquidez del Banco Central (424 millones de dólares), los que se cancelaron al instituto emisor oportunamente con pago de intereses diarios”²⁴.

A esta explicación se añade que: “De los préstamos de liquidez Filanbanco de sus propios recursos utilizó 91 millones de dólares más para poder atender pagos y no paralizar la actividad de la institución”²⁵. Tras lo que ellos han denominado como la entrega “voluntaria” del banco a la AGD, esta entidad en el mes de julio del año 2001 cerró sus puertas y ventanillas, “literalmente quebrado, bajo el peso de la responsabilidad ilegal que le adjudicó el gobierno de ser ‘banco de bancos’”²⁶.

²⁴ISAÍAS, Roberto. Filanbanco: la verdad. Op. Cit.: 9.

²⁵Presentación del libro “Filanbanco la verdad”, Estéfano Isaías, Quito, 20 marzo 2003.

²⁶Ibid.

En uno de los reportajes de la revista “Vistazo”, se denuncia que los ex administradores privados de Filanbanco S.A., los hermanos Roberto y William Isaías Dassum, han desviado los préstamos de liquidez otorgados por el Banco Central del Ecuador y que debían ser utilizados en el salvataje de dicha institución, para invertirlos, inexplicablemente, en sus empresas, amistades y familiares:

“Los créditos vinculados de los ex accionistas de la entidad, la familia Isaías Dassum, ascienden a 90 millones de dólares. Estos préstamos, según informa el Filanbanco, se habrían reprogramado a siete años plazo con un interés del 0%, meses antes de que el banco pasara al control de la AGD”²⁷.

Los créditos de “El Banco del Ecuador” a sus empresas vinculadas, que por cierto hasta ahora no son cancelados, de acuerdo los informes de los Auditores Deloitte & Touche, demostraron que a diciembre de 1998, fecha en que la familia Isaías Dassum entregó Filanbanco S.A. a la AGD, eran superiores a 654 millones de dólares, por lo que se cuestiona que la entrega del banco haya sido “voluntaria”, ya que de acuerdo a este informe, la entidad estaba literalmente quebrada, además tenía obligaciones pendientes con el Estado, los depositantes y los acreedores internacionales.

Existen documentos que se refieren a estos préstamos e indican que en el ex Subgerente General del Banco Central, Miguel Dávila, recibió y ocultó la auditoria de los préstamos de liquidez, posteriormente el Superintendente de Bancos, gracias a los arreglos de los ex accionistas con el gobierno anterior, no develó esta irregularidad al emitir su informe en noviembre de 2002.

²⁷RONQUILLO, Gisella. Préstamos en pocas manos. Vistazo (Guayaquil), 816, 16 agosto 2001:34.

Contradictoriamente a esta lectura de los hechos, en la pantalla de TC se enfatiza que:

“El correcto uso de los créditos recibidos está debidamente certificados por el Banco Central del Ecuador. Vale la pena reiterar que al ser entregado el Banco a la AGD, no había un solo cliente perjudicado así como tampoco ninguna entidad financiera local o internacional. A nadie se le negó su acreencia y quien quiso retirar sus depósitos lo hizo con entera normalidad”²⁸.

Este discurso que es presentado prácticamente a diario en este medio y de manera reiterativa en largos espacios a través de sus noticieros, o propagandas, es similar al que se publica en el libro “Filanbanco: la verdad”:

“En diciembre de 1998 al entregar los ex administradores el banco a la AGD, no había un solo perjudicado; se le había devuelto su dinero a toda persona jurídica o natural que así lo quiso. En contraste, en julio de 2001, el Estado-banquero al cerrar las puertas y ventanillas del banco, dejó prácticamente en la calle a miles de ecuatorianos y sus respectivas familias”²⁹.

Paradójicamente a lo que sustentan estos empresarios, un dato proporcionado por el gobierno de aquella época y en el que hay que reflexionar es que, cuando el banco pasó a la AGD su patrimonio era de cero sucres y para mantener su vida jurídica, le pusieron el precio de un mil sucres, esto llevó a que Robert Glaubert, ex subsecretario del Tesoro de los Estados Unidos, en declaraciones para la revista “Gestión”, manifieste en relación con la crisis bancaria y particularmente del caso Filanbanco que: “mantener vivos a los bancos

²⁸El Noticiero, TC Televisión, 21 marzo 2003.

²⁹ISAÍAS, Roberto. Filanbanco: la verdad. Op. Cit.: 9.

insolventes solo posterga su caída”, su declaración se complementa con que: “no hay bancos demasiado grandes para quebrar”. De esto se deduce que el otrora “El Banco del Ecuador”, no contaba con los recursos para pagar los préstamos adquiridos contradictoriamente, a lo que aseveran los hermanos Isaías y en este aspecto, se basa el Presidente de la Corte Suprema para afirmar que los ex accionistas incumplieron las condiciones de los créditos de liquidez e incurrieron en “peculado bancario”.

Estéfano Isaías categóricamente desmintió ciertas informaciones que a su criterio resultan inexactas y que se hicieron públicas en los medios en donde se aseguró, que la deuda de Filanbanco S.A. fue asumida por el Estado, mientras que de acuerdo a su explicación la realidad es que: “Filanbanco pagó al Banco Central por intereses sobre estos préstamos la cantidad de un millón de dólares diarios, por un lapso de 75 días, lo cual equivale a una tasa de interés anualizada del 500%, es decir, una tasa de usura”³⁰.

Los hermanos Isaías Dassum deslindan toda responsabilidad de la quiebra del banco que perteneció por años a su familia, ya que a ellos no se les debe relacionar con los malos manejos estatales que impidieron que Filanbanco S.A. sea reprivatizado y justamente quienes se opusieron a ello, son a su criterio, los que quebraron a la entidad:

“Filanbanco, ya en manos del Estado, fue sometido a varias auditorias externas y el resultado de una de ellas, adelantada por la prestigiosa firma Arthur Andersen & CO., conceptuó que el banco estaba listo para ser reprivatizado, con un balance saneado y produciendo importantes utilidades. Habían transcurrido solo cuatro meses desde su entrega; sin embargo, las decisiones adoptadas por la

³⁰El Noticiero de TC Televisión, declaraciones de Estéfano Isaías, 21 marzo 2003.

cúpula del poder gubernamental y político hicieron caso omiso a tales dictámenes y se prefirió mantener a la institución en la AGD. Al poco tiempo las autoridades del sector bancario, sin recato alguno y exentas de escrúpulos, comenzaron a extraer fondos de Filanbanco para intentar el llamado ‘salvataje bancario’, cuyos calamitosos resultados están a la vista del país’³¹.

Estéfano Isaías Dassum en la presentación del libro del mayor de sus hermanos en el primer trimestre de 2003, expuso la manera en que Filanbanco S.A. perdió 895 millones de dólares bajo la responsabilidad de la administración estatal, que ha sido a su criterio, la verdadera culpable de esta debacle:

- 1.- En operaciones con bonos Filanbanco estatal perdió 201.2 millones de dólares.
- 2.- En negociaciones de certificados CDR’s perdió 112.4 millones de dólares beneficiando a terceros, ya que recibieron muchos de estos papeles al 100%, de su valor excediendo al cupo legal permitido en un 300% y en algunos casos como ustedes conocen se pagó en efectivo al valor nominal en consigna con un premio de intereses.
- 3.- Por la mala administración de créditos perdió 117.5 millones de dólares.
- 4.- La fusión con el Banco la Previsora, le significó una pérdida de 338.5 millones de dólares al tener que aprovisionar cartera mala de esa institución.
- 5.- Por la venta de bienes recibidos sobre valorados de la acción en pago y vendidos sub valorados la pérdida fue de 17.7 millones de dólares y,
- 6.- La fusión con el Banco la Previsora, le significó además una pérdida de 71 millones de dólares por créditos concedidos con anterioridad por Filanbanco a la Previsora, en 37.1 millones de dólares con aportes de capital de Filanbanco a esa entidad.

³¹ISAÍAS, Roberto. Filanbanco: la verdad. Op. Cit.: 9.

En ese lapso, expone el menor de los Isaías, Filanbanco S.A.: “Logró socorrer a otras instituciones del sector, en pocas palabras, de convirtió en un recolector de la ‘basura bancaria’”³², a esto se añade lo manifestado por Roberto Isaías, es decir, que la crisis tuvo su punto culminante cuando el Superintendente de Bancos ordenó:

“A rajatabla, la fusión del Banco la Previsora con Filanbanco (julio del año 2000). Tamaño despropósito fue la partida de defunción de Filanbanco, pero el funcionario de marras buscaba afanosamente y -lo encontró- un chivo espiatorio para responsabilizar a la familia Isaías Dassum de algo de lo que éramos –y seguiremos siéndolo- totalmente ajenos. Entregamos una institución bancaria en pleno funcionamiento en todo el territorio nacional y, al poco tiempo, deliberadamente como se prueba con documentos... intereses escondidos tras la túnica de algunos funcionarios de Estado enterraron a la institución que sus ex administradores habíamos posicionado como “El Banco del Ecuador””³³.

“Vistazo” coincide en este sentido con los hermanos Isaías Dassum, toda vez que el impreso está de acuerdo con que, efectivamente, “lo que sí afectó las finanzas de Filanbanco fue la fusión con la Previsora”³⁴. En un amplio reportaje la revista hace referencia al informe de la consultora McKinsey, en la que se determina que a diciembre de 1998, fecha en que la institución pasó a control del Estado, la cartera vencida de la Previsora ascendía a 48 millones de dólares y tan solo a un año, es decir, en diciembre de 1999, a 72 millones. Filanbanco debió asumir los gastos del personal y administrativos de esa entidad lo que le representó un elevado egreso.

³²Presentación del libro “Filanbanco la verdad”, Estéfano Isaías.

³³ISAÍAS, Roberto. Filanbanco: la verdad. Op. Cit.: 10.

³⁴RONQUILLO, Gisella. Quién mató a Filanbanco. Op. Cit.: 32

“Como el desangre de Previsora continuaba, se decidió unificar operaciones en julio de 2000. Eduardo Carmigniani, miembro de la Junta Bancaria defiende la viabilidad de la fusión Filanbanco-Previsora: ‘Si no se producía, Previsora se habría liquidado por sí sola, la quiebra de ese banco habría representado un costo de 400 millones de dólares, 100 de los cuales habrían sido perdidos por el propio Filanbanco’”³⁵.

La versión del Estado difiere con la posición de los dos medios de comunicación, ya que se explicó que la fusión de Filanbanco con la Previsora se inició mediante una asociación entre los dos bancos y porque la Previsora no podía pagar los créditos que le había dado Filanbanco en 1999, esta asociación la aprobó el ex Superintendente Jorge Guzmán, en octubre de 1999; y si la entidad hubiese sido capitalizado oportunamente con los 300 millones de dólares que lo hizo en julio de 2001, podía haber subsistido.

Al aprobarse la fusión en junio de 2000 con el aval de la Junta Bancaria, órgano colegiado presidido por Juan Falconí Puig, cuando se realizaron los respectivos informes técnico y jurídico que eran favorables, tal como lo hizo conocer el 23 de mayo de 2001 el ING BARINGS, al entonces Ministro de Finanzas Jorge Gallardo, el banco permaneció fusionado un año, cerró en junio de 2001 y con dificultades para cobrar la cartera, porque la mayor parte de deudas, según lo explican, son créditos vinculados. Para las autoridades económicas de aquel entonces, el mantener cerrado a Filanbanco y sin liquidar fue una irregularidad, pero por imposición del Fondo Monetario Internacional FMI, se decidió cumplir con esta exigencia dos años más tarde, es decir, en julio de 2002.

³⁵RONQUILLO, Gisella. Quién mató a Filanbanco. Op. Cit.: 32.

La explicación presentada en el informativo de Ecuavisa “Contacto Directo”, tras la entrevista con el Superintendente de Bancos aquel entonces, es que por los malos manejos de Filanbanco S.A. bajo la administración de los hermanos Roberto y William Isaías Dassum, al Estado ecuatoriano le representó un egreso de más de dos millones de dólares y las cifras detalladas, sin contar los préstamos de liquidez y que a propósito dan lugar al único juicio por los supuestos fraudes cometidos en Filanbanco, que acaba de resolver, en la etapa sumaria, el Presidente de la Corte Suprema de Justicia Armando Bermeo, son los que se resumen a continuación:

- Pérdidas a diciembre de 1998.	US\$ 654.000.000
- Entregas hechas en Bonos.	US\$ 1.116.000.000
- Por la cuenta RIC que manejaba Roberto Isaías en el exterior, funcionando como banco off shore, que se había cancelado con obras de arte que ya eran de Filanbanco y acciones de compañías inmobiliarias que no valen nada.	US\$ 107.000.000
- El ilegal vuelto.	US\$ 160.000.000
TOTAL	US\$ 2.037.000.000

La conclusión a la que llegaron es que si el Filanbanco era entregado en condiciones manejables, tal como lo aseguraron los Isaías Dassum, es oportuno formularse la pregunta: ¿por qué entregaron el banco voluntariamente?, quizás la razón es que las obras de arte que pasaron por 30 millones de dólares, valen 5'195.000, de acuerdo al Banco Central y, las acciones de las compañías inmobiliarias que pasaron por 77 millones, no valen nada, tal

como lo especifica el informe No. IBL-DB y GF-2000-258 con fecha de 1 de noviembre de 2000 y que reposa en la Superintendencia de Bancos.

Roberto Isaías Dassum es enfático en aseverar que su administración fue transparente, por lo que dice es necesario hacer referencia a un análisis de auditores externos que prueba que: “las cifras del Balance de Filanbanco a 31 de diciembre del año 1997, resiste la más exigente prueba y fehacientemente pone de presente la solidez, solvencia y liquidez del banco”³⁶, en el informe se deja constancia que pese a los datos y balances presentados, las cifras no han sido suficientes para demostrar a la justicia su inocencia.

Un aspecto que se publica en la revista “Vistazo” como decisivo para esta crisis, es que Daniel Cañizares fue designado por la Junta Monetaria como el primer administrador de Filanbanco, quien por cierto, era mano derecha del entonces Superintendente de Bancos, Jorge Egas Peña. “Según ha dicho Cañizares, durante sus cuatro meses de gestión el banco generó utilidades por 170 millones de dólares. Sin embargo, aclara Gonzalo Hidalgo, segundo gerente de la entidad, estas ganancias son resultado de la devaluación del sucre”³⁷, pero esta versión no resulta convincente para las autoridades económicas que debieron enfrentarse a estas supuestas irregularidades.

“Daniel Cañizares, hoy con orden de captura y residente en Monterrey, México, dejó el banco el 31 de marzo de 1999, el mismo día en que todo el sistema financiero empezó a ser analizado por auditorías internas. Según Cañizares,

³⁶ISAÍAS, Roberto. Filanbanco: la verdad. Op. Cit.: 13.

³⁷RONQUILLO, Gisella. Quien mató a Filanbanco. Op Cit.:17.

quedaba un banco recuperado. Pero los resultados de las auditorias mostraron otra cosa: Filanbanco seguía en terapia intensiva”³⁸.

Otro aspecto en el que están de acuerdo los periodistas de “Vistazo” con los hermanos Isaías, es que en la venta de Certificados de Depósitos Reprogramables, CDR, la institución perdió ingentes cantidades de dinero mientras se benefició a terceros que compraban estos CDR “a un 50% ó 60% de su valor nominal, esto es si el certificado era de 100 mil dólares, pagaban apenas 50 mil ó 60 mil dólares en efectivo por él, pero a su vez lo endosaban como parte de pago de deudas contraídas con algún banco al 100% de su valor”³⁹.

En la investigación de “Vistazo”, se atribuyen estas negociaciones a la administración de Gonzalo Hidalgo y a decir del diputado Carlos González, esta irregularidad fue una más de las causas de la iliquidez de Filanbanco, ya que, “las negociaciones de CDR superaron los 31 millones de dólares al 100% de su valor nominal, causando pérdidas de entre el 30% y 50% de dichos papeles”⁴⁰.

Entre los beneficiados por vender estos CDR a Filanbanco al 100% de su valor nominal aparecen: el Fondo de Cesantía de la Policía Nacional, el Fondo de Jubilación de Petrocomercial, Fondo de Jubilación de Petroindustrial, Asoprep, Tame, la Previsora, la Conferencia Episcopal Ecuatoriana, entre otros clientes que tenían créditos vinculados con los ex accionistas Isaías Dassum. “Solo con papeles un banco no puede funcionar. Un

³⁸MORENO, Cecilio. Más caro el remedio. Vistazo (Guayaquil), 813, 7 junio 2001: 41.

³⁹PUERTAS, Marlon. La feria de los CDRs. Vistazo (Quito), 816, 16 agosto 2001: 36.

⁴⁰Ibid.

banco necesita liquidez y cobrar sus cuentas en efectivo. Con este procedimiento, la caída era eminente”, declaró Carlos González a revista “Vistazo”.

“En la lista también figuran los vínculos políticos. Como la empresa Plainbridge, relacionada al ex Superintendente de Bancos Juan Falconí Puig, quien fue censurado en noviembre pasado por el Congreso”⁴¹. En este sentido es oportuno señalar que el Movimiento Popular Democrático, pese a que ellos también incurrieron en la misma transacción, pidieron a la Corte Suprema de Justicia se dicte orden de prisión preventiva en contra de Juan Falconí Puig por haber utilizado su cargo para enriquecerse ilícitamente y haber perjudicado al Estado en un monto de 1 millón 9 mil dólares al hacer uso de sus influencias y al presionar para poner en vigencia el Decreto Ejecutivo 1492, que faculta a las Instituciones o personas naturales a tener deudas con las Instituciones Financieras o con la Corporación Financiera Nacional, a entregar o vender los CDR como forma de pago de sus deudas. Cabe resaltar que el autor de este decreto es el mismo Falconí Puig, tal como lo denunciaron los miembros del MPD.

Los periodistas de TC, durante una semana, en un segmento diario en su informativo al que titularon “Acusado de Corrupción”, en el que el director de “El Noticiero”, Rafael Cuesta, dedicaba aproximadamente 10 minutos para atacar a Juan Falconí Puig, comentó que: “No estamos de acuerdo con que el Presidente de la Corte Suprema de Justicia, encubra el peculado bancario de Falconí Puig que salta a la vista y evada su responsabilidad de dar trámite a los ocho juicios pendientes que existen en su contra”⁴².

⁴¹PUERTAS, Marlon. La feria de los CDRs. *Vistazo* (Quito), 816, 16 agosto 2001: 36.

⁴²El Noticiero de TC Televisión, Editorial de Rafael Cuesta, 22 abril 2003.

Rafael Cuesta explicó que: “El Dr. Armado Bermeo, debería abiertamente ponerle la corona a Juan Falconí Puig, por haber sido el único privilegiado en haber negociado los CDRs al 100%, mientras los otros ecuatorianos tarados, perdieron sus depósitos por acatar la ley”⁴³, a esto agrega el periodista “todo sensato separa lo podrido de lo sano, por eso, el Dr. Bermeo no debería tapar las inmoralidades de quienes gozan de libertad y no tienen orden de extradición”⁴⁴.

En “El Noticiero”, insistentemente se pone énfasis al señalar que Roberto y William Isaías entregaron el banco al Estado en 1998, funcionando, sin un solo perjudicado y con garantías suficientes, a esto añaden que dos años más tarde, la entidad bancaria quebró en manos de los administradores estatales, entre ellos Juan Falconí Puig, quien goza de impunidad y protección por parte de la Corte Suprema de Justicia.

Para Falconí Puig, estas acusaciones son el resultado de la retaliación de los hermanos Isaías, toda vez que fue él, quien descubrió e investigó los malos manejos internos de la institución bancaria y que dio lugar al único juicio por los fraudes cometidos en Filanbanco, que acaba de resolver en la etapa sumaria, el Presidente de la Corte Suprema de Justicia.

En “Televistazo”, no se trata esta noticia a diario como lo hacen en TC Televisión, ya que Ecuavisa se limitan a presentar testimonios e informaciones a base de la resolución emitida el 20 de marzo de 2003 por el titular de la Corte Suprema de Justicia, quien dio pasó a: “El juicio plenario a los ex accionistas de Filanbanco y 11 personas, ya que las

⁴³El Noticiero de TC Televisión, Editorial de Rafael Cuesta, Op. Cit.

⁴⁴Ibid.

autoridades de esa época utilizaron los créditos del Banco Central en beneficio propio y de sus familiares, por lo que hubo peculado bancario y eso debe ser penado por la Ley”⁴⁵.

Este juicio se inició cuando era Presidente de la Corte Suprema de Justicia, Galo Pico, quien emitió orden de prisión preventiva para los hermanos Isaías cuando ellos ya estaban en Miami. El proceso fue lento y pasó por un lapso de dos años y cinco meses en manos de la Fiscal General de la Nación, Mariana Yépez, quien cambió el tipo de delito, es decir, de peculado bancario a falsificación de balances esto el 20 de noviembre de 2002.

“Pero el caso regresó a la Presidencia de la Corte Suprema y Armando Bermeo acusó a los Isaías Dassum de peculado bancario”⁴⁶, en respuesta a estas aseveraciones Fabián Guido Flores en declaraciones para “El Noticiero” de TC Televisión y a nombre de sus defendidos, dijo que de inmediato apelaran esta resolución, toda vez que Bermeo a juicio del jurista, cita hechos, documentos y testigos que no constan en el proceso.

En “Televistazo” de Ecuavisa se hicieron públicas las declaraciones del Presidente de la República, Lucio Gutiérrez, quien declaró categóricamente ante la pregunta de un periodista que le consultó sobre este tema que: “Los Isaías deben ir a la cárcel, al igual que todos los banqueros corruptos”⁴⁷.

En “El Noticiero” de TC Televisión, los colaboradores de esta empresa demostraron su desacuerdo con lo resuelto por la CSJ, ya que se acusa a los hermanos Isaías Dassum de

⁴⁵Televistazo, Ecuavisa, 20 marzo 2003.

⁴⁶Ibid.

⁴⁷Ibid.

peculado bancario, pero el problema se presenta porque esa figura legal entra en vigencia en mayo de 1999, es decir, cinco meses después de cometido el supuesto delito, cuando incorporan la reforma al Art. 257 del Código de Procedimiento Penal, por lo que enfatizan que ninguna norma puede tener carácter retroactivo, sino que se debe aplicar exclusivamente para el futuro de acuerdo a lo que establece la legislación ecuatoriana.

La trascendencia de esta noticia para TC, se evidencia al abrir el informativo con ella y dedicarle gran parte de “El Noticiero” a la misma, la presentadora inicia al explicar que:

“Sin acatar lo resuelto por la Fiscal General de la Nación, el Presidente de la Corte Suprema de Justicia llamó a juicio plenario por peculado bancario, a los ex administradores privados de Filanbanco, Roberto y William Isaías, así como también al ex Superintendente de Bancos, Jorge Egas Peña y al presidente del directorio del Banco Central, Luis Jácome Hidalgo entre otros. A pesar de que la investigación Fiscal determinó que no hubo peculado bancario y aún cuando se presentaron un sinnúmero de pruebas que demostraba que no hubo delito en el manejo de los fondos de los clientes de Filanbanco”⁴⁸.

En los espacios informativos de TC Televisión se pone en entredicho la resolución dictada por parte del Presidente de la Corte Suprema de Justicia, ya que para ellos, este es un “juicio político” con el que se quiere desprestigiar y perseguir a los hermanos Isaías:

“El Dr. Bermeo bajo presiones de grupos políticos interesados en perjudicar a los ex administradores privados de Filanbanco, dictó una providencia sin respetar el criterio de la Fiscal Dra. Mariana Yépez. Ahora el caso irá en

⁴⁸El Noticiero, TC Televisión, 21 marzo 2003.

apelación a una de las salas de lo penal donde se resolverá si lo actuado por el Presidente de la Corte ha sido correcto o no”⁴⁹.

A juicio del reportero de Ecuavisa lo actuado por parte de la Fiscal General Mariana Yépez, en el caso Filanbanco, puede ser cuestionado, ya que cambió el tipo penal con el que se inició el juicio, con lo que indirectamente favorece a los acusados, a tal punto que en el año 2000, la propia Comisión de Control Cívico Contra la Corrupción, pidió que se enjuicie a la Fiscal, justamente por su inacción en este caso.

A propósito, llama la atención y debemos recordar que el 10 de abril de 2000 el Mayor Jorge Rivadeneira, del Ministerio Fiscal General, envía una misiva al General Edgar Vaca, Director Nacional de la Policía Judicial, en la que solicita por orden del Ministerio Fiscal que se proceda a la ubicación de Roberto y William Isaías Dassum, así como de Juan Franco Porras, pero, tan solo un día después de emitida esta disposición se pide que se suspenda este requerimiento. Habría entonces que preguntarse qué factores influyeron para que el Ministerio Fiscal no continúe con esta petición que involucra a “personas de gran influencia” tal como lo escribe textualmente en la carta el Mayor Rivadeneira.

El abogado de la defensa Fabián Guido Flores en entrevista concedida para TC, cuestiona lo resuelto por el Presidente de la Corte Suprema quien desestimó el dictamen de la Fiscal de la Nación, a su criterio, se debe enmendar el gravísimo error en cuanto a la utilización del texto legal, además, no se debe hablar de malversación de los recursos entregados por el Banco Central a los ex accionistas de Filanbanco, ya que el informe de

⁴⁹El Noticiero, TC Televisión, 21 marzo 2003.

los propios técnicos del instituto emisor, aseguraron que los préstamos de liquidez fueron utilizados para los fines convenidos con la administración de esta institución.

Desde la perspectiva de la cadena TC Televisión, la providencia del caso Filanbanco S.A., fue rechazado, porque el delito de peculado bancario no es aplicable a esta investigación, así también, es reprochable que no se hayan tomado en cuenta las pruebas presentadas por la defensa, por lo que se debe apelar y negar la nulidad del proceso.

En representación de Roberto y William Isaías, su hermano Estéfano enfatiza que:

“Somos totalmente ajenos a esta debacle, tal como está plenamente demostrado en el informe de la reciente auditoría hecha por la Superintendencia de Bancos, el que señala claramente a los verdaderos responsables, este informe revela documentadamente que luego de cuatro meses de su entrega a la AGD, en marzo de 1999, bajo la administración del Ing. Daniel Cañizares, Filanbanco produjo importantes utilidades en mayo del mismo año estaba recuperado y listo para su reprivatización”⁵⁰.

Paradójicamente a la explicación de los Isaías en un remitido del Comité de Perjudicados de este banco titulado: “La Historia de Filanbanco”, que se hizo público a través de la pantalla de Ecuavisa se decía textualmente:

Los ex accionistas de Filanbanco, los hermanos Isaías Dassum, Roberto, William y Estéfano que inexplicablemente sigue en Ecuador organizando la defensa y corrompiendo a

⁵⁰Presentación del libro “Filanbanco la verdad”, Estéfano Isaías.

la gente, entregaron el banco el 2 de diciembre de 1998, al día siguiente de aprobarse la Ley de la AGD, hecha expresamente para Filanbanco.

Las entregas del Banco Central a Filanbanco, ya en poder de la AGD empiezan también al día siguiente, el 3 de diciembre y fueron las siguientes:

3 de diciembre de 1998	\$140'000.000
28 de diciembre de 1998	\$400'000.000
2 de febrero de 1999	\$100'000.000
2 de febrero de 1999	\$176'000.000
mayo de 2001-08-13	\$300'000.000
TOTAL	\$1.116'000.000

Ecuavisa en sus noticieros no emite juicios de valor, en las últimas emisiones pese a lo trascendental que resulta este tema, se limita a comunicar solamente lo necesario y en reiteradas ocasiones, ha presentado el testimonio de Óscar Ayerve, representante de los perjudicados de esa entidad, del Presidente de la Corte Suprema de Justicia, a Falconí Puig y a personajes que cuestionan a los ex accionistas privados de Filanbanco; TC al contrario, dedica los mayores espacios para tratar sobre esta temática y opta por invitar a personas relacionadas con los hermanos Isaías, los penalista que defienden a estos hermanos, así como a los datos que se publicaron en el libro “Filanbanco: la verdad”, que ha sido impresa en Maxigraf imprenta que por cierto, se encuentra entre los mayores deudores vinculados de Filanbanco, tal como lo denunció en una de sus ediciones de 2001 “Vistazo”. De comprobarse los préstamos vinculados, cabe señalar que estas compañías han sido creadas o adquiridas con dineros del banco y por ende de sus depositantes.

Por tanto, el tratamiento noticioso que se ha dado al “Caso Filanbanco” en estos dos medios televisivos, demuestra que ningún texto e imagen son neutros, al contrario, están cargados de significados, ya que en comunicación ni el periodista que transmite las informaciones así como el público que los recibe son imparciales, todo mensaje es portador de nociones ideológicas, ya que en este proceso está presente el “poder”, como factor manipulador que se expresa en lo no dicho o en aquello que en vez de mostrarse es ocultado. “En la información comunicada quedan las huellas del poder, concebido como una relación que circula en el ser social y determina su naturaleza”⁵¹.

No debería sorprendernos que tanto Ecuavisa como TC Televisión estén abiertamente parcializados y que este particular se evidencie en sus noticieros, ya que frente a la pregonada pluralidad y objetividad, han primado los intereses de carácter financiero y político que están detrás de cada nota periodística.

“La crisis bancaria fue el detonante de la pérdida de credibilidad en los medios. Algo obvio, puesto que algunos están directamente vinculados con los banqueros. La falta de independencia ha sido evidente sobre todo durante el juicio político al Superintendente de Bancos, cuando ciertos canales transmitieron la intervención del interpelante pero no la del interpelado”⁵².

Los periodistas de TC se ven limitados al tener que cuestionar a la administración privada de Filanbanco, ya que resulta comprometedor irse en contra de los propietarios de

⁵¹BRIGUET, Daniel. El poder de los medios: los medios del poder. Rosario, Anuario Vol. 1, Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, 1998: 4.

⁵²AGUILAR, Roberto. “Credibilidad en juego”. El Universo (Guayaquil). 19 noviembre 2000: C8.

la empresa en la que trabajan, por lo que prefieren informar lo estrictamente necesario, en vez de poner en juego su estabilidad laboral. Tal poder tienen en el campo mediático la familia Isaías que diciembre de 2001, bloquearon la señal de TV Satelital de la programación de TV Cable, tras la intervención del diputado Carlos Gonzáles, quien formuló graves revelaciones sobre este caso.

“La mayoría de medios en el mundo entero tienen interés de toda índole y TC no es la excepción, por esta razón se trata de mantener independencia entre la parte directiva y el noticiero, de ahí que los diferentes momentos políticos no hayan producido dramáticos cambios en el desenvolvimiento diario del canal. En los espacios de opinión los periodistas se preocupan por informar igual que lo hacen los otros medios para tratar de ser lo más imparciales posible”⁵³.

Tal como lo expresó Leonardo Ponce: “Ecuavisa ha privilegiado su independencia de los partidos políticos, gobiernos de turno o grupos de poder para evitar que se comprometa al medio”⁵⁴. Pero reconoce que para esta cadena televisiva, sin duda, existieron momentos difíciles sobre todo cuando los intereses empresariales de sus dueños han estado en juego.

El “Caso Filanbanco” da una nueva victoria al único poder verdadero, comenta Alfredo Castillo, en el que aparece “la trilogía: banca, Estado y grandes medios de comunicación colectiva”, en donde incluso hubieron intereses electorales en juego y un evidente manejo ideológico para no enfrentarse a una reacción de la colectividad.

⁵³Entrevista: Carlos Vargas, Productor de El Noticiero, Quito, 10 enero 2003.

⁵⁴Entrevista: Leonardo Ponce, Vicepresidente Ecuavisa, Quito, 24 enero 2003.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES

“La televisión en manos de empresas mercantiles, se ha convertido únicamente en fuente de producción y olvida la misión que le incumbe en el campo de la información, educación y entretenimiento”.

4.1 CONCLUSIONES

Vivimos inmersos en una autodenominada “sociedad de la información”, (en la que la información es el elemento que permite tomar decisiones y formar la opinión), aunque en realidad nos encontramos ante una “sociedad del espectáculo”¹, que no ha dudado en sucumbir a los intereses individualistas de los grupos de poder y económicos que han convertido al público en una especie de “títeres orgullosos e incapaces de reconocer quién realmente mueve sus hilos”².

De ahí que la relación entre la prensa y el poder sea motivo de constantes debates que cobran una nueva dimensión, toda vez que la televisión se ha convertido en un eficaz instrumento político, económico e ideológico que está al servicio de las clases dominantes de nuestro país, este medio, paulatinamente se ha transformado en un fenómeno institucional por

¹Revisar texto de Gianni Vattimo, La sociedad transparente, Barcelona, Ediciones Paidós, 1990. Para el autor la sociedad del espectáculo de la que hablan los situacionistas no es solo la sociedad de las apariencias manipuladas por el poder, es también una sociedad en la que la realidad se da con caracteres más débiles y fluidos, y en la que la experiencia puede adquirir los rasgos de la oscilación, del desarraigo, del juego.

²Revisar el libro del sociólogo francés, Pierre Bourdieu, Sobre La Televisión, París, Anagrama, 1997.

ser una actividad extremadamente influyente, por su representación simbólica, así como por ser agente de promoción de bienes y servicios, además de participar directamente del financiamiento de instituciones de poder.

Toda reflexión teórica como la presente, que intenta analizar el fenómeno televisivo con relación a la propiedad de los medios de comunicación y su naturaleza predominantemente privada-comercial, debe reparar en la influencia de la política y la economía en esta actividad, que ha facilitado que éstos vínculos logren consolidarse en todas las empresas informativas en la que se gestan alianzas encubiertas que responden a los intereses particulares de sus accionistas.

Es así como resulta oportuno referirnos a la figura utilizada por Elías Canetti, “la máscara del poder”³, puesto que toda relación que se da en este sentido, hace uso de una máscara que a pesar de que el público sabe que existe trata de omitirla, ya que el poder de quienes la poseen en sociedades como la nuestra, lejos de debilitarse cada vez se consolida.

En cuanto a la influencia de la actividad política sobre los medios, éstos desempeñan un papel cada vez más activo y notorio, ya que no se limitan a ser simples observadores, sino que asumen una función protagónica en la que queda al descubierto el triste papel que desempeñan los medios al ser parte de la política, cuando en realidad esa no es su función y como resultado de ello, pierden la confianza de su público.

³Figura utilizada por Elías Canetti, *Masa y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 1995. En donde se refiere al enmascaramiento y disimulación, para tratar sobre las prácticas de manipulación política, en las que quien viste una máscara puede lograr desplazamientos decisivos en las relaciones de poder.

En todo acto comunicativo se hace presente el poder, ya que éste es develado a través de los medios, con ello, ya no cabe duda de que en este escenario se consolida lo que Daniel Briguet llama “el poder de los medios, los medios del poder”, que son quienes en reiteradas ocasiones estabilizan al régimen ya que tienen la capacidad para persuadir e influir sobre los perceptores gracias a sus soportes socioeconómicos e informativos.

“Si bien la tarea de informar parece simple, muchas veces no lo es. Se vuelve un trabajo ingrato porque las fuentes informativas -todas, sin excepción- sacan a flote sus intereses; privilegian lo que les interesa promocionar, en desmedro de lo que no les conviene publicar. Presionan y manipulan; algunas fuentes, incluso, han desarrollado tal capacidad de cabildeo (lobby) que, con frecuencia, convierten a una noticia nacional en lo que solo es promoción gremial, triturando elementos informativos que pueden ser de interés colectivo. Esto es común con la información que emerge desde los centros del poder político, gremial y económico. Y contra esta tendencia luchan diariamente los medios de comunicación independientes”⁴.

Ante esta situación hay que enfatizar que si bien es verdad que ciertos medios pertenecen a determinados grupos económicos o a la vez, permanecen supeditados a las conveniencias de los gobiernos de turno, en el trabajo cotidiano de todo periodista debería prevalecer su ética frente a los intereses de las empresas para las que trabajan.

⁴RAMOS, Hernán. “La prensa no es igual al poder político”. El Comercio (Quito): A4.

Entonces, es necesario controlar la concentración monopólica de los medios, toda vez que se corre el riesgo de homogeneizar los criterios de la opinión pública a favor de ciertos intereses creados que pretenden imponer al país la voluntad política de determinadas minorías, por lo que citamos las expresiones de Luis Ramiro Beltrán quien comentó que: “A la mercantilización de la información no se la ve con buenos ojos y a la concentración del poder por propiedad de multimedios, se la juzga perniciosamente para la objetividad, contraria a la equidad y peligrosa para la democracia”.

Ecuavisa y TC son cadenas de televisión comercial-privada, su estructura de propiedad permanece desde sus inicios relacionada a los grupos Alvarado e Isaías, respectivamente, los primeros han creado una gran empresa de comunicación conformada por medios televisivos e impresos, mientras que los propietarios de TC son descendientes de un exitoso libanés que inmigró a inicios del siglo pasado y dejó las bases para convertir a sus descendientes en un poderoso grupo económico, político e ideológico que incursionó en la comunicación, para consolidar su presencia en las actividades productivas del país.

TC Televisión una vez que ha cobrado actualidad el tema bancario, ha optado por presentar notas y comentarios en donde se pone de relieve las obras de beneficencia promovidas por la “Fundación Nahín Isaías Barquet”, así como enfatiza en que los hermanos Isaías Dassum han sido gestores de numerosas compañías que han creado riqueza, contribuido al desarrollo del país y generado decenas de miles de puestos de trabajo, con ello, indirectamente tratan de ganarse la simpatía de los televidentes, ya que son, tal como lo dice Estéfano Isaías: “una familia de empresarios que incursionaron en la

banca y no unos banqueros que se hicieron empresarios”, por ello, no son los culpables del hundimiento del que fue “El Banco del Ecuador”.

Los medios de comunicación muchas veces llegan a construir las noticias, precisamente porque están condicionados ante los intereses de los dueños de las empresas, en varias ocasiones llegamos a pensar que las imágenes que aparecen en las pantallas no necesitan explicación porque son el reflejo de la realidad, pero Gianni Minoli, ya advertía que incluso en la información televisada podemos ser objeto de manipulación, por lo que hay que aprender a desconfiar de ese medio y de las imágenes que nos ofrecen, ya que los periodistas pueden fragmentar las noticias o presentarnos solo lo que les conviene y el “Caso Filanbanco”, es un ejemplo de ello, solo escuchamos los fragmentos en donde las autoridades o expertos en el tema económico hablan de la inocencia de los hermanos Isaías Dassum. Es oportuno entonces tener presente que “aunque mentirosas, esas imágenes eran verdaderamente lógicas. Y venían a ratificar la función de la televisión en un mundo en el que tiende a reemplazar a la realidad por su puesta en escena”⁵.

Por la coyuntura ocurrida años atrás con la quiebra de Filanbanco, hemos tratado de partir de ese hecho para ejemplificar como estos medios pese a promover la independencia, objetividad, pluralidad e imparcialidad permanecen influenciados por los grupos empresariales de sus propietarios. Por eso, era evidente que TC Televisión generalmente emita aquellas noticias que no inculpaban directamente a Roberto y William Isaías, sino que tratan de justificar la actitud de estos banqueros, todo lo contrario, al grupo Alvarado quienes no solo en Ecuavisa sino en sus medios impresos, especialmente en “Vistazo”, han

⁵RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Barcelona, Temas de Debate, 2000: 81

sido implacables con los Isaías, esto a raíz de las divergencias entre estos medios que compiten en el sistema de televisión abierta, pagada e incluso en sus medios impresos.

En el mundo entero se han reconocido a los medios como el nuevo poder en el que se articulan los intereses políticos y económicos, por eso, sería ideal que no solo apelemos a la posición crítica, responsable y ética de sus profesionales, sino también de los consorcios que los manejan, para separar así los intereses empresariales de los informativos, para lo cual, debería por lo menos existir una sanción moral para quienes no permiten que se emitan informaciones veraces y apegadas a la realidad.

Los medios de comunicación privados en el país, permanecen influenciados por la estructura de poder que los sostiene, si bien no son muchos, son los más influyentes, con lo que se deja ver que ellos, lamentablemente, están vinculados a determinadas élites de poder, es decir, laboran a base de esos intereses y no motivados por su espíritu periodístico.

En toda empresa informativa debería primar la ética del comunicador, para que de esta manera prevalezca el compromiso que asumen con el público y no con los intereses de los grupos económicos que en varias ocasiones son los propietarios de la mayoría de ellos, ya que así, se puede hablar de objetividad, pluralidad y libertad de expresión que son valores fundamentales que deben ser defendidos por quienes se comporten a informar a un pueblo.

Los medios de comunicación en pocas ocasiones producen programas críticos, sin darse cuenta que poseen armas poderosas por los efectos que tienen en sus públicos y lejos de ello, sumen a estos grupos en una forma particularmente perniciosa de opresión simbólica.

La Declaración de Derechos del Buen Pueblo de Virginia (1776) señala en el artículo XII: “Que la libertad de prensa es uno de los grandes baluartes de la libertad y no puede ser restringida jamás a no ser por gobiernos despóticos”

Por tanto para hacer frente al poderío de la información producida por la concentración empresarial, es tarea de todo Estado otorgar una adecuada protección a la información que se origina en la sociedad y que no sean económicamente significativos, para fomentar flujos de comunicación transversales y discrecionales que sean una garantía de pluralidad frente a los intereses mercantiles y políticos de las grandes corporaciones multimedia, por que actualmente “nos encontramos ya muy lejos de aquel momento histórico en que la prensa fue considerada como el cuarto poder por su capacidad para vigilar y someter a crítica el funcionamiento de los otros tres poderes (ejecutivo, legislativo y judicial del Estado)”⁶.

BIBLIOGRAFÍA

1. A la caza del rating”. El Universo (Guayaquil), 20 enero 2002.
2. AGUILAR, Roberto. “Credibilidad en juego”. El Universo (Guayaquil). 19 noviembre 2000.
3. BEJARANO, Jaime. “Ética periodística y pugna en la TV”. El Comercio (Quito), 20 junio 2000.
4. BOURDIEU, Pierre. Sobre la Televisión. París, Anagrama, 1997.
5. BRIGUET, Daniel. El poder de los medios: los medios del poder. Rosario, Anuario Vol. 1, Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, 1998.
6. BRUMNER, José Joaquín. “Comunicación y política en la sociedad democrática”. En Medios de Comunicación en tiempos de cambio, Contribuciones 2, Fundación Konrad Adenauer-Ciedla, Buenos Aires, 1996.
7. BUCARAM, Abdalá. Golpe de Estado. Panamá, PREDicciones, 1997.
8. CAMARENA, Margarita y VALDÉZ, Andrés.”El poder de la televisión está en la audiencia”. (1997), Online. Internet. 19 noviembre 2002.
9. CASTELLS, Manuel. La Sociedad en Red. Madrid, Alianza Editorial, 1998.

⁶ ROCA, José. Política y comunicación. Madrid, Los libros de la catarata, 1999: 84.

10. CASTILLO, Alfredo. "Bajo sospecha: Banca, Estado y medios". El Telégrafo (Guayaquil), 7 agosto 2001.
11. CASTILLO, Alfredo. "Misteriosa trilogía del poder". El Telégrafo (Guayaquil), 24 julio 2001.
12. CHOMSKY, Noam. Los guardianes de la libertad. Barcelona, Crítica, 1990.
13. CHOMSKY, Noam y Ramonet, Ignacio. Cómo nos venden la moto. Barcelona Incaria. 1997.
14. CRAWFORD, Lois. Los libaneses en el Ecuador. Quito, Imprenta Segura, 1997.
15. DE LA TORRE, Carlos. "Los Medios Masivos de Comunicación Social El Populismo y la Crisis de la Democracia". Ecuador Debate (Quito). 49.1997.
16. DELGADO, Diego. Atraco Bancario y Dolarización. Quito, Ediciones Gallo Rojo, 2000.
17. ECO, Umberto. ¿Tiene la audiencia efectos perniciosos sobre la televisión?. Italia, 1977.
18. "El caso Univensa se activó en Guayaquil". El Comercio (Quito), 16 junio 2000.
19. Entrevista: Carlos Vargas, Productor de El Noticiero, Quito, 10 enero 2003.
20. Entrevista: Francisco Suárez, Jefe Técnico TC Televisión, Quito 10 enero 2003.
21. Entrevista: Leonardo Ponce, Vicepresidente Ecuavisa, Quito, 24 enero 2003.
22. Entrevista: María José Troya. Directora de la Tribuna del Consumidor. Quito, 5 febrero 2003.
23. EXENI, José Luis. "Autorregulación del Periodismo: Reto Impostergable". Íconos: revista de la FLACSO (Quito), 5. 1998.
24. FINKELSTEIN, Sydney. Pros y contras de McLuhan. México, Editorial Grijalvo, 1973.
25. FOUCAULT, Michel. Vigilar y Castigar, Madrid, Siglo Veintiuno Editores S.A. 1994.
26. GONZÁLEZ Requena, Jesús. El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Madrid, Signo e imagen, 1992
27. GRASSI. Ricardo. Los medios en el juego del poder. Colombia, Tercer Mundo Editores, 1991.
28. GURPREET, Hayhre. ¿El Extranjero Externo?. Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 2000.
29. Investigación EKOS. "¿Sabes quién TV?". Ekos (Quito), 2002.
30. ISAÍAS, Roberto. Filanbanco: la verdad. Quito, Maxigraf S.A. 2003.
31. LASO, José. "La televisión en el Ecuador". Hoy 15 años. Quito, 1997.
32. LASO, José. ¿Síntomas?. Hoy. (Quito), 16 marzo 2003.
33. "La televisión de cable usa tres vías en el país". El Comercio (Quito), 23 octubre 2001.
34. "La televisión en el Ecuador". (1997): 1p. Online. Internet.
35. "La TV nacional tiene cambios". Hoy (Quito), 20 enero 2003.
36. "La TV por Cable". Hoy (Quito), 16 marzo 2003.
37. MÁRQUEZ, Lola. "Ecuavisa 35 años con la gente". Vistazo 834 (Quito), 21 marzo 2002.
38. MCLUHAN, Marshall y POWERS, B.R. La Aldea Global. Barcelona, Gedisa, 1996.
39. MCLUHAN, Marshall. Comprender los medios de comunicación. Barcelona, Paidós Comunicaciones, 1994.
40. MORA, Alba Luz. La televisión en el Ecuador. Guayaquil, Editorial AMAUTA, 1982.
41. "Nuevas normas para la radio y TV en camino", El Comercio (Quito), 20 septiembre 2002.
42. MORENO, Cecilio. Más caro el remedio, Vistazo 813 (Guayaquil), 7 junio 2001.
43. NÚÑEZ, Jorge. Los orígenes de la bancocracia. Quito, El Conejo, 1999.

44. PLITMAN, Ruth. La crisis Bancaria en el Ecuador. Quito, Fundación Friedrich Ebert, 26 abril 2002.
45. PINILLOS Y SUÁREZ, Pedro. La Empresa Informativa. Ediciones del Castillo S.A. Madrid, Ediciones Del Castillo S.A. 1975.
46. PUERTAS, Marlon. La feria de los CDRs. Vistazo 816 (Quito), 16 agosto 2001.
47. RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Barcelona, Temas de Debate, 2000.
48. RAMOS, Hernán. “La prensa no es igual al poder político”. El Comercio (Quito).
49. REIG, Ramón. Medios de Comunicación y Poder en España. Barcelona, Paidós Comunicaciones, 1998.
50. RICAURTE, César. “Cómo son los candidatos en TV?”. El Comercio (Quito). 13 octubre 2002.
51. RICAURTE, César. “El penoso día en que la TV se hizo eco de un crimen”. El Comercio (Quito), 19 enero 2003.
52. RICAURTE, César. “En cuestión de política la TV debe transparentarse”. El Comercio (Quito). 8 septiembre 2002.
53. RICAURTE, César. “Sí me interesa ganar influencia”. Líderes (Quito), 3 febrero 2003.
54. RINCÓN, Omar. Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2001.
55. ROCA, José. Política y comunicación. Madrid, Los libros de la catarata, 1999.
56. RONQUILLO, Gisella. “Quién mató a Filanbanco”. Vistazo 815, (Guayaquil), 2 agosto 2001.
57. RONQUILLO, Gisella. “Préstamos en pocas manos”. Vistazo 816, (Guayaquil), 16 agosto 2001.
58. RUBIANO, Roberto. “Una mirada crítica a la TV nacional”. Diners 239, (Quito), abril 2002.
59. SÁNCHEZ-BRAVO, Antonio. Manual de Estructura de la Información. Madrid, Fundación Ramón Arces, 1992.
60. SARLO, Beatriz. “El Audiovisual Político”. Punto de vista. (Buenos Aires), diciembre 1991.
61. SCHRANK, Jeffrey. Comprendiendo a los medios masivos de comunicación. México, Publigráficos S.A. 1989.
62. SARTORI, Giovanni. Homo Videns. Madrid, Taurus, 1998.
63. TAUFIC, Camilo. Periodismo y lucha de clases. Quito, Productora de Publicaciones, 1987.
64. THOMPSON, John. Los media y la modernidad. Barcelona, Paidós Comunicación, 1998.
65. “Un mea culpa necesario”. El Comercio (Quito), 21 julio 1996.
66. VALLEJO, Raúl. Luna de hiel entre Mahuad y Aspiazú. Quito, Editorial El Conejo, 1999.
67. Vídeo: “Memoria 35 años”. Producción Rolando Pachana. Libreto Cristian Cortéz. Ecuavisa. 1 marzo 2002.
68. VILCHES, Lorenzo. Manipulación de la información televisiva. Barcelona, Paidós, 1989.
69. “Yépez presentó la excitativa bajo reserva”. El Comercio (Quito), 17 junio 2000.

ANEXOS

ANEXO 1: Manifiesto de la Televisión Pública

Este documento constituye el texto fundador de este estudio, “Televisión Pública: Del Consumidor al Ciudadano” en su declaración sostiene que:

- I. La Televisión Pública interpela al ciudadano mientras la televisión comercial le habla al consumidor.
- II. La Televisión Pública debe ser el escenario del diálogo nacional intercultural.
- III. La Televisión Pública debe promover lo universal que no pasa por lo comercial.
- IV. La Televisión Pública debe dejar de programarse como secuencia lineal y curricular de la escuela para ganar el proceso y el flujo propio de las narrativas audiovisuales.
- V. La Televisión Pública debe hacer programas de gran impacto, que se conviertan en hechos sociales y ameriten repetición.
- VI. La Televisión Pública debe recuperar lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que promueve la televisión, la cultura y la educación.
- VII. La Televisión Pública debe ampliar las posibilidades simbólicas de representación, reconocimiento y visibilidad para la construcción de ciudadanía, sociedad civil y democracia.
- VIII. La Televisión Pública debe ser una experiencia cultural en sí misma por la expresión, sensibilidades y sentidos que promueve.
- IX. La Televisión Pública debe formar a los televidentes en los ámbitos de la lectura crítica de las imágenes y del control ciudadano sobre los mensajes audiovisuales que se exhiben en toda la televisión.
- X. La Televisión Pública debe programarse y producirse a través de procesos de asignación de espacios transparentes y participativos en coherencia con las políticas culturales de comunicación

y educación de cada país, y con base en los méritos de los realizadores y productores, por convocatoria pública, y con procesos transparentes de asignación.

El comenzar con este texto como provocador de reflexión se llevó a los autores de este documento, con financiación del Programa de Medios de Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert con sede en Quito, Ecuador, a plantear sus divergencias y consensos, asumiendo que la diferencia de perspectivas es propia de la agenda comunicativa, ya que los campos de la televisión y de lo público no son espacios homogéneos, sino llenos de incertidumbres y contradicciones. Comenzar con este manifiesto ha permitido centrar el debate en los asuntos estratégicos del pensar y hacer de la Televisión Pública. La discusión fuerte donde los autores de este estudio tienen diversas posturas se relaciona con cinco ejes fundamentales que definen a la Televisión Pública:

- El concepto de Televisión Pública, ya que se asume como una relación llena de democracia, ciudadanía, visibilidad de los actores sociales y poco o nada se habla de lo propiamente televisivo, del lenguaje audiovisual, de los géneros y discursos que deberían aparecer y experimentar este tipo de televisión.
- La autonomía de la Televisión Pública respecto del gobierno y otros poderes fácticos y la cuestión de las empresas de Televisión Pública como lugar de realización de proyectos de comunicación plural, diversa y de calidad.
- El asunto conceptual del consumidor y el ciudadano, ya que todo televidente es ya un ciudadano, entonces, qué significa adoptar como postura específica de la Televisión Pública el asumir como horizonte de sentido la formación del ciudadano.
- La legitimación social que le asignan a este tipo de televisión las audiencias, ya que los programas son útiles según las formas que tome el diálogo entre propuesta creativa (creadores) y recepción social (audiencias).

- Las posibilidades de la Televisión Pública en América Latina que se ve enfrentada a la generación de sus propios públicos ya que de nada sirve hacer televisión si esta no es vista por la gente.

En este contexto de divergencia, este estudio intenta encontrar nuevos caminos para imaginar y hacer de este medio de comunicación una estrategia para el desarrollo y la democracia, a partir de cuatro criterios de entrada:

- El potencial de goce y civilidad que tiene la televisión desde su especificidad comunicativa, narrativa e industrial.
- La televisión desde su especificidad como dispositivo contador de historias y lugar de relación afectiva con las audiencias.
- La crítica sobre las formas que toma la televisión en nuestra contemporaneidad, ha afirmado la esperanza a través de propuestas que permitan comprender y hacer de este medio un lugar del reconocimiento y la expresión de la diversidad y del juego de las sensibilidades que habitan nuestras realidades colectivas.
- Asumimos como lugar de reflexión la televisión llamada pública en un contexto marcado por la televisión llamada privada y en un escenario globalizado en lo económico y tecnológico, pero, que no anula sino que vitaliza los juegos de identidades locales.

“Televisión Pública: del consumidor al ciudadano” busca comprender a la televisión llamada pública desde su complejidad que implica pensar en:

- Un mercado que rige a la televisión y determina quien sobrevive en la lucha por las audiencias.
- Un paisaje simbólico complejo en su oferta y altamente especializado en su producción que caracteriza nuestra sociedad massmediática.
- Unas temáticas que sobresalen para pensar y actuar en la actualidad como son la democracia y la ciudadanía.

- Un contexto tecnológico extendido y estallado que diversifica y multiplica las posibilidades de acceso, expresión y relación social, pero también de exclusión social.
- Unas estéticas de actualidad y narrativas convocantes en las que nos expresamos como sujetos y comunidades de una época.
- Unas actitudes o marcos interpretativos más cercanos al estilo que a la ideología que asignan sentido a nuestro comportamiento.

ANEXO 2: Requisitos para obtener una concesión de televisión:

DE LAS CONCESIONES

Art. 5. El CONARTEL, es el único organismo del Estado que autoriza concesiones para instalar, operar y explotar sistemas de televisión por cable o televisión codificada terrestre. El CONARTEL, resolverá la autorización de la concesión de sistemas de televisión por cable o televisión codificada terrestre, sobre la base de los documentos presentados por el interesado e informes (técnico-operativo, legal y económico) que emita la SUPTEL, los mismos que serán tramitados en un término no mayor de 15 días. Cuando la información estuviere incompleta, la SUPTEL suspenderá el trámite y comunicará al CONARTEL, para que este organismo requiera del solicitante los documentos faltantes.

Art. 6. Las solicitudes de concesión serán tramitadas y procesadas en el orden que las reciba la Secretaría del CONARTEL.

Art. 7. La concesión de un sistema de televisión por cable o de un sistema de televisión codificada terrestre, será específica para cada sistema y área de operación autorizada. No se otorgarán concesiones de tipo genérico. Cuando se requieran ampliaciones para los sistemas concedidos, el concesionario deberá presentar la correspondiente solicitud al CONARTEL. El CONARTEL

resolverá sobre la petición, sobre la base de los respectivos informes técnicos, norma técnica y disponibilidad de canales.

Art. 8. El CONARTEL, autorizará la instalación, operación y explotación de sistemas de televisión por cable o televisión codificada terrestre, previa solicitud escrita del interesado, y cumplimiento de los requisitos técnicos, legales y económicos que para el efecto establezca el CONARTEL.

Art. 9. Todo contrato de concesión principal; renovatorio; modificatorio o rectificatorio, para instalar, operar y explotar un sistema de televisión por cable o televisión codificada terrestre, será autorizado por el CONARTEL y se formalizará mediante contrato elevado a escritura pública y suscrito por el Superintendente de Telecomunicaciones conjuntamente con la persona natural o el representante legal de la persona jurídica que intervenga en el contrato, de conformidad con el Art. 13 de la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Art. 10. Los requisitos que debe presentar el peticionario para tramitar la concesión para instalar, operar y explotar un sistema de televisión por cable o televisión codificada terrestre son los siguientes:

- a) Solicitud escrita dirigida al CONARTEL, en la que conste los nombres completos del solicitante y su nacionalidad.
- b) Copia del oficio dirigido al Jefe del Comando Conjunto de las FF.AA., con el propósito de obtener el Certificado de Idoneidad.
- c) Nombre propuesto para el sistema a instalarse o identificación.
- d) Determinación y descripción del sistema a operar (televisión por cable y/o televisión codificada terrestre).
- e) Estudio técnico especializado elaborado y suscrito por un ingeniero en Electrónica y/o Telecomunicaciones, colegiado y registrado en el respectivo Colegio Profesional, que contenga la siguiente información:
 - Descripción general del sistema de televisión por cable y/o televisión codificada terrestre (Memoria Técnica).

- Descripción del servicio que se ofrecerá a los usuarios del sistema.
 - Datos de ubicación geográfica de la (s) estación (es): localidad, dirección, coordenadas geográficas y descripción de su función en el sistema.
 - Características técnicas de los equipos que conforman el sistema.
 - Características del sistema de recepción de las señales.
 - Características de la calidad de la señal.
 - Características de la programación de las estaciones de televisión internacionales que serán distribuidas por el cable.
 - Descripción de los dispositivos de seguridad y señalización para la navegación aérea que se instalarán en caso necesario, conforme a las regulaciones pertinentes sobre la materia.
 - Información sobre la instalación, explotación y operación del sistema.
 - Plan de expansión del servicio. Si el sistema a operar, fuere televisión por cable, el estudio contendrá además las características y configuración de la red de distribución.
- f) Especificar la banda y el número de canales solicitados para el caso de televisión codificada terrestre. No se considerarán los canales de televisión abiertos al público en general, que se incorporen al sistema de televisión por cable.
- g) Estudio de factibilidad del proyecto, elaborado y suscrito por un profesional idóneo y colegiado, en el respectivo gremio profesional.
- h) Estado y situación financiera de la persona jurídica o si es persona natural, el informe de situación económica suscrito por un Contador Público Federado.
- i) Dos certificados bancarios que acrediten la solvencia económica del solicitante.
- j) Estructura orgánica-funcional de la empresa y lista de los equipos para la operación y mantenimiento del sistema.
- k) Descripción del plan de comercialización del servicio y las características de la programación a transmitirse en los canales que solicita, con la indicación del tipo y porcentaje de programas: noticiosos, de entretenimiento, culturales, deportivos, científicos, nacionales y otros.

- l) Curriculum vitae, para el caso de persona natural.
- m) Cédula de ciudadanía del solicitante en caso de persona natural.
- n) Fotocopias auténticas de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación de la persona natural o del representante legal de la persona jurídica.
- o) Las personas jurídicas, además de lo indicado anteriormente, deben presentar los documentos que acrediten su existencia legal y el nombramiento del Representante Legal. Las Compañías, Corporaciones o Fundaciones deben adjuntar copias de las cédulas de ciudadanía de los socios y un certificado otorgado por la Superintendencia de Compañías en el que conste el porcentaje de inversión extranjera (que no excederá del 25%).

Art. 11. AUTORIZACION.- Una vez que se hayan cumplido todos los requisitos, el CONARTEL, para decidir sobre la concesión, conocerá la solicitud; documentación; informes emitidos por la SUPTEL y asesorías del CONARTEL; y Certificado de Idoneidad concedido por el Comando Conjunto de las FF.AA.; de ser el caso autorizará la contratación o solicitará la presentación de otros documentos.

Art. 12. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 7 de la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión, el CONARTEL anunciará la realización de este trámite por uno de los periódicos de mayor circulación de Quito y Guayaquil y por el de la localidad en donde funcionará la estación si lo hubiere a costa del peticionario con el objeto de que, en el plazo de quince días contados a partir de la publicación, cualquier persona pueda impugnar conforme a la ley, dicha concesión.

Art. 13. Requisitos para la suscripción del contrato: Si el CONARTEL aprueba la solicitud y autoriza el contrato, previa suscripción del mismo el interesado deberá presentar los siguientes documentos en la SUPTEL y cumplir los requisitos que a continuación constan:

- a) Consignar o depositar una garantía bancaria o póliza de seguro con el carácter de incondicional, irrevocable y de cobro inmediato, dinero en efectivo o cheque certificado a favor del CONARTEL, para respaldar el fiel cumplimiento de la instalación y operación del sistema que

solicita, por el valor equivalente a quinientos (500) UVC, vigentes a la fecha de suscripción del contrato.

- b) Entregar copia autenticada del título de propiedad de los equipos a falta de ésta la promesa de compra venta judicialmente reconocida, o el instrumento público debidamente protocolizado que acredite el uso y disposición de los equipos durante el período de concesión.
- c) Presentar copia autenticada del título de propiedad, contrato de arrendamiento o documento legal que acredite el uso del inmueble donde se instalará la estación transmisora terrestre.
- d) Para los sistemas de televisión por cable, deberá presentar certificados de autorización de las Municipalidades e instituciones respectivas (Empresas Eléctricas, Empresas de Telecomunicaciones), para el tendido de la red de distribución, utilización de postes, canalización u otros según corresponda.
- e) Comprobante de pago de la Tarifa de Autorización.
- f) El plazo para la entrega de los documentos y requisitos ya descritos, será de 30 días, contados a partir de la fecha en que se notificó la autorización de la concesión.

Art. 14. El término máximo para la suscripción y protocolización del contrato de concesión, será de quince días, contados a partir de la fecha en que se cumplió la presentación de todos los requisitos. La SUPTEL comunicará por escrito el momento que el contrato se halle listo para su formalización. Si el contrato no se suscribiere ni protocolizare dentro del plazo señalado, el CONARTEL, procederá de acuerdo a lo estipulado en el artículo 13 de la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Art. 15. En el contrato de concesión de un sistema de televisión por cable o televisión codificada terrestre constarán entre otros, los siguientes datos y requisitos: nacionalidad del concesionario acreditada de acuerdo con la Ley. Escritura de constitución de la persona jurídica concesionaria y certificado otorgado por la Superintendencia de Compañías que contenga la lista de accionistas o socios y su porcentaje de acciones o participaciones. Título de propiedad de los equipos. Determinación del lugar en que será instalada la estación, con indicación precisa de su domicilio,

sitios de trabajo y ubicación cartográfica de las estaciones y/o transmisores. Potencia de los transmisores. Nombre e identificación de la estación o sistema. Potencia de operación. Horarios de trabajo. Garantía reglamentaria que rinde el concesionario para respaldar el cumplimiento de la instalación. Comprobante de pago de las tarifas de concesión, cancelada a favor del CONARTEL en la SUPTEL. Valor que el concesionario pagará mensualmente en concepto de tarifa por utilización de frecuencias. Número de canales radioeléctricos asignados. Número de canales de televisión autorizados a transmitir. Area de operación. Frecuencias de operación del sistema. Plano de la red de distribución para televisión por cable. Número de estaciones receptoras o abonados con las que iniciará la operación del sistema; y otros que determine el CONARTEL.

Art. 16. Los contratos de concesión deberán registrarse e inscribirse en el libro de Registro de Concesiones, a cargo de la Dirección Jurídica de la SUPTEL.

Art. 17. Durante el período de vigencia de la concesión, el concesionario del sistema de televisión por cable o televisión codificada terrestre, deberá adecuar la operación de sus servicios, a las regulaciones que dicte el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, CONARTEL, dentro de los plazos que el determine.

Art. 18.- La concesión de frecuencias auxiliares para el servicio de televisión por cable o televisión codificada terrestre, se registrará por el mismo trámite que para las frecuencias principales, de conformidad con lo dispuesto en el Art. 14 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Art. 19. El contrato de concesión tendrá un período de duración de diez años, renovables al final de cada período, previa resolución del CONARTEL. Para la renovación del contrato de concesión, el concesionario deberá solicitar dicha renovación por lo menos con trescientos sesenta (360) días de anticipación al vencimiento del contrato. El CONARTEL autorizará la renovación del contrato de concesión. Sin otro requisito que los informes favorables, sobre la comprobación, controles técnicos y administrativos, de que el sistema ha operado y opera con sujeción a la Ley de Radiodifusión y Televisión, reglamentos, contrato de concesión, normas y planes técnicos sobre la materia; y calificación de la programación autorizada. En el caso de no solicitarse la renovación dentro del

plazo señalado, el CONARTEL, podrá conceder un plazo adicional de 30 días sobre la base de los justificativos que presente el concesionario, luego de lo cual de no presentarse la solicitud, iniciará el trámite para terminación del contrato de concesión.

Art. 20. La transferencia de la concesión de un sistema de televisión por cable, televisión codificada terrestre así como la transferencia de acciones o participaciones superior al 25%, podrá realizarse previa solicitud debidamente fundamentada, dirigida al CONARTEL y autorizada por este organismo considerando los informes de la SUPTEL, observando el procedimiento indicado en el Capítulo VIII del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Art. 21. En caso de muerte de una persona natural concesionaria de un sistema de televisión por cable o televisión codificada terrestre, sus derechohabientes podrán solicitar una nueva concesión o continuar con la concesión de acuerdo a lo establecido en el Art. 69 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

ANEXO 3: CONTRATO ENTRE CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TV, CANAL 2 Y TELEVISORA NACIONAL C.A. CANAL 8.

El convenio firmado el 30 de enero de 1987, entre los directivos de Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A. y Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A. es el que se presenta a continuación:

Por la presente, las Empresas de Televisión, CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TV, CANAL 2, con sede en Guayaquil y TELEVISORA NACIONAL C.A., CANAL 8, con sede en Quito, celebran el siguiente contrato:

TELEVISORA NACIONAL C.A. se afilia a la cadena ECUAVISA, representada por Canal 2 de Guayaquil y adquiere el derecho a utilizar el nombre institucional ECUAVISA que identifica esta red de TV por su estilo de programación y contenido, para fines promocionales.

1. CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN dispone de un inventario de programación internacional, con derechos de transmisión para todo el territorio nacional, los que cede a TELEVISORA NACIONAL para la ciudad de Quito, con la finalidad de que esta pueda programar y comercializar a su mejor manera estos programas a través de Canal 8 y sus repetidoras.
2. El valor que pagará TELEVISORA NACIONAL a CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN será el 50% del valor pagado al distribuidor o propietario de los derechos internacionales.
3. En caso de que CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN utilizare programación de TELEVISORA NACIONAL, el pago será el 50% del valor pagado por ésta al propietario o distribuidor de los derechos internacionales.
4. La programación será facturada cada semana según el plan semanal de exhibiciones enviado por el departamento de programación de Canal 2.
5. Canal 8 se compromete a devolver las películas y cassettes a Canal 2, siendo de su cuenta el costo de transporte entre las dos estaciones de televisión.
6. Canal 2 se compromete a no vender programas a otra estación de televisión, siendo este convenio de exclusividad en el territorio nacional.
7. Canal 8 a la vez se compromete a programar todo el material adquirido por Canal 2 dentro del tiempo que señala la duración de los derechos de exhibición que constan en los contratos con los proveedores internacionales.
8. Forma de Pago: El pago de la programación proporcionada en Enero 1987, será cancelada en 180 días plazo; es decir, el 30 de Julio; la del mes de Febrero 1987, el 30 de Agosto de 1987 y así sucesivamente, por el lapso de la duración del presente contrato.
9. Este convenio de afiliación puede renovarse indefinidamente.
10. Comercialización de espacios informativos:

Parte de este convenio de afiliación constituyen los espacios informativos:

Contacto Directo	07h00
Televistazo	13h00
Televistazo	20h00
Televistazo Dominical	

Estos programas informativos serán coproducidos por los departamentos de Noticias de ambas empresas y serán transmitidos en directo y en cadena. La comercialización la efectuará cada Canal a través de su departamento de Ventas, mediante la venta de auspicios de publicidad o cuñas, para lo que aplicará la tarifa nacional establecida.

11. Al tratarse de programas coproducidos por los dos canales, sean noticieros o programas vivos de cualquier naturaleza, la facturación será realizada por Canal 2 de Guayaquil, y como cada canal tendrá que cubrir sus propios costos, el total de la facturación una vez descontado el porcentaje correspondiente a las agencias de publicidad, será el 50% para Canal 2 y el 50% para Canal 8 de Quito.

La comisión sobre las ventas originadas por estos programas será calculada sobre los porcentajes asignados para cada canal.

12. En los programas especiales que salgan en cadena nacional, trátense de enlatados o de producción nacional realizada por un solo canal, el reparto será del 60% para el Canal dueño del programa y el 40% para el otro canal, el mismo que se hará sobre la utilidad neta, esto es, descontados el precio de adquisición del enlatado, o el costo de producción del programa y la comisión de Agencia de Publicidad.

El reparto de las comisiones sobre las ventas será realizado de manera similar a lo indicado en el inciso anterior, con la diferencia de que se considerará cual canal es el dueño de la programación para efectos de cálculo.

13. Las ventas a agencias de publicidad con sede en Quito, serán efectuadas por el Departamento de Ventas del Canal 8 y las ventas y contrataciones publicitarias a agencias domiciliadas en Guayaquil, serán realizadas por el departamento de Ventas de Canal 2 de Guayaquil.

ANEXO 4: Árbol Genealógico de la Familia Isaías

ANEXO 4: Árbol Genealógico de la Familia Isaiás*

*Tomado del libro de Lois Crawford, "Los Libaneses en el Ecuador"

