

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación

Convocatoria 2018-2020

Tesis para obtener el título de Maestría de Investigación en Comunicación y Opinión Pública

Regímenes de propiedad y habitus periodístico en los medios privados y comunitarios del
Ecuador

Álvaro Andrés Terán Albán

Asesora: Isabel Ramos

Lectores: Susan Sel y Mauro Cerbino

Quito, noviembre de 2022

Dedicatoria

A Rolando, Mary, Emilia, Rafa y Mía:

La fe del mundo descansa en sus corazones.

Índice de contenidos

Resumen	7
Agradecimientos	9
Capítulo 1. Campos, regímenes de propiedad y habitus periodístico	20
1.1 Algunas anotaciones sobre los campos	20
1.2 Algunas anotaciones sobre los habitus	25
1.3 El campo periodístico	29
1.4 El habitus periodístico	33
1.5 Prácticas periodísticas y rutinas de producción informativa	35
1.6 Estructura y propiedad de las instituciones mediáticas	41
1.7 Propiedad difusa de los medios comunitarios. ¿A quién pertenece el común?	47
1.8 La comunicación del común.....	49
1.9 Estudios previos sobre regímenes de propiedad y habitus periodístico	53
Capítulo 2. ¿Cómo operan los medios de comunicación en América Latina?	59
2.1 Estructura, propiedad y funcionamiento de los medios de comunicación en la región..	59
2.2 Aproximación al sector mediático comunitario en la región.....	62
2.3 Apuntes sobre los medios privados en Ecuador	67
2.4 Apuntes sobre los medios comunitarios en Ecuador	82
2.5 Radio Quito: historia, estructura y funcionamiento.....	97
2.6 Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: historia, estructura y funcionamiento	100
Capítulo 3. Enfoque metodológico	106
3.1 Selección de las unidades de análisis	106
3.2 Apuntes sobre el trabajo de campo.....	111
Capítulo 4. Habitus y prácticas periodísticas analizadas desde la base material de la comunicación. Radio Quito: análisis de resultados	121
4.1 Radio Quito: participación y pertenencia al campo periodístico.....	121

4.2 Regímenes de propiedad mediáticos: estructuras que estructuran	123
4.3 Estructuras organizacionales y empresariales en Radio Quito. ¿Cómo se conectan los principios y las prácticas?.....	131
4.4 Sala de redacción: un espacio generador y organizador de prácticas periodísticas.....	149
4.5 Habitus, rutinas y prácticas periodísticas. ¿Cómo se configuran los modos de ser y hacer de los periodistas de Radio Quito?	153
4.6 Prácticas, principios y valores periodísticos.....	154
4.7 Prácticas vinculantes y compartidas. ¿Cómo se relacionan e interactúan los periodistas en Radio Quito?	162
4.8 La profesionalización. ¿Cómo se definen los periodistas de Radio Quito?	170
Capítulo 5. Habitus, prácticas y rutinas periodísticas analizadas desde la base material de la comunicación. Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: análisis de resultados	175
5.1 Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: participación y pertenencia al campo periodístico	175
5.2 Propiedad difusa de los medios comunitarios: el ser y hacer colectivo	176
5.3 Repensando la institucionalidad de los medios comunitarios. ERPE se transforma en fundación. La crisis continúa.....	182
5.4 Estructuras organizacionales en las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: la comunicación del común como motor de cambio social.....	189
5.5 El habitus del común: la práctica de vida llevada a los medios de comunicación	196
Capítulo 6. Regímenes, estructuras y habitus comparados	210
6.1 El campo periodístico en Ecuador, un mundo fragmentado.....	210
6.2 Regímenes de propiedad comparados	211
6.3 Estructuras organizacionales y empresariales comparadas	214
6.4 Habitus, prácticas y rutinas comparadas.....	218
Conclusiones	223
Lista de referencias	227

Lista de ilustraciones

Tablas

Tabla 2.1 Principales conglomerados mediáticos en Ecuador hasta el 2011 71

Tabla 2.2 Nuevos conglomerados mediáticos en Ecuador entre el 2011 y el 2019..... 79

Tabla 2.3 Medios de comunicación comunitarios en Ecuador en el 2019..... 91

Gráficos

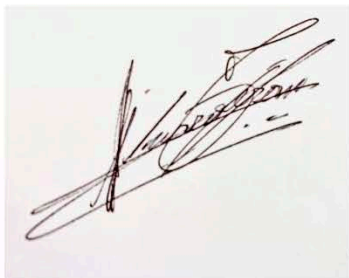
Gráfico 2.1 Frecuencias solicitadas en el Concurso Público de Frecuencias de Radio y
Televisión de 2016. 89

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Álvaro Andrés Terán Albán, autor de la tesis titulada “Regímenes de propiedad y habitus periodístico en los medios privados y comunitarios del Ecuador” declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría en Comunicación y Opinión Pública concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, noviembre de 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Álvaro Andrés Terán Albán', written over a light-colored background.

Álvaro Andrés Terán Albán

Resumen

El presente trabajo estudia cómo se concibe y organiza la propiedad de los medios de comunicación privados y comunitarios en el Ecuador y de qué manera esta definición configura la forma de trabajar de los periodistas y construye sus "modos de ser y hacer" en la práctica comunicacional. Para dar cuenta de ello se analiza, a través de un estudio comparativo que emplea como método la aproximación etnográfica, las relaciones entre regímenes de propiedad, campo, habitus, prácticas y rutinas periodísticas.

Esta investigación se desarrolla en un espacio de posesiones y desposesiones, donde la propiedad de los medios de comunicación y los efectos que de ella se desprenden condicionan el quehacer de los periodistas. Con la finalidad de pensar estas relaciones estructurales en el espacio mediático, se han tomado los conceptos bourdeanos de campo periodístico y habitus, para reflexionar sobre las prácticas, sentidos y representaciones, que se construyen en el día a día de los trabajadores de prensa de ambos sectores de la comunicación.

Se parte de la hipótesis de que la propiedad de los medios de comunicación es capaz de definir significados, sentidos y valores, que no son meramente abstractos, sino organizados y vividos (Williams 1997) por los agentes que forman parte de su espacio. Esa suerte de determinación se ejerce en el campo periodístico, a través de los habitus, que funcionan como "sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones" (Bourdieu 2007, 86).

Este trabajo se pensó como un análisis comparativo, pues enmarca la teoría y las evidencias empíricas en un ámbito exclusivamente circunscrito a la comunicación privada y comunitaria, sin que ello sea un obstáculo para hacer inferencias sobre otros estadios. El método empleado fue el acercamiento etnográfico, ya que permite analizar los habitus, y sus múltiples relaciones con los regímenes de propiedad, a partir de una relación dinámica entre la realidad social de los agentes estudiados y la mirada del investigador.

Con la finalidad de analizar el sector privado de la comunicación se estudió a Radio Quito, una empresa mediática ampliamente reconocida en el Ecuador, debido a su carácter conglomeral, su proyecto político y su modelo comercial y periodístico. Para indagar en torno al sector mediático comunitario, este trabajo investigó a las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, el primer medio alternativo del país, cuyo programa político y educativo se ha extendido a través del tiempo, convirtiendo a esta institución en un referente histórico y periodístico en el ámbito del común.

El hallazgo más significativo de este estudio muestra una absoluta correspondencia entre cómo se piensa el proyecto ontológico e institucional del medio de comunicación y cómo se organiza y funciona en la realidad. Esto quiere decir que el régimen de propiedad o la concepción biopolítica del común condiciona el espacio mediático y construye habitus y disposiciones que permitirán la preservación y reproducción de sus intereses fundamentales

Agradecimientos

Suelen decir que al escribir uno se encuentra solo. Yo discrepo. Escribir implica relacionarse, compartir, dialogar y disentir. Esta tesis, por ejemplo, fue escrita gracias a la generosidad y gentileza de los trabajadores de Radio Quito y de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador. Ellos se compadecieron de mi ignorancia y colaboraron de forma desinteresada en el desarrollo de esta investigación.

También reconozco y agradezco la generosa guía de mi directora de tesis, Isabel Ramos, y de mi maestro y amigo, Mauro Cerbino.

A la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador, le debo mi formación y mi afecto.

A mi familia y amigos, por su cariño y consideración, siempre gracias.

Introducción

Este es un análisis bourdeano, que estudia cómo se concibe y organiza la propiedad de los medios de comunicación privados y comunitarios en el Ecuador y de qué manera esta definición configura la forma de trabajar de los periodistas y construye sus "modos de ser y hacer" en la práctica comunicacional. Para dar cuenta de este problema teórico se analizará, a través de un estudio comparativo, que emplea como método la aproximación etnográfica, las relaciones entre regímenes de propiedad, campo, habitus, prácticas y rutinas periodísticas en Radio Quito y Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador.

Este estudio retoma la noción marxista de determinación para analizar la estructura de las instituciones mediáticas. En este sentido, es posible señalar que el espacio de juego en el que se desenvuelven los medios de comunicación y los periodistas está profundamente marcado por la determinación que ejerce la propiedad sobre las instituciones mediáticas. Esta es capaz de definir significados, sentidos y valores, que no son meramente abstractos, sino organizados y vividos (Williams 1997).

Esta investigación se desarrolla en un espacio de posesiones y desposesiones, donde la propiedad de los medios de comunicación y los efectos que de ella se desprenden condicionan el quehacer de los periodistas. Con la finalidad de pensar estas relaciones estructurales en el espacio mediático, se han tomado los conceptos bourdeanos de campo y habitus, los cuales permitirán mirar las condiciones que configuran a este espacio de juegos y disputas de capital.

Bourdieu (1976) sostiene que un campo es un espacio estructurado de posiciones y de relaciones entre posiciones, con reglas de juego delimitadas por aquellos capitales en disputa. Un campo se define a partir de la denominación de aquello que está en juego, de los intereses específicos que determinan sus condiciones de funcionamiento. Con la teoría de los campos, Pierre Bourdieu propuso una forma de pensar la sociedad, la cual vendría a ser un cosmos conformado por varios microcosmos relativamente autónomos, con características y condiciones inherentes a su espacio, a sus intereses, a aquello que está en juego. Un campo

está integrado por agentes socialmente constituidos, quienes “poseen las propiedades necesarias para ser efectivos, para producir efectos en dicho campo” (Bourdieu 1976, 136).

Ahora bien, dichos agentes están configurados por posiciones y disposiciones que regulan sus actividades y conductas en su permanente acción e interacción colectiva. Bourdieu parte de la existencia de condicionantes estructurales que ordenan las prácticas de forma involuntaria. Estas pueden ser entendidas objetivamente como ritos autopoieticos “que encuentran su cumplimiento en su cumplimiento mismo” (Bourdieu 2007, 35). Bourdieu aglutina todos estos principios en una categoría definida como habitus. Los habitus son “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones” (Bourdieu 2007, 86).

Ahora bien, lo periodístico, debido a las relaciones de fuerza entre sus agentes e instituciones, también se transforma en un espacio de juego, en un campo con habitus propios, aunque con ciertas particularidades. La más significativa, apunta Bourdieu (2000), tiene que ver con el dominio que ejerce el mercado y la política sobre sus fronteras. Esta coacción, proveniente de otros campos, le resta independencia y autonomía y lo ubica en un escenario de constantes limitaciones externas. El campo periodístico, debido a estas relaciones de fuerza que estructuran su estructura, en función de los designios comerciales y políticos, se convierte en un “mundo fragmentado” donde existen conflictos, competencias, hostilidades y pugnas por el monopolio de los capitales económicos, culturales y simbólicos.

Esta doble dependencia (Champagne 1998) inherente a las instituciones y agentes del sector mediático influye de manera significativa en el habitus de los periodistas, puesto que la *illusio* (Bourdieu y Wacquant 1995), entendida como una relación de creencia que permite y obliga a involucrarse en el juego, adopta ciertos matices de aquellos poderes rectores que rondan en las inmediaciones de su territorio. El campo periodístico, a pesar de este dominio hegemónico que ejerce el mercado, no deja de tener las propiedades inmanentes de los campos, es decir, hay reglas de juego delimitadas, hay intereses socialmente constituidos, hay disputas entre actores e instituciones para monopolizar los capitales, hay estrategias de diferenciación y

reconocimiento y hay gente comprometida con la conservación de ese campo, que busca conservar y conservarse conservando (Bourdieu 1976).

Esta investigación estudia los hábitos de los periodistas, estudia los sistemas de disposiciones adquiridos por estos agentes para descifrar las relaciones que se entretienen entre sus modos de ser y hacer y las formas en que se define y se configura la estructura que los estructura. Esto, debido a que las formas en que se conciben los medios de comunicación, es decir, su autorreconocimiento sobre la base de su régimen de propiedad delimita conductas, creencias, sentidos, prácticas y pertenencias.

Una de las vertientes teóricas que emplea este trabajo para dar cuenta de esta relación concomitante es la Economía Política de la Comunicación. De allí se toman los conceptos de régimen de propiedad y concentración para comprender las disputas de capital en el campo periodístico y las desigualdades de acceso y posesión propias de este espacio de juego. Además, este estudio define y caracteriza los sectores mediáticos privados y comunitarios en el Ecuador, a fin de vislumbrar sus propiedades y las disposiciones que los enmarcan y con las cuales enmarcan a los agentes que allí se desenvuelven.

La relación entre hábitos y regímenes de propiedad está dada por la necesidad de concebir a objetos no solo como objetos de percepción, sino como actividad humana, como práctica (Bourdieu 2000). Las instituciones mediáticas y las rutinas periodísticas no pueden ser pensadas por separado. La producción periodística, las actividades periodísticas requieren una base material, una estructura concreta que las arrope para cobrar sentido, para asumir posiciones, para organizar representaciones. Por ello, la concepción de la propiedad, es decir, la ontología propia de estas estructuras se convierte en la base de todo sentido de juego, porque configura el bagaje de disposiciones y estrategias que dan sentido a las rutinas de los trabajadores de prensa, quienes asumen, de manera involuntaria, un hábito socialmente constituido, a partir del cual se diagraman posiciones, jerarquías y posibilidades de acción.

Sin una interrelación entre aquello que da sentido al juego (régimen de propiedad) y el sentido del juego hecho práctica (hábito), la comprensión del campo periodístico se vuelve oscura y

difícil de ser percibida. Esta investigación enlaza dos líneas de investigación sumamente fértiles (Habitus periodísticos y Economía Política de la Comunicación) en el terreno de la comunicación para descifrar cómo las estructuras de los medios privados y comunitarios en el Ecuador estructuran las posiciones y disposiciones de sus agentes.

McQuail (1992) refiriéndose a las instituciones mediáticas comerciales, considera que estas construyen marcos de sentidos y prácticas fundamentadas en su concepción empresarial, la cual se caracteriza por la concentración de la propiedad mediática, el dominio de los canales de circulación de contenidos y la unificación de agendas políticas y mediáticas en concordancia con los intereses propios de los sectores hegemónicos de la comunicación masiva. El régimen de propiedad mediático predominante en la historia, apunta McQuail (1992), ha sido el comercial, pues en torno a él se articulan intereses privados, determinados mayoritariamente por la lógica del mercado, la cual configura las acciones y actitudes que asumen como propias los sujetos que se desempeñan en ese estadio.

Por otro lado, Cerbino (2018) sostiene que, además de las estructuras mediáticas comerciales, existe un modelo disruptivo e independiente, que surge desde la comunicación de proximidad para reivindicar el común (Hardt y Negri 2009). La comunicación comunitaria se piensa a sí misma desde una esfera no privada sino pública, desde una esfera participativa donde se reivindican los vínculos locales, la identidad compartida, el reconocimiento del común, las relaciones intersubjetivas y el contacto cara a cara entre los individuos que forman parte de un colectivo. El desconocimiento de la propiedad privada, el manifiesto alejamiento de las estrategias individualistas, unipersonales y globalizantes de los medios tradicionales permiten a este modelo comunicacional construir habitus, vinculados con los requerimientos de un contexto situado, donde la propiedad de los canales de comunicación no responde a intereses individuales, sino que ostenta el carácter de propiedad difusa, anclada a la concepción biopolítica del común (Negri y Hardt 2009) (Casarino y Negri 2012). Este tipo de propiedad indeterminada, al no contar con límites ni fronteras demarcadas por la apropiación y la rentabilidad económica, puede desarrollar prácticas alternativas, que materialicen el sentir comunitario, que permitan conformar redes organizativas solidarias y que evalúen la pertinencia de los valores periodísticos tradicionales, con la finalidad de transformarlos o desecharlos, según las necesidades locales.

Con la finalidad de comprender las dinámicas que subyacen a los habitus en su relación con los regímenes de propiedad y las estructuras organizacionales-empresariales de los medios de comunicación privados y comunitarios en el Ecuador, este trabajo empleó una aproximación etnográfica. Más allá de describir los procesos de producción informativa, era necesario interpretarlos y comprenderlos en función de sus estructuras internas, es decir, a través de las relaciones de fuerza que demarcan el campo periodístico. Para ello, se requería un método que proporcione una “descripción densa” de este ámbito social, a fin de indagar cómo los distintos agentes construyen y reconstruyen su espacio de juego mediante la interacción con el resto de los miembros (Murillo y Martínez 2010). La etnografía es uno de los métodos más utilizados en las investigaciones sobre prácticas periodísticas y disputas profesionales en las salas de redacción.

La respuesta a esta concordancia analítica es sencilla y tiene que ver con la posibilidad de leer los fenómenos del campo periodístico desde la perspectiva de sus participantes (Guber 2004), desde el espacio donde se generan las disposiciones estructurales, desde el lugar donde se desarrollan las disputas por el monopolio de los capitales. En lo que refiere a este trabajo, el acercamiento etnográfico permitió el acceso en forma directa a las prácticas y representaciones de los periodistas de Radio Quito y de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador para analizar cómo la concepción de propiedad de sus medios determina sus habitus y de qué manera estos se materializan en sus actividades y sus cuerpos como un ente rector del quehacer profesional.

Este trabajo se ha pensado como un análisis comparativo entre los medios de comunicación privados y comunitarios del Ecuador. Esta decisión surge de la necesidad de precisar los alcances de los conceptos y teorías empleadas. Tal como lo proponen Hallin y Mancini, el método comparativo permite “esclarecer las relaciones entre los sistemas de medios de comunicación y su marco social y político” (Hallin y Mancini 2004, 4). La delimitación contextual que proponen los autores de los sistemas mediáticos es trascendental para los fines que persigue este estudio, pues enmarca la teoría, la metodología y las evidencias empíricas en un ámbito exclusivamente circunscrito al ámbito de la comunicación privada y comunitaria, sin que ello sea un obstáculo para hacer inferencias sobre otros estadios. Sin

embargo, es imprescindible precisar, tal como la hace Marradi (2010), que ambos elementos sujetos a la comparación deben cotejarse sobre la base de al menos una propiedad en común. Y esa propiedad en común en este estudio son los hábitos periodísticos, que se vinculan en los medios privados y comunitarios con el régimen de propiedad que los subsume y los condiciona.

La selección de Radio Quito y de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador como unidades de análisis se realizó en función de la definición y clasificación de las instituciones legitimadas y consagradas estructuralmente en el escenario mediático ecuatoriano. Esto supone, que el presente estudio delimitó sus unidades de análisis a partir de la historia del medio, de las propiedades del proceso de producción informativa de ese medio, de su rol en el espacio público y las posibilidades de incidir en él. Además, tal como propone Marradi (2010) las unidades de análisis fueron seleccionadas luego de validar su pertinencia teórica y metodológica, es decir, fueron evaluadas y seleccionadas en función de la relación de sus características con los conceptos de regímenes de propiedad, estructuras organizacionales y empresariales, hábitos, prácticas y rutinas periodísticas. En este sentido, el presente trabajo emplea unidades de análisis que pueden ser “controladas y eventualmente afirmadas para cada propiedad por separado (Marradi 2010). Precisamente por ello, se han seleccionado dos instituciones mediáticas de forma comparativa (Radio Quito y ERPE), ya que sus características, si bien no pueden ser universalizadas indiscriminadamente, pueden ser pensadas en relación con la población mediática comercial y comunitaria del Ecuador.

Estudiar a Radio Quito es clave para comprender el funcionamiento de los medios privados en el Ecuador. Esto se debe a que es una de las instituciones precursoras del sector mediático comercial y es administrada por una élite de magnates mediáticos, quienes han sostenido en el tiempo su proyecto comunicacional, político y financiero y constantemente buscan ampliar su dominio, mediante la conservación y legitimación permanente de su empresa a través de sus productos (contenidos) y sus productores (periodistas). En este medio se configura una particular relación entre la estructura y lo que estructura, es decir, entre su concepción de la propiedad y los hábitos que de ella se desprenden.

Estudiar a las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador es una necesidad imperante a la hora de analizar la noción del común en la escena mediática nacional. ERPE fue la institución pionera de la comunicación popular y alternativa en el país. Su forma de concebir la propiedad, a partir de las relaciones interpersonales, activas y recíprocas entre miembros de una misma comunidad, consolidó no solo un proyecto mediático disiente, sino que sentó las bases de un proyecto político con fines reivindicativos cuyo espíritu atraviesa todos y cada uno de sus ámbitos de acción. Esto implica que la forma en que esta radio se piensa a sí misma determina los habitus que en ella habitan. La permanencia en el juego, las modificaciones de sus intereses, los conflictos internos y externos, además de la conservación de su ontología comunitaria hacen de ERPE una unidad de estudio absolutamente atractiva y adecuada a los presupuestos teóricos que guían este trabajo. Además, su consagración y legitimidad, obtenidas a través de extensas luchas y disputas de capitales, le han permitido establecer un proyecto de comunicación comunitaria que se convierte en un referente y modelo para otros medios con características similares, que adoptan y adaptan sus perspectivas y propiedades como propias.

Esta investigación está constituida por seis capítulos, donde se exponen sus teorías constitutivas, sus reflexiones contextuales, los criterios metodológicos y los resultados obtenidos a través del trabajo de campo. El Capítulo 1, titulado “Prácticas privadas y compartidas: el habitus periodístico en las instituciones mediáticas comerciales y comunitarias”, ensaya una reflexión sobre los campos como estructuras de posiciones, que determinan las conductas y sentidos de las instituciones y agentes, a través de la construcción de habitus, es decir, de principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones.

En este apartado, se definen y describen las propiedades y características del campo periodístico, un espacio de juego cuyas determinaciones están dadas por la influencia del mercado y la política, que delimitan sus posibilidades e intereses. Ahora bien, a pesar de constituirse como un campo sometido a los veredictos de otros campos, lo periodístico tiene un habitus rector, que engendra conductas razonables y de sentido común, que guían y definen el quehacer de los trabajadores de prensa. En este sentido, también se realiza una descripción teórica de aquellos debates sobre las prácticas y rutinas periodísticas, que

comprenden valores y objetivos propios de la producción informativa. A fin de relacionar los campos y habitus con la concepción ontológica de las instituciones mediáticas, se retoman los conceptos de régimen de propiedad, propiedad difusa y concentración, desde un enfoque vinculado a la Economía Política de la Comunicación. En este sentido, se trabaja una construcción teórica en dos niveles. Por un lado, se plantea la concepción de los medios privados desde las determinaciones de los medios de producción, desde la posesión y desposesión y desde el comportamiento de los medios y sus propietarios, cuyas prácticas y actitudes están atravesadas por la búsqueda del lucro privado. Por otro lado, se plantea la noción del común para comprender la propiedad difusa de los medios comunitarios, cuya orientación está atravesada transversalmente por los vínculos colectivos, organizativos y solidarios de sus miembros.

En el Capítulo 2, titulado “Algunas anotaciones sobre el sistema mediático ecuatoriano” se da cuenta de cómo están configurados los medios de comunicación ecuatorianos, a través de una aproximación sociohistórica al sector privado y comunitario, haciendo énfasis en los niveles de concentración de la propiedad y los vínculos con las élites políticas y económicas del Ecuador. Además, se realiza un balance sobre las estrategias y perspectivas empresariales o comunicacionales, en concordancia con los reglamentos, estatutos y posibilidades establecidas no solo por el contexto, sino también por la normativa legal que rige el ámbito mediático.

El Capítulo 3, titulado “Apuntes metodológicos”, presenta los criterios metodológicos con los que se realizó la aproximación etnográfica. En este nivel de análisis se detalla el proceso investigativo, sus límites y alcances, además se describe el enfoque y las técnicas empleadas para recabar y procesar los datos relacionados con los regímenes de propiedad, las estructuras organizacionales, empresariales y los habitus periodísticos de Radio Quito y de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador.

En el Capítulo 4 “Habitus y prácticas periodísticas analizadas la concepción de la propiedad de los medios de comunicación: Radio Quito análisis de resultados” y en el Capítulo 5 “Habitus y prácticas periodísticas analizadas la concepción de la propiedad de los medios de comunicación. Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: análisis de resultados” se

exponen los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo y se los interpreta a la luz de las teorías esbozadas en los capítulos previos. En este apartado se pone a prueba la hipótesis de investigación, la cual sostiene que la propiedad de los medios de comunicación es capaz de definir significados, sentidos y valores, que no son meramente abstractos, sino organizados y vividos (Williams 1997) por los agentes que forman parte de su espacio.

En el Capítulo 6, titulado “Regímenes, estructuras y habitus comparados. Dos modelos de relación entre los medios de comunicación privados y comunitarios en Ecuador” se realiza un balance interpretativo acerca de los hallazgos obtenidos tanto en el sector privado como comunitario, con la finalidad de relacionar y confrontar ambas estructuras con sus posiciones y disposiciones características. Lo que busca este apartado es dilucidar qué hay de común, qué hay de diferente, cómo se asientan y cómo funcionan estos sectores mediáticos en el Ecuador. Sin embargo, lo que fundamentalmente se ambiciona es dar cuenta de lo esencial, de lo constitutivo de cada espacio, a fin de entender las propiedades y características que los definen y, al mismo tiempo, los condicionan.

El hallazgo más significativo de este estudio muestra una absoluta correspondencia entre cómo se piensa el proyecto institucional del medio y cómo se organiza y funciona en la realidad. Esto quiere decir que la superestructura del medio, determinada por el régimen de propiedad o la concepción biopolítica del común, condiciona el escenario mediático y construye habitus y disposiciones que permitirán la preservación y reproducción de sus intereses particulares.

En Radio Quito, el régimen de propiedad se manifiesta como una esfera estructurante que emana de sí disposiciones, principios y valores, los cuales abonan en la consolidación de su proyecto fundacional, que busca el lucro privado. Radio Quito modela a sus periodistas a imagen y semejanza de cómo es el medio de comunicación, con sus características conglomerales y transnacionales. Pero también los periodistas piensan y materializan estrategias, disposiciones y prácticas para amoldarse al espacio mediático al que pertenecen sin poner en riesgo su legitimidad y estabilidad profesional. En este medio de comunicación, sin embargo, las distancias entre quienes administran el medio y quienes operan el medio son abismales. Por ello, los habitus, a pesar de presentar ciertos estadios de resistencia, siguen

reproduciendo los principios y valores fundacionales de la empresa mediática, que ha institucionalizado buena parte de la forma de ser, pensar y actuar de quienes allí trabajan.

Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador no conciben un reconocimiento identitario basado en el régimen de propiedad, puesto que su ontología rechaza la apropiación de un bien o un servicio de forma individual o privada. ERPE, más bien, se autoafirma como una institución determinada por la concepción biopolítica del común, la cual determina que todos los espacios de vida están impregnados de un espíritu colectivo, que permanentemente busca la preservación de los valores, representaciones y prácticas comunitarias, entendidas como una reivindicación de la producción natural y comprometida del “nosotros”. En este contexto, los principios sobre los cuales se funda la radio comunitaria atraviesan, determinan y condicionan todo tipo de acción y reflexión profesional, operativa y contenciosa. Por lo tanto, los preceptos del común y los habitus del común, no pueden ser leídos ni pensados por separado.

Capítulo 1. Campos, regímenes de propiedad y habitus periodístico

1.1 Algunas anotaciones sobre los campos

¿Qué necesidad hay, decía también Leibniz, de saber siempre cómo hace uno aquello que hace? ¿Las sales los metales, las plantas, los animales y otros mil cuerpos animados o inanimados saben acaso cómo se hace lo que ellos hacen, o tienen necesidad de saberlo? ¿Es preciso que una gota de aceite o de grasa entienda de geometría para hacerse redonda en la superficie del agua? (Bourdieu 2007,111).

Pierre Bourdieu planteó una forma de pensar la estructura misma de la sociedad. Reflexionar sobre aquello que está dado, sobre lo constituido, sobre lo legitimado y lo obviado le abrió un abanico de oportunidades teóricas para definir y describir el universo social, conformado por varios cosmos complejos y relativamente autónomos. Esta forma de entender a la sociedad como un espacio estructurado es lo que Bourdieu define como campo. Los campos son “microcosmos independientes, pequeños mundos sociales relativamente autónomos al interior del gran mundo social” (Bourdieu 2000, 10), donde se construyen realidades y representaciones generadoras de disposiciones y ritos autopoiéticos. Cada campo presenta ciertas condiciones de acción, ciertas posiciones, jerarquías y disposiciones de imprescindible cumplimiento, para quienes transitan al interior de sus fronteras.

Bourdieu (1976) sostiene que un campo se define por lo que está en juego, por intereses y motivaciones, cuyas prácticas y representaciones dan sentido a su existencia misma. “Es necesario que haya algo en juego y gente dispuesta a jugar, que esté dotada de los habitus que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego” (Bourdieu 1976, 136).

Ahora bien, para entrar en un juego no basta tener la voluntad y el deseo de participar en él. Es necesario nacer en el juego y con el juego para percibir sus propiedades y características de forma natural e inconsciente. De hecho, la pertenencia a un campo se mide por el nivel de *illusio*, es decir, “por el hecho de estar involucrado, de estar atrapado en el juego y por el

juego” (Bourdieu y Wacquant 1995, 80). Sin embargo, el hecho de que las reglas y las particularidades del campo estén dadas por la participación legítima de los agentes en el campo no quiere decir exista una homologación de acciones. Al contrario, los microcosmos son lugares donde se desarrollan relaciones de fuerza que engendran luchas tendientes a acumular capitales y a modificar el juego. Esa voluntad intencionada e inintencionada de incidir en la realidad es catalogada por Bourdieu y Wacquant (1995) como *habitus*, pues un individuo solo puede formar parte de un campo si puede incidir en él y para hacerlo hay que conocerlo e interiorizarlo.

La estructura del campo está dada por las disputas que se generan entre las instituciones y los agentes que participan del juego. Los conflictos, usualmente, responden a una desigual distribución de capitales. Y los actores sociales, en esta incesante lucha, buscan conquistar y adquirir mayores niveles de notoriedad, de idoneidad, de representatividad, a fin de adquirir el monopolio legítimo del poder.

Aquellos que, dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, monopolizan (de manera más o menos completa) el capital específico, que es el fundamento del poder o de la autoridad específica característica de un campo, se inclinan hacia estrategias de conservación –las que, dentro de los campos de producción de bienes culturales, tienden a defender la ortodoxia–, mientras que los que disponen de menos capital (que suelen ser también los recién llegados, es decir, por lo general, los más jóvenes) se inclinan a utilizar estrategias de subversión: las de la herejía (Bourdieu 1976, 137).

La división entre lo sacro y lo profano, entre ortodoxia y herejía, revela de manera clara cómo las relaciones de fuerza demarcan aquello que está en disputa. Independientemente del lugar en el que se encuentren los agentes o las instituciones, la lucha preserva las condiciones inherentes a su juego. Bourdieu sostiene que en cada campo existen ritos que definen estructuras. Esto supone que hay prácticas que se constituyen en sí mismas, es decir, que encuentran “su cumplimiento, en su cumplimiento mismo” (Bourdieu 2007, 35). Para el autor francés, los campos no son fijos; son dinámicos e históricamente establecen los límites y alcances de sus posiciones y disposiciones. En este proceso dialéctico, se definen y redefinen escenarios, se modifican y reestructuran los *habitus*, aunque siempre, en concordancia con las posibilidades que demarca el propio campo.

Las adecuaciones y anticipaciones a las exigencias de los campos se enmarcan en un presupuesto teórico que Bourdieu define como “sentido del juego”. Su propiedad inherente es la incorporación de la creencia, de la *illusio*, en los agentes y las instituciones, con el propósito de inscribir en su piel y en su espíritu las prácticas, representaciones, sentidos y significados que definen y orientan al juego. Sin este componente, se perdería todo interés, se produciría un desmoronamiento de las estructuras objetivas y subjetivas que construyen al campo.

Cuando se trata de juego, el campo (es decir el espacio de juego, las reglas del juego, las apuestas, etc.) se ofrece claramente como lo que es, una construcción social arbitraria y artificial, un artefacto que se invoca como tal en todo lo que define su autonomía, reglas explícitas y específicas, espacio y tiempo estrictamente delimitados y extraordinarios, y la entrada en el juego adquiere la forma de un cuasi contrato que a veces es explícitamente evocado o expresamente recordado a aquellos que se meten en el juego al punto de olvidar que se trata de un juego (Bourdieu 2007, 108).

Una de las propiedades sustantivas de los campos es que se distinguen según el tipo de capital que está en disputa. Bourdieu (2007) define al capital como un conjunto de bienes acumulados que se producen, distribuyen, consumen e invierten en el espacio de juego y que dan sentido a las relaciones de fuerza que configuran las posiciones y disposiciones de agentes e instituciones en un campo determinado. La noción de capital tiene un anclaje económico inapelable e indiscutible, pues en este estadio se libran las batallas sociales por la legitimidad y el reconocimiento, por la autonomía y la capacidad nominadora del mundo.

Sin embargo, el mérito de Bourdieu fue haber trascendido la connotación económica para pensar diversas formas de capitales que pueden constituirse y extenderse hacia otros ámbitos, debido a su posibilidad de acumulación en un mercado específico. Es así que, los campos sociales son pensados como mercados de capitales específicos, pues en las interacciones colectivas se ponen en juego valores y capacidades para imponer criterios de validación, por tanto, de legitimación y dominio.

En cada campo se juega un capital esencial y la lógica económica del marxismo no se agota en sí misma, no se aísla en sus orígenes, sino que puede ser extendida a todo tipo de bienes. No obstante, no todos los productos configuran un campo. Para hacerlo, es necesario que despierten intereses, que pongan en marcha una creencia, una serie de relaciones de fuerza, donde se valore y dispute su posesión.

Bourdieu distingue diferentes tipos de capitales, los cuales configuran los sentidos del juego al convertirse en elementos generadores de mercados singulares y relativamente autónomos.

El capital económico es directa e inmediatamente convertible en dinero, y resulta especialmente indicado para la institucionalización de la forma de derechos de propiedad; el capital cultural puede convertirse bajo ciertas condiciones en capital económico y resulta apropiado para la institucionalización, sobre todo, en forma de títulos académicos; el capital social, que es un capital de obligaciones y “relaciones” sociales, resulta igualmente convertible, bajo ciertas condiciones, en capital económico (Bourdieu 2001, 135).

El capital con mayor preponderancia es el económico, ya que determina, al igual que su campo, los diversos órdenes de la vida social y reproduce sus condiciones de existencia. Ahora bien, hay otros campos y capitales constituidos por las apuestas e intereses de sus participantes. Uno de ellos es el cultural, el cual está ligado a la apropiación y concentración de conocimientos, prácticas y representaciones, que permiten al agente gozar del reconocimiento entre sus pares. El capital cultural contiene una estructura de legitimación fundamentada en la ejecución de estrategias para administrar e incrementar el valor de sus bienes. En este ámbito se vuelven más restrictivos y determinantes los requerimientos participativos, pues las reglas de juego imponen códigos reglamentarios, cuya aprehensión demanda mayores esfuerzos e intereses de los sujetos.

El reconocimiento de las apuestas en el campo también da origen a otros capitales. Uno de ellos es el social y su propiedad característica está dada por las relaciones intersubjetivas que se tejen entre sus actores e instituciones, lo cual delimita la pertenencia a un espacio.

Bourdieu indica que las redes de relaciones sociales son producto de “estrategias de inversión consciente o inconscientemente orientadas hacia la institución o la reproducción de relaciones

sociales directamente utilizables, a corto o largo plazo” (Bourdieu 2007, 2). Esto quiere decir que hay un interés específico en el intercambio. Su aprehensión, su ejecución no está vaciada de sentido o instrumentalizada. Más bien, está orientada a conservar o transformar las condiciones de existencia, en función de los límites de su propio campo.

A diferencia del capital cultural y social, inscritos en un terreno con fronteras bien delimitadas, el capital simbólico es más dinámico y puede ser extendido hacia otros campos. Bourdieu lo define como “un capital negado, reconocido como legítimo, es decir desconocido como capital que constituye sin duda, la única forma posible de acumulación cuando el capital económico no es reconocido” (Bourdieu 2007, 188).

Este tipo de capital está fundado sobre conocimiento y reconocimiento. Encuentra sentido en la posibilidad de ser percibido de forma natural e inconsciente por un agente con condiciones y disposiciones de campo. Su estructura contempla la apropiación de ciertos bienes como el honor, el valor, el prestigio y la autoridad, que a la vez distinguen y diferencian a los agentes en su interacción con otros miembros del espacio social. El capital simbólico funciona como un crédito o más precisamente como una acreditación en el campo porque otorga garantías objetivas y subjetivas de participación. El crédito de participación se ancla en la *illusio*, que determina aquello que está en juego y cómo habrá de disputarse ese interés que motiva las apuestas. Bourdieu al pensar este capital propone un abordaje teórico denominado “economía de los intercambios simbólicos”, donde se expone el valor de la legitimación y el reconocimiento de ciertos bienes reputacionales inscritos en las regularidades del orden económico.

Capital económico y capital simbólico están tan inextricablemente mezclados, que la exhibición de la fuerza material y simbólica representada por aliados prestigiosos es de una naturaleza tal que aporta de por sí beneficios materiales, en una economía de la buena fe donde un buen renombre constituye la mejor, sino la única garantía económica (Bourdieu 2007, 189).

Independientemente del campo, los agentes comprometidos en el juego luchan incansablemente por obtener, incrementar y conservar su capital. Las disputas se generan

fundamentalmente porque los recursos no están distribuidos equitativamente. Al contrario, están concentrados y monopolizados. Por ello, los agentes destinan sus esfuerzos para dar cumplimiento a dos objetivos determinados por su posición en el campo. O bien tratan de conservar su estatus o bien tratan de subvertirlo. Y es que la participación legítima en un campo está dada por las jerarquías y las posesiones, que determinan posiciones. Esto supone que los agentes y sus comunidades ejercen un dominio práctico de sus bienes y recursos, los cuales, dependiendo de su cuantía, reconocimiento y legitimidad permiten una mayor o menor participación en el juego, determinan los límites y alcances de sus intereses objetivos en el mercado de capitales.

1.2 Algunas anotaciones sobre los habitus

El pensamiento de Pierre Bourdieu centra buena parte de sus esfuerzos en la definición y problematización de las estructuras sociales, las cuales fueron abordadas en líneas previas. En este apartado, por otro lado, se dará cuenta de cómo esos espacios estructurados de posiciones determinan los modos de ser y hacer de los agentes sociales que los conforman.

Bourdieu (2007) parte de la existencia de condicionantes y disposiciones que ordenan las prácticas sociales de manera inconsciente. De forma sistemática, el autor aglutina todos estos principios en una categoría a la que define como habitus.

Sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas, y , por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta (Bourdieu 2007, 86).

El habitus funciona como un conjunto de esquemas, que actúan en estado práctico sobre la base de principios de clasificación, que permiten al agente social convertirse en un operador

experimental en la construcción de objetos. Bourdieu (2007) sostiene que los habitus son el resultado de condiciones objetivas de existencia y también del tipo de capital que define las acciones del agente en el campo. Esta doble determinación permite comprender a esta categoría como una suerte de bisagra que articula las estructuras sociales externas e internas en una dinámica de complementariedad y dependencia, donde el espacio de juego determina y es determinado por aquello que está en juego y que permite a los agentes reconocerse como entes legítimos en ese estadio y jugar.

Los habitus reproducen las condiciones de existencia. Su objetivo es prologar y conservar la estructura social que arbitrariamente los subsume y los determina. Por ello es que Bourdieu los describe como una presencia actuante de todo pasado. La historia de los habitus es la historia de los campos. Sus regularidades se incorporan en las mentes y cuerpos de sus agentes, a través de la aprehensión de una memoria colectiva que sistemáticamente se impregna en los organismos vivos como una lengua materna que los sostiene y les permite sostener la latencia atemporal de sus antecesores. Ahora bien, ese capital acumulado de luchas anteriores “produce historia a partir de la historia y asegura así la permanencia en el cambio que hace al agente individual como mundo en el mundo (Bourdieu 2007, 92).

Los habitus, al conservar ese enorme bagaje histórico en forma de prácticas, imaginarios y representaciones, construyen un principio generador y unificador de conductas para todos los agentes e instituciones que se desenvuelvan en un campo específico. Esto supone que la historia, sus ganancias, pérdidas y determinaciones son igualmente diseminadas en el engranaje social, a fin de propiciar la cohesión de un individuo y de sus semejantes. Básicamente, los habitus funcionan como un principio generador y unificador de conductas sociales, que, sin ser homogéneas, motivan la perpetuación de la relativa autonomía estructural de su campo.

La forma más efectiva para la interiorización de estos principios, a decir de Bourdieu (2000), es que sean orientados con relación a fines sin estar conscientemente dirigidos hacia ellos. Esto supone, que los habitus buscan la asimilación de reglas y conductas por una especie de creencia de las disposiciones que da sentido a las prácticas de los individuos.

El habitus mantiene con el mundo social del cual es producto una verdadera complicidad ontológica, principio de un conocimiento sin conciencia, de una intencionalidad sin intención y de un dominio práctico de las regularidades del mundo que permite adelantar el porvenir sin tener siquiera necesidad de presentarlo como tal (Bourdieu 2000, 24).

Los habitus son historia hecho cuerpo. Esto significa que están impregnados en la piel de los agentes sociales y que se despliegan como una espontaneidad sin conciencia ni voluntad, lo cual los coacciona a ubicarse y actuar dentro de los límites y regularidades de su campo. Los habitus funcionan como una creencia naturalizada, como una enseñanza que no se olvida y que define, pues lo evidente solamente lo es en la medida en que los sujetos estén dotados de esquemas clasificatorios que les permitan comprender el sentido social del juego.

De lo contrario, lo obvio no es tan obvio. Sin un habitus rector las posiciones y las disposiciones de un campo se tornarían incomprensibles, pues se carecería de un código de lectura del mundo. Debido a ello es que Bourdieu a lo largo de su obra resalta el hecho de que el espacio social se presenta como una realidad fuertemente estructurada. A tal punto que configura sus propiedades y proyecciones de manera natural e inconsciente. No obstante, estas estructuras estructuradas y estructurantes no se presentan como “estados del alma”. Al contrario, son “estados del cuerpo” porque adoptan condiciones objetivas de la experiencia, del conocimiento del mundo y de las determinaciones propias de su campo, que, incorporadas a su praxis de vida, se transforman en naturaleza. Los habitus, por lo tanto: “se objetivan duraderamente no sólo en las cosas, es decir en la lógica, que trasciende a los agentes singulares, de un campo particular; sino también en los cuerpos, es decir en las disposiciones duraderas para reconocer y efectuar las exigencias inmanentes a ese campo” (Bourdieu 2007, 94).

El habitus, al ser interiorizado por los actores sociales, inculca disposiciones irreversibles que demarcan las posibilidades en el juego, es decir, produce estrategias que se ajustan a todas las situaciones y evidencian la presencia activa de los esquemas adquiridos y los capitales conquistado a través de las relaciones de fuerza. Ahora bien, las conductas, intereses y representaciones, generadas por los habitus son producto de un sentido práctico, que es definido por Bourdieu (2007) como la disposición y competencia de los individuos para

moverse en un campo específico en función de las posiciones y relaciones de posiciones que este contempla. Son “actos que se realizan porque “se hace” o “hay que hacerlo”, pero también a veces porque no se puede hacer otras cosas que realizarlos, sin necesidad de saber por qué o para quién se los realiza, o lo que significa, como los actos de piedad funeraria” (Bourdieu 2007, 35).

El sentido práctico, que implica el encuentro entre habitus y campo, se adquiere por la presencia en el juego. Los esquemas de disposiciones dotan a los agentes de aptitudes para disputar la adquisición o conservación de capitales. Aquel que posee este sentido es capaz de actuar sin saber las condiciones que originaron esa acción. Esto quiere decir que las prácticas se interiorizan y se ejercen con naturalidad, sin indagar o cuestionar las causas de ese dominio lógico y pragmático. El sentido práctico puede ser extendido hacia los participantes del espacio social, quienes actúan en el juego mediante prácticas cohesionadas y unificadas por el propio campo. Bourdieu (2000) sostiene que esas prácticas, esos ordenamientos, implican una adaptación a la posición (*sense of one's place*), que garantiza la conservación y perpetuación de las condiciones de existencia del campo.

(...) es una relación de homología, es decir de diversidad en la homogeneidad que refleja la diversidad en la homogeneidad característica de sus condiciones sociales de producción, la que une los habitus singulares de los diferentes miembros de una misma clase: cada sistema de disposiciones individual es una variante estructural de los otros, donde se expresa la singularidad de la posición en el interior de la clase y de la trayectoria (Bourdieu 2007, 101).

El sentido práctico en el espacio social está dado por las condiciones materiales de existencia, por las disposiciones generadas en las relaciones de producción. El campo, en definitiva, ejerce un control de las regularidades y las prácticas, a través de los habitus, entendidos como el juego social vuelto naturaleza. Debido a estos nexos presentes en la estructura social es posible “aprehender la particularidad dentro de la generalidad y la generalidad al interior de la particularidad” (Bourdieu y Wacquant 1995, 49). Esta construcción teórica, esta apuesta sociológica es la base del pensamiento relacional bourdieano.

1.3 El campo periodístico

Bourdieu define a los campos como “espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes” (Bourdieu 1976, 135). La característica distintiva de los campos es la presencia de leyes de funcionamiento invariantes, que funcionan de manera relativamente autónoma. Los campos se definen fundamentalmente por los capitales que están en juego y sus fronteras están dadas por las relaciones de fuerza y las disputas que se suscitan entre sus integrantes, los cuales participan del juego con la finalidad de adquirir y conservar capitales en forma interiorizada o incorporada (Bourdieu 2001).

Los campos, en definitiva, están determinados por la independencia de sus leyes y condiciones de existencia. La autonomía es el motor de los campos, es la esencia misma de su reconocimiento social. En este sentido, lo periodístico, a decir de Bourdieu, presenta ciertas contradicciones internas, que lo vuelven un espacio permeado por conflictos y contradicciones, que amenazan la estructura misma de su juego. Esto ocurre fundamentalmente porque no se constituye como un campo soberano, sino como un reflejo de otros campos, que impregnan en su imagen intereses y determinaciones que son distintivas de otras estructuras sociales. “El campo periodístico se organiza de forma homóloga a otros campos, aunque en él la presencia de lo comercial es mucho mayor (...) [Este campo] está permanentemente sometido a la prueba de los veredictos del mercado” (Bourdieu 1999, 10).

Lo periodístico es sede de una lógica fundamentalmente económica, que fija, a través de la administración comercial y lucrativa de sus capitales, los alcances y límites de su juego. Esto supone que la esencia ulterior de las empresas mediáticas es fundamentalmente económica. Por ello, no pasa desapercibido que las imposiciones del mercado solamente puedan ejercerse por medio del efecto del campo.

Ahora bien, el campo económico no es el único que se impone sobre el periodístico. Lo político también se erige como una estructura social que le resta legitimidad y autonomía, pues se constituye como el espacio genuino donde se negocia el ejercicio legítimo y

consagrado de poder. La política, en cierta forma, configura las estrategias y mecanismos de acceso, apropiación y dominación de lo público, de ese lugar complejo donde se mueven el periodismo y los periodistas.

Debido a esta doble determinación, Bourdieu concibe al mundo periodístico como una estructura particular, cuyas propiedades y características lo convierten en un mundo fragmentado, en un espacio complejo donde la autonomía no figura como principio de legitimación ontológica.

El mundo del periodismo es un microcosmos que tiene sus leyes propias y se define por su posición en el mundo global, así como por las atracciones y las repulsiones a la que lo someten los otros microcosmos vecinos. Decir que tiene sus leyes propias, significa que lo que ocurre en él no puede comprenderse de forma directa a partir de factores externos (Bourdieu 1997, 57).

La legitimidad de este cosmos se mide por la concentración de bienes, que le permiten ejercer un relativo dominio de sus espacios. El campo económico, que se sobrepone a todos los ámbitos sociales, ejerce una profunda coacción sobre lo periodístico, que, según Bourdieu (1997), ve afectada su autonomía por el grado de acumulación de capitales, por la competencia con otros medios de comunicación, por la jerarquía de sus instituciones en el espacio público y por el nivel de profesionalismo de sus agentes. Todos estos elementos, para el autor, tienen una vinculación directa con el consumo, pues la sanción de la clientela o de los índices de audiencia determina, en buena medida, los hábitos que hacen al periodista en el periodismo. Esto supone que las reglas del campo económico y político, sumadas a las convicciones, conductas y valores del periodismo configuran el modo de ser y hacer de quienes habitan dentro de sus fronteras.

Una de las propiedades distintivas del campo periodístico es que está compuesto por una serie de estructuras imbricadas, que actúan en sentido práctico para los agentes, quienes adoptan y adaptan disposiciones externas las cuales son interiorizadas en forma de hábitos, con el objetivo de establecer reglas de conservación de juego que deben ser naturalmente cumplidas. La disposición más evidente está anclada al ámbito de la producción informativa. Esta

actividad generadora permite la construcción y acumulación de capitales, que serán disputados y negociados por sus miembros. Sin embargo, esta rutina creadora está marcada por prácticas mercantiles, que delimitan sus posibilidades de acción. La producción destinada al consumo debe propender a la ganancia, es decir, a la imposición de un interés particular por sobre los competidores, a través de la implementación de valores agregados y distintivos.

Inscrita en la estructura y en los mecanismos del campo, la competencia por la prioridad atrae y favorece a los agentes dotados de disposiciones profesionales que tienden a poner toda la práctica periodística bajo la advocación de la velocidad (o de la precipitación) y de la renovación permanente. Disposiciones reforzadas sin cesar por la temporalidad misma de la práctica periodística, que, al obligar a vivir y a pensar al día y a valorar una información en función de su actualidad propicia una especie de (...) exaltación de la novedad, así como una propensión a juzgar a los productores y los productos en función de la oposición de lo nuevo y lo superado (Bourdieu 1997, 108).

La preponderancia del mercado en el ámbito periodístico se observa de forma clara en las dinámicas del campo, las cuales están orientadas a producir y reproducir capitales rentables y originales, que se presentan en forma de agendas, fuentes, espacios y audiencias. Estas formas de acción profesional están atravesadas por la noción de competencia. Bourdieu (1997) indica que el mercado ejerce una vigilancia permanente del campo y sus agentes competidores, quienes en el decurso de sus prácticas y rutinas interiorizan y naturalizan un habitus anclado a lo periodístico, pero sostenido por cadenas comerciales. No obstante, ese sostén tiende a uniformizar relativamente la oferta, pues el ritmo de competencia empuja a las instituciones mediáticas y a sus trabajadores a imitar prácticas, a homologar el diseño de sus estrategias y productos, con el objetivo de construir noticias que puedan ser puestas en juego con alguna posibilidad de permanencia y consagración en el mercado mediático.

En este sentido, Champagne sostiene que la limitada autonomía del campo, sumada a las presiones de la competencia y la vigilancia, impone una censura estructural en este espacio de juego, ya que lo económico lleva a los trabajadores de prensa a “seleccionar los temas en función de las expectativas reales o percibidas del público, que tiene que ver con la venta” (Champagne 1998, 241). Esto quiere decir que el éxito del medio y de sus agentes se mide por

el nivel de impacto en el mercado; y para llegar a este pedestal es imprescindible ceñirse a las posiciones y disposiciones que imprimen los poderes concomitantes al campo periodístico.

Bourdieu indica que la uniformización de la producción periodística no solo pasa por la imposición del factor económico, sino también la del poder político, que convierte a los medios de comunicación en entes capaces de crear significados y representaciones del mundo para disputarlas en la esfera pública. Lo político ejerce una suerte de complementariedad a lo comercial porque ejecuta una serie de prácticas y estrategias que atenúan lo estrictamente mercantil, a través de la implantación de disposiciones como la ética, la objetividad, la contrastación, la imparcialidad, cuyo valor radica en la legitimación de quienes inciden y acumulan capitales en la esfera pública. “Este monopolio facilita a las autoridades gubernamentales (...) unas armas en la lucha que las enfrenta a los periodistas, en la que tratan de manipular las informaciones o a los agentes encargados de transmitir las” (Bourdieu 1997, 104). Esta doble dependencia hace posible que el campo periodístico ostente el monopolio de los instrumentos de información, que más tarde le darán el acceso al monopolio de la expresión legítima.

El campo periodístico, debido a las coacciones externas, se constituye como un mundo fragmentado. Allí es imposible conquistar de forma sólida la autonomía. Al disolverse la independencia en las relaciones de fuerza con otros campos, la estructura de esta estructura se ve en la necesidad de legitimarse de forma extensiva, es decir, en otros espacios de juego. Y sin que este objetivo se logre de manera concreta, el periodismo aún intenta reconquistar esa libertad que, por antonomasia, le es esquivada. Bourdieu habla de un campo periodístico con influencias externas, que puede “modificar más o menos profundamente las relaciones de fuerza dentro de los diferentes campos, a través de una coerción estructural semejante la que ejerce el mercado sobre su campo” (Bourdieu 2007, 10).

Este proceso de intrusión, a decir del autor, se produce a través de la intervención de unos productores situados en un punto intermedio entre el campo periodístico y los campos especializados. Los periodistas, por ser legitimadores culturales, se encuentran dotados de una especie de aura, de un sentido de juego, que les permite sortear las exigencias específicas de ambos campos y gozar de una doble pertenencia, aunque ciertamente limitada. Esta capacidad

singular ha contribuido a que los medios de comunicación y los periodistas concentren una importante cantidad de poder, que les permite legitimar, a través de veredictos de mercado, es decir, de audiencias, las producciones culturales que se generan en otros espacios sociales.

La influencia del campo periodístico tiende a reforzar en cualquier otro campo a los agentes y las instituciones situados en la proximidad del polo más sometido al efecto del número y del mercado; este efecto se incrementa porque los campos sobre los que se ejerce están más estrechamente sometidos, estructuralmente, a esa lógica y porque el campo periodístico que lo ejerce está también más sometido, coyunturalmente, a las imposiciones externas, que, estructuralmente, lo afectan más que a otros campos de producción cultural (Bourdieu 2007, 110).

Bourdieu (2000) tiene una lectura crítica de esta posibilidad de injerencia y legitimación. El autor cree que no existe una acción liberadora en el periodismo. Las autodeterminaciones y autocomplacencias que ocurren al interior de este campo en ningún momento aportan de manera decisiva en la participación política y en el resarcimiento de las desigualdades democráticas. Más bien, actúan en contra de ellas a partir de la restricción intencionada del acceso hacia los espacios de deliberación pública. A decir de Bourdieu, habría una posibilidad de ejercer una práctica liberadora en las disputas y relaciones de fuerza entre los medios y periodistas jóvenes y viejos, entre hombres y mujeres. Sin embargo, al hacerlo, al buscar renovar su campo y renovarse a sí mismos, se encuentran con una realidad marcada por la marginalidad y la pobreza.

1.4 El habitus periodístico

Bourdieu no habla precisamente de la existencia de un habitus periodístico. Las coerciones provenientes de otros campos le restan legitimidad a este espacio, que toma la forma de las estructuras que lo condicionan. La influencia de lo comercial y lo político fracturan seriamente su autonomía hasta el punto de implantar determinaciones exógenas, que son interiorizadas y naturalizadas por quienes allí habitan.

Sin embargo, en el campo periodístico también es posible hallar principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones, que, independientemente de las coacciones, le permiten constituirse como una estructura que funciona en el espacio social. Y eso solamente se logra a partir de la interiorización de preceptos normativos, que permiten a sus habitantes existir y reconocerse como miembros legítimos de un espacio de juego. Wolf (1987) sostiene que la actividad de los trabajadores de prensa no sería posible si no fuese naturalizada y rutinizada. Estas estrategias le permiten preservar cierto sentido de juego, que de perderse anularía las prácticas y representaciones de los periodistas, pues estos se verían absorbidos de forma total por las determinaciones de otros campos. La asimilación de ciertas regularidades propias de esta estructura de juego hace posible ordenar las prácticas y mantenerlas relativamente equilibradas.

Bourdieu (2000) sostiene que el habitus establece límites para el ejercicio social y profesional, pues inscribe condicionantes históricos y contextuales. En este sentido, los mass media determinan sus prácticas y conductas de una manera eminentemente vertical, coercitiva y altamente jerarquizada, donde el sentido común se transforma en creencias inquebrantables por todos aquellos quienes se encuentran imbricados en este escenario. Esto supone que cada periodista conoce su campo de acción y responde por él ante los diversos poderes que condicionan su oficio, es decir, ante los anunciantes, ante los públicos, ante los gobiernos, ante las empresas de comunicación y ante sí mismos. Pensar el habitus en el campo periodístico implica tener una mirada multidimensional, pues esta apunta hacia diversas estructuras (internas y externas) que estructuran al periodista. En este sentido, vale decir que las actividades de los agentes e instituciones de este campo pueden ser descritas como “un juego de espejos que se reflejan mutuamente” (Bourdieu 2007, 32) y en esa relación de cuerpos, siluetas y sombras, los periodistas construyen su imagen e identidad.

El habitus periodístico, a decir de Cervantes (1995), parte de una doble condición objetiva y subjetiva. Por una parte, define las relaciones que el periodista establece con los distintos actores de su campo profesional: colegas, fuentes, públicos, instituciones, autoridades, etc. Y por otra, describe el peso que las configuraciones contextuales, históricas y sociales ejercen sobre la naturaleza de esas mismas relaciones. A partir de esto, el habitus periodístico o el

habitus en la práctica periodística “puede concebirse como un término relacional, estructurado a la vez que estructurante, objetivante y objetivo, del proceso de producción de noticias y del campo profesional mismo” (Cervantes 1995, 106).

1.5 Prácticas periodísticas y rutinas de producción informativa

En 1922, Walter Lippmann dijo que la única forma que tienen los periodistas para hacer frente al enorme volumen de información que se produce en el mundo y que pasa por las salas de redacción es la asimilación e interiorización de prácticas y valores profesionales a través de rutinas. La estandarización de hábitos en el proceso de producción informativa es posible gracias a la reproducción permanente e incuestionada de presupuestos normativos que hacen al periodista en el periodismo. Lippmann (1922) afirma que los periodistas se ajustan a parámetros organizacionales, estructurales e ideológicos, que ocurren al interior de burocracias complejas, donde su naturaleza profesional es conservada mediante la práctica rutinaria de actividades, consideradas de sentido común.

Lippmann (1922) reflexiona sobre el trabajo periodístico durante su etapa más crucial e importante: la producción informativa. En esta instancia, apunta, es donde prevalece la mitología profesional. Esta hace referencia a una repetición continua de principios éticos y normativos, que funcionan como procedimientos de acción y organización de los periodistas, quienes logran aprehender las reglas que definen su espacio a partir de la relación con otros periodistas y con los productos periodísticos. Esto quiere decir que mediante la socialización en las salas de redacción se logra discernir y adoptar los principios rectores del oficio en una especie de consenso intersubjetivo con quienes poseen y transmiten la institucionalidad del oficio y su anclaje histórico. Por otra parte, la noticia y sus formatos también marcan la piel de los periodistas, pues estos deben comprender su proceso productivo para ser constructores legítimos de información pública.

En este sentido, Breed (1955) plantea que los principios rutinarios del ejercicio periodístico son aprehendidos por ósmosis. Esto significa que las expectativas, motivaciones e intenciones

profesionales son transmitidas por sus semejantes a través de un proceso de burocracias complejas, donde las coacciones y determinaciones laborales inducen y orientan las prácticas y representaciones de los periodistas.

Wolf indica que el trabajo periodístico se define y preserva mediante la rutinización. Solo así, afirma, puede mantenerse en el tiempo sin correr riesgos de desestructurarse por la injerencia de otros poderes y las apremiantes situaciones de incertidumbre a la que se enfrenta en su afán de sistematizar todo aquello que ocurre en el mundo. Sin embargo, esto no funciona como una sentencia de inmovilidad y rigidez. De hecho, el autor indica que “las prácticas periodísticas son continuamente corregidas y sus elementos entran en nuevas relaciones” (Wolf 1987, 213). De la misma forma, Breed (1955) indica que las broncas y correcciones son parte de un sistema de control social que influye en las labores de los trabajadores de prensa, quienes modifican relativamente sus actividades en función de las variaciones adquiridas por experiencia

Tuchman indica que las rutinas y su dinámica de conservación y adecuación permiten a los medios de comunicación y a los periodistas subsistir. “Sin una cierta rutina de la que echar mano para hacer frente a los acontecimientos imprevistos, las organizaciones periodísticas, como empresas racionales, quebrarían” (Tuchman 1996, 160). Básicamente, estas prácticas de acción profesional internalizadas y, usualmente ignoradas, son una guía operacional y pragmática que da sentido al quehacer periodístico, ya que le otorga garantías aptitudinales y conductuales para insertarse con algo de éxito en la esfera de producción informativa. La rutinización es la esencia del periodismo porque le adjudica propiedades y características que orientan y definen su juego y las múltiples relaciones que se entretienen con el mercado, la política, la cultura y otros espacios donde los periodistas inciden con su práctica y producción.

Ahora bien, la aprehensión cotidiana de los modos de ser y hacer en el periodismo, según sostiene Wolf, pasa también por la asimilación de los “criterios de noticiabilidad” y los “valores noticia”, los cuales establecen un conjunto de pautas profesionales para ejercer el dominio objetivo y subjetivo del oficio. El newsmaking es considerado como la práctica periodística por excelencia, pues permite gestionar y controlar la calidad y el tipo de acontecimientos que se convertirán en materia prima durante la producción informativa. Este

criterio no solo funciona como una suerte de manual operativo, sino como una práctica perceptiva o, como suelen decir los periodistas, intuitiva, ya que reduce la incertidumbre en el proceso de selección y elaboración de noticias. De este proceso se derivan los valores o presupuestos de noticiabilidad, mismos que, a decir del autor, representan la respuesta a la siguiente pregunta: “¿qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes para ser transformados en noticia?” (Wolf 1987, 222). Ambos criterios propios de las rutinas periodísticas no pueden funcionar por separado. Únicamente por medio de la complementariedad es posible que estos operen con eficiencia en el espacio profesional.

Los valores/noticia son utilizados de dos maneras: son criterios para seleccionar entre el material disponible en la redacción, los elementos dignos de ser incluidos en el producto final. En segundo lugar, funcionan como líneas-guía para la presentación del material, sugiriendo qué es lo que hay que enfatizar, lo que hay que omitir, dónde dar prioridad en la preparación de las noticias que se presentan al público. Los valores/noticia son por tanto *reglas prácticas* que incluyen un corpus de conocimientos profesionales que implícitamente, y a menudo explícitamente, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción. No es cierto [...] que estén fuera del alcance de la comprensión de los periodistas que no serían capaces de articularlos. En realidad, los valores/noticia están continuamente presentes en las interacciones cotidianas entre los periodistas en su cooperación profesional. Pero sobre todo constituyen claras y disponibles referencias a conocimientos compartidos sobre la naturaleza y la finalidad de las noticias, referencias que pueden ser utilizadas para facilitar la compleja y rápida elaboración de los noticiarios. Los valores/noticia son cualidades de los acontecimientos o de su construcción periodística, cuya relativa ausencia o presencia recomienda su inclusión en un producto informativo. Cuantas más cualidades exhibe un acontecimiento, mayores son sus posibilidades de ser incluido (Golding y Elliot 1979, 114).

Redactar una noticia implica saber por experiencia (Tuchman 1999). Esto supone que los procedimientos estratégicos inherentes al periodismo se validan en el ejercicio profesional, donde las rutinas de producción informativa se convierten en acciones de sentido común, en esquemas organizadores que siguen las directrices del modelo ideal del periodismo. Las prácticas rutinizadas están sujetas a criterios de legitimación profesional como la contrastación, la neutralidad, la jerarquización, la objetividad, la ecuanimidad la eticidad, etc.,

para orientar la toma de decisiones y así reducir la complejidad manifiesta de sistematizar la inconmensurabilidad de los hechos.

La internalización de los procesos de producción informativa puede ser vista como una suerte de unificación de los principios rectores del oficio (Gomis 1991) Sin embargo, también hay configuraciones estructurales que modifican el quehacer los trabajadores de prensa. El autor sostiene que la estructura social y, sobre todo, la estructura administrativa y de propiedad de los medios de comunicación incide en la comprensión y sistematización operativa de los valores/noticia, los cuales también están obligados a reflejar las convenciones económicas y políticas que los condicionan. Esto quiere decir que el proceso de producción informativo, a pesar de experimentar un cierto dominio lógico de sus regularidades a través de la rutina, sí se ve determinado por factores externos que alteran las condiciones de juego y modifican las directrices con las que opera la línea editorial.

Golding y Elliot (1979) plantea que las rutinas periodísticas y los valores noticia que se derivan de las regularidades prácticas del oficio obedecen a ciertas consideraciones:

- a) *Las características sustantivas de la noticia.* La noticia es “el producto de un proceso organizado que implica una perspectiva práctica sobre los acontecimientos, destinada a reunirlos, a dar valoraciones simples y directas sobre sus relaciones, y a hacerlo de manera que logren entender los espectadores” (Wolf 1987,217). Para dar cuenta de ello es necesario reunir ciertas características y propiedades. El nivel jerárquico de los actores o instituciones implicados es un factor clave en la construcción de información, pues quienes no ostentan un cierto grado de representatividad o incidencia en la esfera pública no son considerados como ejes de atención en la producción informativa. El interés nacional de un acontecimiento también es un factor de relevancia, pues se constituye en un criterio de distinción y noticiabilidad. La masividad del hecho y las posibilidades de seguimiento y producción de materia prima para los informativos también son asumidos como elementos sustantivos a la hora de seleccionar y procesar noticias.

- b) *La disponibilidad del material y los criterios relativos al producto informativo.* Wolf (1987) indica que un acontecimiento es noticiable en la medida en que se ajusta a las posibilidades técnicas, operativas y editoriales del medio de comunicación. Además, debe reunir características más o menos homologadas por los principios de producción informativa como: brevedad, novedad, continuidad, espectacularidad, alcance, etc.
- c) *El medio.* Las noticias son idóneas siempre y cuando cumplan con las formalidades establecidas por el medio de comunicación. Esto quiere decir que deben adecuarse a las directrices demarcadas por la línea editorial, la cual se transforma en un eje ordenador de las políticas de acción profesional. Esta regla, por ejemplo, temáticas, abordajes, enfoques, actores, formatos, tiempos y presentaciones. Y los periodistas deben ceñirse a este tipo de disposiciones editoriales como la piel al cuerpo. De lo contrario, no se insertarán en el andamiaje de producción informativo y serán excluidos.
- d) *El público.* A pesar de que la audiencia es uno de los actores centrales de la actividad periodística, los trabajadores de prensa y los medios de comunicación no siempre caminan de la mano con ellas. Más bien se valen de una especie de sentido común para determinar las expectativas y motivaciones de los públicos, los cuales no siempre convergen con las prácticas heredadas y las certezas transmitidas generacionalmente en las salas de redacción.
- e) *La competencia.* El mercado, a decir de Golding y Elliot (1979) y Wolf (1987) determina buena parte de las prácticas periodísticas. Los valores noticia que de allí se desprenden son determinantes en el quehacer profesional, pues se convierten en actividades de obligatorio cumplimiento para la preservación del proceso informativo. La competencia es quizá el elemento que mejor explica esta determinación; y es que permanentemente las estrategias institucionales y profesionales están orientadas a alcanzar mayores cuotas de mercado. Debido a ello, se efectúan estrategias de vigilancia para evaluar posibilidades y limitaciones en la oferta y demanda de productos periodísticos. La búsqueda incansable de primicias da cuenta de las ambiciones de los trabajadores de prensa, quienes buscan continuamente conquistar capitales económicos y simbólicos (reconocimiento). Ahora bien, la competencia no solo invita a diferenciarse, también contribuye a establecer parámetros laborales y de

referencia profesional. Es por ello que los medios y los periodistas se construyen a base de modelos ideales, cuya reproducción garantiza la seguridad empresarial y laboral.

Tuchman (1999) plantea que estos principios elementales de la producción periodística convergen en torno a un ritual estratégico clásico y distintivo: la objetividad. Esta funciona como un criterio de validación del trabajo informativo, como una garantía de seguridad profesional, como un elemento de legitimación y distinción en el mercado de noticias y también como normativa autorreferencial y autorregulatoria del medio de comunicación. La conjunción de estas funciones permite a las empresas mediáticas justificar su incidencia en el espacio público a través del cumplimiento de los principios ontológicos del periodismo liberal.

La objetividad “puede verse como un ritual estratégico de protección de los periodistas [y del periodismo] ante los riesgos de la actividad profesional” (Tuchman 1999, 200). Precisamente por ello, incorpora procedimientos de validación del proceso productivo que van desde lo estructural hasta lo vivencial. La autora sostiene que los trabajadores de prensa invocan a este valor universal como un mecanismo perceptivo y discrecional, que permite escoger los hechos y decidir de forma natural aquellos que por su importancia y contenido se convertirán en noticia. La objetividad otorga pautas de racionalidad al oficio y se verifica, al menos, en cuatro instancias. La primera tiene que ver con la presentación de posibilidades en conflicto.

Esto implica una percepción selectiva de la realidad, que reclama la misma validez para cada instancia. La segunda establece la presentación de evidencia sustentada, es decir, la publicación de hechos descritos comúnmente como verdades. La tercera guarda estrecha correspondencia con la segunda, pues determina criterios de validación de la selección y la argumentación mediante el uso de recursos periodísticos legitimadores como comillas y citas, que refuerzan la posición del medio y el periodista en el espacio público. La cuarta está relacionada con la composición apropiada de la información, a través de principios universales como la pirámide invertida y el tradicional know how de las 6 W. Todo ello contribuye a invocar una suerte de olfato periodístico, que es compartido y corroborado en los procesos de socialización y acción profesional. Sin embargo, más allá de una intuición

“innata”, la objetividad es interiorizada como un sentido común, pues “basta con que señalemos que todo conocimiento que se da por sentido tiene una estructura altamente socializada, esto es, se asume que es algo obvio no solamente por parte de una persona, sino por nuestra parte, por todo el mundo” (Tuchman 1999, 212).

1.6 Estructura y propiedad de las instituciones mediáticas

Una de las máximas filosóficas del marxismo establece que el modo de producción de la vida material condiciona los procesos sociales, sean estos políticos, culturales, artísticos, intelectuales, etc. Esto supone que el desarrollo de las fuerzas productivas constituye la estructura económica de la sociedad, la cual establece límites y condiciones de existencia para los sujetos. La producción material, por tanto, determina las relaciones y formas de interacción entre individuos, lo cual está ciertamente inscrito en un modelo histórico que fija límites sobre sus posibilidades de acción y producción (Marx 1988).

Los regímenes de propiedad son, desde la perspectiva marxista, formas históricas de producción que determinan los modos de vida y existencia de individuos e instituciones. Esto quiere decir que la forma en la que se produce, la forma en que se define la propiedad fija límites de acción y reflexión en las relaciones sociales.

Williams (1997) propone analizar los modos de producción de la vida material a partir de la categoría marxista de determinación. Desde allí, apunta, es posible pensar los límites que fija la propiedad y los condicionantes que de ella se desprenden. La determinación da cuenta de cómo la masa de fuerzas productivas accesible a los hombres establece las condiciones de la sociedad.

La cuestión clave radica en el grado en que las condiciones objetivas son comprendidas como externas. Desde el momento en que dentro del marxismo, por definición, las condiciones objetivas son, y solo pueden ser, resultado de las acciones del hombre en el mundo material, la verdadera distinción solo puede darse entre la objetividad histórica –las condiciones en que, en

cualquier punto particular del tiempo los hombre se encuentran con que ha nacido; y por lo tanto, las condiciones accesibles que establecen- y la objetividad abstracta, en la cual el proceso determinante es independiente de su voluntad (Williams 1997, 105).

Para dar cuenta de la fijación de términos en la vida social, Williams recupera una carta escrita por Federico Engels en la que acepta la existencia de condiciones históricas y productivas superiores a la voluntad humana. En el manuscrito señala: “Somos nosotros mismos quienes producimos nuestra historia, aunque lo hacemos, en primera instancia, bajo condiciones y supuestos muy definidos” (Williams 1997, 104). Esta aclaración muestra que no solo existe una fijación de límites en la vida social, sino también un ejercicio de presiones, que se sobrepone a los individuos, controlando sus acciones concretas en el mundo real. Esto implica que la producción de la vida material en el devenir histórico se erige como una suerte de definidor primario de las condiciones de existencia de los hombres, donde sus posibilidades se reducen a la posesión o desposesión de recursos y capacidades creativas.

Por lo tanto, la sociedad nunca es solamente una cáscara muerta que limita la realización social e individual. Es siempre un proceso constitutivo con presiones muy poderosas que se expresan en las formaciones culturales, económicas y políticas y que, para asumir la verdadera dimensión de lo constitutivo, son internalizadas y convertidas en voluntades individuales. La determinación de este tipo –un proceso de límites y presiones complejo e interrelacionado- se halla en el propio proceso social en su totalidad y en ningún otro sitio (Williams 1997, 107).

Denis McQuail (1992) retoma la noción marxista de determinación para analizar la estructura de las instituciones mediáticas. La comprensión de la titularidad y el ejercicio de los poderes de la posesión y desposesión le permiten señalar que “la noción de propiedad determina, en última instancia, la naturaleza de los medios de comunicación (McQuail 1992, 255). El autor mira esta relación de subordinación como un proceso que se ha extendido hacia el ámbito de la comunicación mediática para fijar una premisa irrefutable que tiene que ver con la preeminencia de la vida material por sobre los diversos procesos sociales.

En este sentido, Altschull (1984) señala que los contenidos mediáticos siempre reflejan los intereses de quienes los financian y esto se debe fundamentalmente a que estas instituciones

se autoafirman como empresas privadas, defensoras del modelo de prensa liberal, donde la libertad de expresión y la libertad de propiedad son asumidas como derechos inalienables. En un modelo ideal, ambas libertades tienden a “proteger cuanta diversidad pueda haber; y se expresa en la aportación al mercado de las demandas de unos consumidores libres (...) quienes reconocerán a las mejores y peores ideas” (McQuail 1992, 208).

McQuail indica que los presupuestos democráticos de la prensa liberal resultan dudosos y no siempre aplicables, ya que el peso de los intereses económicos se erige como una poderosa limitación a la libertad de expresión. Las profundas desigualdades de acceso y producción le permiten al autor señalar que los medios de comunicación no son simplemente un negocio más. Asimilarlos como una industria común y corriente presenta ciertas limitaciones e incongruencias de análisis, puesto que no actúan únicamente como empresas, sustentadas mediante la inversión y los consumos privados, sino como instituciones sociales prestadoras de servicios públicos a las audiencias. Los medios “históricamente han crecido con una clara y paralela imagen de sí mismos respecto a que tienen un importante papel que desempeñar en la vida pública y que pertenecen a la esfera de lo público, aunque sin ser de propiedad pública” (McQuail 1992, 244).

De hecho, los medios no son un negocio más porque las frecuencias radioeléctricas con las que operan son de titularidad estatal, es decir, no les pertenecen sino como concesiones otorgadas por períodos limitados de tiempo. Además de este criterio relativo a la propiedad, McQuail (1992) sostiene que los medios de comunicación trabajan con asuntos de interés público, los cuales, más allá de sus objetivos empresariales, tienen implicaciones sociales y colectivas, pues son el resultado de procesos deliberativos de toma de decisiones. Estos dos factores reafirman la idea de que las industrias mediáticas no son un negocio cualquiera porque fundamentan sus actividades y funciones sobre la base de recursos y expectativas de alcance colectivo.

La clave del extraño carácter de las instituciones mediáticas radica en que sus actividades son inextricablemente económicas y políticas a la vez y en su considerable dependencia de las tecnologías de distribución, que experimentan cambios continuos. Dichas actividades implican la producción de bienes y servicios que a menudo resultan a la vez privados (consumo para la

satisfacción personal individual) y públicos (considerados necesarios en el ámbito público y para el funcionamiento de la sociedad en sí). El carácter público de los media tiene que ver, por ejemplo, con su función política en una democracia y con el hecho de que la información y las ideas no las pueden monopolizar los particulares. Y, por otra parte, como sucede con otros bienes públicos como el aire o la luz natural, su uso no reduce la cantidad disponible para los demás (McQuail 1992, 244).

El conflicto intrínseco en la estructura de propiedad de las instituciones mediáticas radica en que operan según los dictámenes de la economía de mercado, a pesar de que sus implicaciones productivas son de carácter público. La dinámica de los medios de comunicación, a decir de McQuail (1992), refleja dos intereses principales: a) deseo de ganar dinero y b) una pugna de poder en la sociedad. La primera muestra la vocación lucrativa de estas empresas, que buscan permanentemente una mayor participación en el mercado. La segunda, en cambio, indica cómo estas instituciones conquistan nuevos espacios de poder a través de la negociación o implantación de ideas en la esfera de deliberación pública.

Esta dinámica compleja le permite al autor situar a las instituciones mediáticas en un punto nodal donde convergen tres áreas de influencia, que delimitan su estructura productiva: economía, política y tecnología. De estas tres áreas, lo económico, tal como sostiene Bourdieu (1997), ejerce una presión dirimente en las instituciones mediáticas, ya que las somete a una rigurosa disciplina financiera y las obliga a operar en entornos competitivos y a priorizar lo comercial por sobre lo editorial. Esto supone que las industrias están coaccionadas a ceder algo de su independencia a cambio de preservar sus intereses lucrativos, cuyas necesidades y requerimientos están por sobre todas las instancias posibles.

Por todo esto, los medios de comunicación, indica McQuail, tienen un interés personal en defender al sistema capitalista y, por ende, apoyar a sus defensores acérrimos: los partidos conservadores, quienes, curiosamente, también son sus mayores accionistas. Ahora bien, “el poder concomitante a la propiedad no se considera malo en sí, sino que se vuelve de este modo cuando se concentra o se utiliza selectivamente para impedir el acceso” (McQuail 1992, 257). Y, de hecho, el escenario mediático privado está constituido por intereses

monopolísticos y concentradores, que operan bajo la lógica del *laissez faire-laissez passer*, cuya naturaleza busca la acumulación de recursos y la ampliación de inversiones.

La dinámica de las instituciones mediáticas puede explicarse mediante su estructura de costes. McQuail (1992) señala que, a diferencia de otras industrias, lo mediático presenta un notorio desequilibrio entre los costes de producción fijos y variables. Esto supone que existe una fluctuación relativa de inversiones y ganancias, lo cual obliga a las empresas a buscar cierta estabilidad, la misma que solo puede hallarse en la conquista de nuevos espacios, en la concentración de la propiedad, en la construcción de alianzas corporativas y en la transnacionalización de las cadenas productivas.

El término central de esta discusión es concentración. Zallo (2006) la define como la acumulación de bienes y recursos en la búsqueda de economías de escala y mayores cuotas de mercado. Su origen, indican, proviene de la competencia con otros sectores productivos. La concentración es una de las preocupaciones centrales de la Economía Política de la Comunicación, la cual considera que este fenómeno responde a las mutaciones estructurales del capitalismo, las mismas que están redefiniendo el mapa de las comunicaciones de acuerdo a las fronteras que establecen los flujos de individuos, productos, servicios y mensajes. Básicamente, la concentración en el ámbito mediático tiene que ver con la conquista de espacios y capitales en disputa, que permiten ejercer una suerte de dominio práctico de las esferas de deliberación pública y de la lógica de mercado.

En este sentido, autores como Mosco (2006) y Miege (2006) señalan que la industria de la comunicación se ha convertido en una parte esencial de un orden corporativo supranacional y plenipotenciario que es, al mismo tiempo, explotador y antidemocrático, pues mercantiliza la información y antepone intereses privados por sobre los intereses públicos y comunitarios.

La concentración de medios significa concentración de poder económico y social que ejercen, frente a sus oponentes, las empresas de comunicación dominantes. Se lleva a cabo a través del crecimiento interno y externo de las empresas de comunicación... la concentración de la propiedad no constituye solamente una deriva económica, sino que es también un problema fundamental para la democracia porque el poder económico puede transformarse en poder

político e igualmente en poder de opinión, amenazando así el funcionamiento de la democracia [...] la concentración y el poder de los medios son fenómenos que caracterizan fundamentalmente al sistema mediático moderno basado en la competencia (Miege 2006, 157).

Mosco (2006) plantea que existen dos tipos de concentración: vertical y horizontal. La primera, indica una producción y distribución extensiva dentro del mismo espacio mediático; mientras que la segunda se refiere a la fusión y convergencia empresarial en distintos sectores del mercado. Este fenómeno económico, en cualquiera de sus dos dinámicas, debilita la participación democrática en los escenarios de deliberación pública y coacciona el acceso igualitario a los medios de comunicación a nivel local y global. Al respecto, Herman y McChesney (1999) indican que uno de los efectos directos de la concentración está relacionado con la industrialización y distribución masiva de bienes y servicios en distintos niveles de la cadena productiva, la cual está altamente jerarquizada y dominada por conglomerados con alcance transnacional.

Los conglomerados mediáticos, apunta McQuail (1992), están conformados por una red de alianzas internacionales entre los magnates de la industria de las telecomunicaciones y la publicidad, quienes negocian acuerdos de producción y distribución en forma de canales cooperativos, que fortalecen su estructura financiera y amplían sus capacidades de incidencia en los mercados mundiales. Según Murdock (1990), el conglomerado se ha convertido en la forma modal de la empresa mediática, ya que viabiliza el solapamiento entre empresas mediáticas y empresas no mediáticas. Esta imbricación productiva permite compartir servicios y poder conectar distintos sistemas de distribución y mercados en una especie de sinergia, que consiente la comercialización de un mismo producto en distintos mercados. Murdock (1990) y McQuail (1992) advierten que estos alcances reafirman la idea de que el mundo de las comunicaciones se encuentra experimentando una espiral ascendente hacia la concentración.

En última instancia, y retomando a McQuail (1992), los medios de comunicación no son un negocio más. Sus rasgos concentradores, su impronta mercantil los separan de lo absolutamente comercial y los ubican en un estadio difuso donde las fronteras entre lo público

y lo privado son trazadas por los propietarios. Esto supone que la estructura de las instituciones mediáticas determina, de forma natural, todas las instancias del proceso productivo sean estas operativas, conductuales e interrelacionales. La subordinación ontológica que opera en este espacio social da cuenta de que la noción marxista de determinación se erige como una suerte de definidor primario, pues fija los límites de este campo, a partir de la base material de producción.

1.7 Propiedad difusa de los medios comunitarios. ¿A quién pertenece el común?

La noción de régimen de propiedad en el campo mediático presenta una acepción fundamentalmente liberal. Su estructura y funcionamiento están vinculados con el lucro privado, es decir, con una determinación absolutamente capitalista donde la base material define y condiciona buena parte de sus procesos. Pensar en el régimen de propiedad mediático supone pensar en economías de escala y cuotas de mercado, mismas que son pretendidas, disputadas y acumuladas por empresas, conglomerados y transnacionales. Una definición objetivamente situada como esta difícilmente puede ser extendida a otros ámbitos y escenarios, pues únicamente existe dentro de fronteras liberales, donde la propiedad es reconocida como un eje sustancial de la producción y reproducción del mundo capitalista (Williams 1997).

Ahora bien, para pensar en estructuras de propiedad en otros escenarios, cuyos principios son no liberales, quizá habría que remitirse a su ontología y funcionamiento. En este sentido, propone Cerbino (2018), si de comunicación comunitaria se trata, hay que volver la vista hacia la propuesta de “el común”.

El común, según sostienen Hardt y Negri (2009), es un proceso de transformación política basado en la alteridad y la articulación conjunta y cooperativa de acciones e interacciones por parte de los miembros de una comunidad territorialmente situada. El común, indica Negri y Hardt (2003), rompe con el sistema capitalista, cuya estructura y estrategia fomenta la

creación y mantenimiento de prácticas individualistas, unipersonales y globalizantes, propias de la estructura empresarial de las instituciones liberales.

El común, sin embargo, no es una propuesta que surge de la negación de otros ámbitos. Al contrario, es una construcción teórica autónoma e independiente que reivindica la naturaleza comunitaria, es decir, reivindica las formas de vida articuladas entre sí sobre la base de vínculos organizativos que se tejen en el ser y hacer de los individuos. Este proceso contempla en su construcción la alteridad. Además, apunta “hacia una dimensión conflictual y no esencialista del hacer basada en ciertas condiciones, como la corresponsabilidad, la no propiedad, la real y consciente participación o la colectiva toma de decisiones en torno a la definición de las reglas que deben regir las relaciones recíprocas” (Cerbino 2018, 138).

La ontología del común no parte del reconocimiento de la propiedad privada, entendida como un atributo de la persona, una facultad o un poder que tiene un individuo sobre una cosa, sino de la aceptación social de prácticas y dinámicas inherentes a sus principios colaborativos y mayéuticos. La reivindicación organizativa y colectiva de este espacio se aproxima hacia una definición ciertamente difusa de la propiedad, donde esta se escapa de titularidades y se ubica en un entorno compartido, sin sujeciones ni sometimientos.

Hardt y Negri plantean que el común “impregna igualmente a todas las esferas de la vida, remitiendo no sólo a la tierra, el aire, los elementos, o incluso la vida vegetal y animal, sino también a los elementos constitutivos de la sociedad humana como los hábitos, gestos, afectos y códigos compartidos” (Hardt y Negri 2009, 183). El común define sus horizontes de propiedad y su lógica se articula en función de la producción colectiva de bienes, servicios, imágenes, representaciones y códigos, cuyo beneficio no es particular, sino comunitario, es decir, una amplia red de productores cooperativos se organiza y relaciona, con la finalidad de incidir en el ámbito de lo político, de lo económico, de lo social, a través de la toma de decisiones conjuntas.

La capacidad de producir cooperativamente implica una ruptura con el régimen de propiedad en su acepción liberal. Negri plantea que el esquema de transformación del común, basado en

la negación de los principios capitalistas de producción y reproducción de la vida social, implica un proceso contrahegemónico, pues faculta a los colectivos a ejercer una acción política que, a través de la cooperación y colaboración, anula los mecanismos de expropiación y control del capital. Estos principios están sistematizados en torno a la categoría de biopolítica del común, la cual, apunta el autor, constituye la condición de posibilidad “de un contrapoder, de una potencia, de una producción de subjetividad, que se libera del biopoder, surgiendo de la vida misma, no sólo en el trabajo y en el lenguaje, sino también en los cuerpos, en los afectos, en los deseos” (Negri 2007, 35) y, sobre todo, en la producción. El hecho de que el común exceda siempre los límites del poder indica su incompatibilidad con el sistema dominante.

La propiedad difusa del común, en definitiva, rompe con lo particular, con lo privado, con el lucro exclusivo, con las acciones unipersonales y globalizantes del capitalismo y se inscribe en un espacio de producción intersubjetivo, donde reivindica el ser y el hacer colectivo. La apuesta del común es volver hacia la naturaleza, pues en ella se esbozan principios comunitarios de acción y producción. De allí surge lo difuso, de allí surge lo indeterminado de esta categoría, que condiciona a las multitudes a organizarse colectivamente a fin de que su vida –la vida común- se convierta en una acción política y transformadora.

1.8 La comunicación del común

El régimen de propiedad y control de las instituciones mediáticas privadas, indica Simpson (1986), determina el carácter de los procesos de generación de mensajes y el tipo de relación comunicacional entre emisores y receptores. El autor señala que la propiedad privada condiciona de manera absoluta la estructura y funcionamiento de los medios de comunicación liberales. Ahora bien, en el caso de otras formas de propiedad, en este particular caso la de los medios de comunicación comunitarios, la determinación es otra. No deja de existir, es cierto. Sin embargo, sus principios entrañan propiedades distintas. Y es que la fijación de límites no está vinculada a la propiedad, sino a la ontología propia del común, donde los criterios de acción, producción y reflexión están orientados hacia la alteridad y la toma colaborativa y cooperativa de decisiones.

Cerbino aglutina esta serie de implicaciones a través de un modelo alternativo definido como comunicación del común. Esta propuesta teórica “pretende establecer su centralidad argumentativa y parcialmente empírica en la articulación de la comunicación de proximidad con la de tipo mediática, sin solución de continuidad entre las dos” (Cerbino 2018, 117).

Se trata, en síntesis, de dar una propuesta cuyo mayor desafío es mostrar la mutua y circular dependencia entre una comunicación cotidiana, intersubjetiva, corporal mayéutica, y lo que de ahí emana a través del uso de medios tecnológicos de comunicación, que vuelve a alimentar al amplificar la primera bajo otro formato o estilo narrativo (Cerbino 2018, 118).

La comunicación del común se fundamenta en la construcción y reivindicación de espacios cooperativos, donde se articulan lazos sociales y medios tecnológicos en un esquema catalizador de la palabra compartida. Cerbino sostiene que este modelo posee un modo de producción propio, basado en el común. Gracias a ello, “la comunicación es a la vez medio y fin de un escenario social en el que prevalece el valor de uso de la cotidianidad ante el valor de cambio de la comunicación hegemónica mercantilizada” (Cerbino 2018, 155).

El punto clave de esta propuesta, indica el autor, es la comunicación de proximidad, es decir, la interacción intersubjetiva entre agentes, quienes comparten y expresan anhelos, experiencias, deseos e ilusiones, desde un territorio histórica y culturalmente situado. Este tipo de comunicación implica un ser y hacer juntos, implica una práctica común, que conoce y se reconoce a través esos otros sujetos negados por la razón mediática liberal. La comunicación de proximidad, indica Sel (2006), apunta hacia prácticas diversas y contrahegemónicas, que permiten, mediante una interacción localizada e intersubjetiva, enfrentar la manipulación ejercida por los grandes conglomerados mediáticos, que permanentemente intentan anular las tramas antropológicas del lugar, fomentando el individualismo y la homogeneización globalizante de contenidos, prácticas y representaciones.

Por ello, resulta útil la importancia del lugar y el espacio social como escenarios en los que se observan actos de comunicación cara a cara y de proximidad que, posteriormente y sin

solución de continuidad, se convierten en actos comunicativos de tipo mediático que amplían los horizontes de involucramiento (Cerbino 2018, 161).

Desde esta perspectiva de relacionamiento directo, la comunicación del común, a través de los medios comunitarios, construye un vínculo indisoluble con su espacio social y territorial. Mata (2009) cree que esos ámbitos son lugares de integración con distintos grupos, donde se comparten horizontes políticos, sociales e ideológicos. En este contexto, se consolidan las relaciones de pertenencia y se tejen estructuras de organización social, que reflejan las demandas e intereses reivindicativos de los colectivos, que han sido excluidos y marginados por los medios de comunicación masiva, cuya impronta liberal tiende a disipar toda determinación local.

Beltrán (2005) sostiene que los medios comunitarios están vinculados con un proceso de reflexión, decisión y acción, donde se reconoce y reafirma la identidad local de los colectivos, con la finalidad de generar participación y pertenencia. Esto supone que el eje constitutivo de toda manifestación comunicacional comunitaria es la proximidad, pues desde la cercanía se entretejen relaciones que buscan preservar la cultura de los pueblos, mantener vigente su lengua, promover la educación y la capacitación para el desarrollo de actividades productivas propias de cada grupo social.

En este sentido, la transformación social y la recuperación de la centralidad de la vida cotidiana -como escenario localizado y propicio para generar información del común- se convierten en ejes constitutivos de la comunicación del común, cuyo interés fundamental apunta hacia la construcción de una acción política. Cerbino indica que esta “propuesta política se enmarca en la conciencia de que en el comunicar común hay potencialidad de acción transformadora en cuanto a los modos de producción de otras narrativas en torno a la realidad” (Cerbino 2018, 166).

Esto supone que los medios comunitarios están articulados sobre la base de un proyecto intersectorial que aglutina el sentir y las demandas de los agentes sociales, cuyas voces singulares, al ser canalizadas por un proyecto político y comunicativo, tienen un eco organizativo y vinculante. Gumucio (2001) sostiene que este modelo alternativo solo adquiere

su verdadero sentido si existe detrás un proyecto político y/o cultural que le otorgue significado; de lo contrario solamente serviría para emular los contenidos y las formas de los tradicionales medios de información masivos.

Cerbino y Belotti (2015), por su parte, plantean que este modelo de comunicación del común se estructura en torno a estrategias colectivas para incidir sobre lo público. Los procesos comunitarios, apuntan, se erigen como una herramienta de organización política que demanda respuestas a la centralidad discursiva con la que se construye el mundo desde la perspectiva mediática liberal. En este contexto, indican los autores, se vuelve clave pensar en los medios comunitarios como una herramienta crítica para el control social de los poderes mediáticos tradicionales y para el empoderamiento cívico, ya que ponen en escena la capacidad de los ciudadanos de ser sujetos de derecho en el terreno de la comunicación pública.

Pensar a los medios comunitarios como una instancia de fiscalización social y comunicativa significa construir un sector que se reta a sí mismo a resignificar las prácticas tradicionales y también a proponer proyectos y rutinas disidentes, ancladas a una visión contrahegemónica del mundo mediático liberal y neoliberal, donde prima el individualismo, la impersonalidad y la centralidad de la información en una esfera globalizante (Vinelli 2014).

La esfera del común, entendida como un espacio social y político compartido, construido y reconstruido por las colectividades, es el lugar donde se generan, disputan y negocian los procesos políticos del común. A diferencia de las esferas mediáticas tradicionales, las decisiones no son tomadas verticalmente por jerarquías dominantes. Al contrario, se basan en la participación ciudadana, misma que se convierte en la condición de posibilidad para “configurar nuevos modos de producción de contenidos y así evitar la separación entre generación de información y recepción” (Cerbino 2018, 184).

La participación es un elemento determinante de la comunicación del común y se extiende a todos sus ámbitos de acción. Está presente en la conversación, en las prácticas, en las rutinas, en las formas de organización y en los procesos productivos. Segura (2015) plantea que el sostenimiento económico de estas instituciones es posible gracias a los procesos

participativos/colaborativos de las comunidades, que financian y autogestionan los recursos con los que trabajan y subsisten estos espacios de comunicación. No obstante, los procesos administrativos no están relacionados de ninguna manera con un ámbito mercantil. Al contrario, la autora menciona que su existencia y funcionamiento están dados por la pertenencia a los procesos productivos de la comunidad, es decir, la radio, la televisión, la prensa comunitaria están ancladas al sentir común de la gente. Así como la participación determina la sostenibilidad del medio comunitario, también determina sus prácticas y enfoques, los cuales se configuran en torno a estrategias organizativas y dialógicas, donde caben las disonancias y contradicciones (Cerbino 2018), que abonan los procesos intersubjetivos y permiten la toma de decisiones.

Este tipo de implicaciones hacen posible pensar en el común como una esfera que impregna con su esencia todos los ámbitos de la vida. Tanto la producción, la organización y las prácticas contienen principios de alteridad y una dinámica de ser y hacer en plural, de ser y hacer juntos. La comunicación del común no hace otra cosa que canalizar esos principios, con el objetivo de articular la comunicación de proximidad con la de tipo mediática, sin solución de continuidad entre las dos. La transformación social, la interacción colectiva, la participación incluyente y dialógica son el eco de una voz, determinada íntegramente por el común, que también se comunica y se extiende a través de canales tecnológicos.

1.9 Estudios previos sobre regímenes de propiedad y habitus periodístico

Las investigaciones comunicacionales y periodísticas que han empleado las reflexiones de Pierre Bourdieu acerca de los campos y los habitus han abonado de manera fértil el debate académico sobre el quehacer de los trabajadores de prensa dentro y fuera de las salas de redacción. Los conceptos bourdeanos han permitido indagar en torno a los espacios estructurados de posiciones, cuyas propiedades y características configuran las prácticas, disposiciones y representaciones de los periodistas, quienes se desenvuelven en un entorno absolutamente condicionado por poderes externos, que transforman a su espacio en un campo de batalla donde permanentemente se disputa la conquista y reconquista de la autonomía. En este sentido, los trabajos de Cervantes (1994) aportan una valiosa comprensión de los habitus

periodísticos como generadores de disposiciones duraderas que permiten a los agentes de este campo desenvolverse en función de parámetros consensuados en el ámbito de la producción informativa. Las reflexiones de la autora se enmarcan en un contexto de profundas contradicciones y disputas por la legitimidad, donde las prácticas interiorizadas y socializadas se convierten en sostén de los modos de ser y hacer en el periodismo.

Rosenberg (2017), desde otro contexto, piensa a los habitus como una estructura que determina las posiciones y disposiciones de los periodistas, quienes se desenvuelven en un campo fragmentado, donde los conflictos, competencias y hostilidades, originadas por la influencia del mercado y la política, amenazan la autonomía y estabilidad de su entorno. Los trabajos etnográficos de Rosenberg se adentran en las salas de redacción de los medios argentinos y descubren que los periodistas, enfrentados a la precariedad y las coacciones económicas, políticas y criminales, naturalizan y reconocen de forma inconsciente un habitus que los domina y a la vez los reivindica, es decir, los condena a adecuarse a la marginalidad de su contexto y a las disposiciones comerciales y profesionales del medio pero también los consagra como actores legítimos de un campo que, a pesar de ser condicionado, también condiciona otros estadios de la esfera pública.

Por otro lado, Diana Merchant Ley (2018) y Mireya Márquez (2012) emplean los presupuestos teóricos de Bourdieu para analizar las particularidades del campo periodístico, cuya autonomía es constantemente coaccionada por los poderes del mercado y la política. Ambas autoras indican que las coerciones comerciales, políticas y criminales inciden de forma directa en la adecuación y adaptación de las disposiciones, representaciones y prácticas de sentido común de los trabajadores de prensa en México, sobre todo, en las regiones afectadas por el narcotráfico y el terrorismo.

Pablo Schleifer (2017) retoma los conceptos bourdeanos de habitus e *illusio* para analizar cómo los periodistas se convierten en periodistas y qué disposiciones requiere el saber periodístico. El autor argentino en su acercamiento a las salas de redacción determinó que la interiorización del ideal profesional, construido a base de principios generadores de prácticas y representaciones, y la experiencia profesional, construida a partir del trabajo de campo y las relaciones con semejantes, le permiten a los periodistas insertarse en un escenario configurado

por reglas explícitas e implícitas, que estructuran y definen su juego social. En esta misma corriente Zúñiga y Gómez (2018) han indagado los hábitos de los periodistas cubanos, con la finalidad de mostrar que las disposiciones no son fijas, sino dinámicas, es decir, se construyen y reconstruyen en función de las variaciones y particularidades del campo.

Ahora bien, esas reglas del juego, esas disposiciones materializadas en los espacios, conductas y cuerpos de los periodistas también han sido reflexionadas desde las prácticas. Autores como De León (2004), Stange y Salinas (2009) o Amado y Bongiovanni (2014) retoman los grandes debates en torno a la producción informativa –newsmaking- para indagar sobre las acciones y estrategias que hacen al periodista en el periodismo. Reflexiones sobre valores noticia (Retegui 2017), objetividad (Restrepo 2001), noticiabilidad (San Martín 2008) han nutrido los debates sobre el quehacer periodístico, que, a decir de Wolf (1987), solo puede ser posible si sus tareas, si sus conductas, si sus percepciones sobre el mundo y las noticias son rutinizadas, es decir, asumidas como una orientación práctica para tomar decisiones sin ser consciente de que se las toma (Tuchman 1999).

En esta investigación se retoman las categorías bourdeanas de campo y hábitos para dar cuenta de aquellas posiciones y disposiciones que estructuran a los periodistas en su espacio de juego. La idea de que el campo periodístico es un “mundo fragmentado”, un escenario de permanentes conflictos y evidentes desigualdades de capitales es una constante en el desarrollo teórico y metodológico de este estudio, pues define los alcances y límites de un espacio cuya autonomía no solo que ha sido resquebrajada, sino que ha sido puesta en juego de forma indefinida. A pesar de ello, los periodistas sí están determinados por ciertas reglas, que son inherentes a su práctica profesional. Este trabajo también indaga en la cultura interiorizada que genera prácticas y a la vez las regula mediante un sentido común, que propicia la cohesión y homologación de símbolos, valores y normas heredadas del pasado y vigentes en la piel de oficio, a través de rutinas inconscientes y legítimas.

Sin embargo, los estudios mencionados líneas arriba no contemplan los determinismos emanados desde los regímenes de propiedad, es decir, no relacionan los hábitos con las estructuras matrices, no vinculan a las prácticas profesionales con la ontología del medio de comunicación, que a través de su propiedad condiciona no solo el proceso, sino también a los

agentes que participan de la producción informativa. Los estudios sobre hábitos no se han preocupado por la base material de la comunicación, que en una dinámica de posesión y desposesión impregna de representaciones, prácticas y jerarquías a sus participantes, sean estos agentes o instituciones.

Al invocar los conceptos de propiedad, concentración y determinación se vuelve imprescindible volver la vista hacia la Economía Política de la Comunicación (EPC), una corriente que ha contribuido de manera activa en las reflexiones sobre el significado de las instituciones, especialmente empresas y corporaciones encargadas de la producción, distribución e intercambio de recursos y mercancías comunicacionales (Bolaño, Narváez y López 2019).

La riqueza de la EPC está dada por su análisis e interpretación de los fenómenos inherentes al capitalismo y sus efectos sobre la comunicación. Por mencionar algunos de ellos: la concentración de las industrias mediáticas (Segovia 2010), (García Leiva 2013), (Marino 2017), la desregulación de las políticas públicas de la comunicación (Sel 2010), (Califano 2013), (De Moraes 2013), la mercantilización e instrumentalización de las industrias informativas (Sunkel 2002), las alianzas corporativas en el sector mediático y sus vínculos con el poder estatal (Ramos 2013), entre tantas otros. Esta amplia gama de posibilidades teórico-metodológicas ha nutrido una corriente en crecimiento que diversifica y amplía sus objetos de estudio para abordar nuevos procesos socio-comunicacionales, que den cuenta de las relaciones entre los medios de comunicación, los grandes emporios comerciales y el poder estatal (Loreti y Lozano 2012).

Este trabajo incorporó en sus reflexiones la posición crítica de la EPC ante el avance del capitalismo y las vulneraciones a la participación libre y democrática de la ciudadanía en el espacio público y en el ámbito mediático. Investigaciones como las de Mastrini y Becerra (2009) develan las ambiciones, intereses y orientaciones de los grandes conglomerados mediáticos, que constantemente buscan expandir y fortalecer su proyecto comercial de lucro privado en desmedro de los derechos de los colectivos. La concepción de la propiedad, la convergencia de industrias y la modificación arbitraria y voluntaria de las reglas que rigen el sector mediático le permiten a este trabajo definir el sistema de juego de los medios privados,

sus reglas y expectativas, las cuales se diseminan e impactan en los diversos espacios de producción informativa (Fiol 2001).

Los estudios sobre Economía Política de la Comunicación abordan con mayor regularidad al sector mediático comercial y eso se debe a que su definición, propiedades y características se ajustan al modelo de comunicación liberal. En otra dimensión, una independiente y autónoma, se ubican los estudios sobre medios alternativos, populares y comunitarios. Estos definen su estructura sobre la base de la noción de propiedad difusa (Cerbino 2018), es decir, una propiedad que no le corresponde a nadie pero que les corresponde a todos en función de su vinculación y pertenencia con una comunidad situada. La presente investigación se vale de esta delimitación teórica para pensar en las estructuras que estructuran los habitus. A partir de ello, se delimitan ciertas tendencias predominantes del sector comunitario. Una de las más importantes tiene que ver con su vinculación con la resistencia cultural (Graziano 1980), es decir, con aquellas acciones que tienden a generar cambios y articulaciones de formas comunicacionales interrelacionadas e intersubjetivas, distintas a la comunicación de masas.

Otra de las perspectivas tiene que ver con lo comunitario como una forma de apropiación del espacio público y la reivindicación de la participación como una forma de abonar en la toma de decisiones colectivas (Segura 2015), (Cerbino y Belloti 2015). Finalmente, esta investigación retoma como elemento transversal a la concepción de los MPAC como esferas de empoderamiento cívico (Vinelli 2014). Esto, con la finalidad de poner en escena la capacidad de los ciudadanos de ser sujetos de derecho en el terreno de la comunicación pública. Todas estas reflexiones contribuyen a la comprensión de los medios comunitarios no como la otra cara de la comunicación comercial, sino como una propuesta transgresiva y reivindicativa de derechos y libertades (Peruzzo 2015), a través de una comunicación solidaria, mayéutica e intersubjetiva.

Estudiar la producción informativa tanto en medios privados como en medios comunitarios se vuelve fértil si se amplía su análisis hacia las estructuras que estructuran el campo. Allí se entienden las dinámicas y posiciones que constituyen y condicionan los habitus, allí se descifra y se comprende el sentido del juego en toda su complejidad. El aporte de este trabajo consiste en relacionar la base material de la comunicación, es decir, los regímenes y

estructuras de propiedad (privada o comunitaria), con los habitus periodísticos. Todo esto con el objetivo de reflexionar sobre el modo en que se concibe y organiza la propiedad de los medios de comunicación privados y comunitarios en el Ecuador y de qué manera esta definición configura la forma de trabajar de los periodistas y construye sus "modos de ser y hacer" en la práctica comunicacional.

Capítulo 2. ¿Cómo operan los medios de comunicación en América Latina?

2.1 Estructura, propiedad y funcionamiento de los medios de comunicación en la región

Hablar de la propiedad de los medios de comunicación en América Latina implica hablar de desequilibrios y exclusiones provocados por la concentración oligopólica de las industrias de este sector. Becerra (2014) indica que la historia de las instituciones mediáticas en el continente presenta ciertas características compartidas, que pueden delinear –sin la necesidad de ser arbitrariamente generalizadas- ciertos rasgos determinantes, que explican su estructura y funcionamiento. Algunas de ellas son las siguientes:

- a. Obtención de mayores cuotas de mercado y maximización de recursos e inversiones.
- b. Transnacionalización y concentración de las industrias culturales.
- c. Privatización y comercialización de los servicios públicos de tele radiodifusión.
- d. Globalización y convergencia tecnológica de plataformas mediáticas.
- e. Ausencia de medios de comunicación públicos y comunitarios.
- f. Desestatización y uso político y propagandístico de las telecomunicaciones.
- g. Centralización de canales y contenidos en las grandes urbes.
- h. Ausencia y desregulación de las Políticas Públicas de Comunicación.

Debido a estos factores, Mastrini y Becerra (2017) sostienen que estudiar la estructura de propiedad mediática en América Latina es un reto de alta complejidad, pues, al ser uno de los continentes con mayores niveles concentración en el planeta, presenta una suerte de andamiaje legal y empresarial que blindo a las grandes compañías de todo tipo de fiscalización. Los mass media en Latinoamérica han logrado desarrollarse significativamente debido a su origen comercial y publicitario, además de las múltiples estrategias de convergencia tecnológica y económica, que han diversificado y potenciado su cadena productiva.

América Latina tuvo sistemas de medios comerciales históricamente concentrados. Los principales grupos de comunicación de la región fueron transformándose en grandes conglomerados que reúnen variadas actividades en su seno ya desde las últimas dos décadas del siglo XX. Antes, estos grupos habían sido empresas familiares con propensión a dominar un sector de actividad, una industria de medios, lo que se cristalizó como procesos de concentración horizontal a lo largo de las décadas de 1950 y 1960, fundamentalmente. Hoy en día la lógica de acumulación de los principales grupos se basa no tanto en el poder de concentrar un mercado de medios específico (televisión, radio, prensa), lo que a su vez les otorgaba un estatuto de interlocución política privilegiado, sino en el ejercicio de posiciones dominantes en diferentes mercados en forma simultánea. De allí su carácter conglomeral (Mastrini y Becerra 2017, 114).

Los conglomerados mediáticos de los que hablan Mastrini y Becerra no funcionan de forma aislada e independiente, tal como suelen ser presentados por sus propietarios. Al contrario, son parte de un proyecto global de concentración, que responde a la dinámica del sistema neoliberal, el cual garantiza su continuidad sobre la base de la reproducción de estrategias y mecanismos ideológicos y financieros de expansión empresarial (Sel 2009). Precisamente por ello, aunque con ciertas variaciones dependiendo del nivel de desarrollo de las fuerzas productivas de cada país, en América Latina la concentración se efectúa a través de inversiones multisectoriales entre las grandes transnacionales – no únicamente mediáticas- y las familias que representan a las élites económicas y políticas de cada nación.

Los datos que presenta la investigación de Herman y McChesney (1999) indican que en Latinoamérica alrededor de 90 grupos oligopólicos, vinculados con las grandes transnacionales multimediáticas, acaparan la distribución de tecnologías, contenidos e infraestructura de las industrias comunicacionales. La cooperación horizontal de empresas relacionadas al sector de las comunicaciones acrecienta los niveles de concentración en más espacios de los que tradicionalmente se creía, es decir, no abarca únicamente el dominio de canales, sino también la conquista de audiencias, de mercados y de proveedores de productos y servicios relacionados con la generación y distribución de contenidos, formatos y herramientas mediáticas.

El Monitor de la Propiedad de los Medios (MOM), un proyecto investigativo de Reporteros Sin Fronteras, en su informe del 2019, indica que los medios de comunicación en la región se encuentran en manos de las élites económicas y políticas y que, a pesar de las diversas reformas mediáticas impulsadas en los últimos años, la concentración de la propiedad mediática continúa su curso de expansión y fortalecimiento.

En Argentina, por ejemplo, los cuatro conglomerados más grandes concentran casi la mitad de la audiencia nacional en todos los soportes, y el 25% de toda esa audiencia está en manos del Grupo Clarín. En Colombia, solo tres grupos de medios controlan el 57% del contenido al que la sociedad puede acceder en radio, televisión, medios impresos y en línea. En Perú, es aún peor: más de dos tercios (68%) de la audiencia de noticias en línea en el país está en manos de un solo grupo. El poder de los medios en México no se puede separar de la política, la mitad del presupuesto estatal para publicidad oficial se asignó a solo 10 de los grupos de medios analizados en este estudio. A pesar de toda la diversidad regional en Brasil y las dimensiones continentales de su territorio, la audiencia nacional en cada uno de los segmentos analizados en este estudio (TV, radio, medios impresos y en línea), es acaparado por solo cuatro grupos mediáticos. Tan solo en televisión abierta, indiscutiblemente el medio más popular en el país, estos cuatro conglomerados controlan el 70% de las audiencias (Monitor de la Propiedad de los Medios (MOM) "¿Quién controla los medios en América Latina?" presentado por Reporteros sin Fronteras e Intervezes).

El mapa mediático en el continente, sostiene Fiol (2001), refleja un proceso de globalización y convergencia de las comunicaciones, donde una clase de magnates locales manejan sectores clave de sus economías nacionales y detentan un enorme poder político y una determinante influencia en la agenda pública cotidiana. Tanto Sel (2009) como Chavero y Oller (2015) reconocen que un elemento en común entre las instituciones mediáticas de América Latina es su origen y legado familiar. Los autores sostienen que los medios de comunicación, a pesar de no ser empresas comunes y corrientes, se heredan generacionalmente cual si fueran propiedad privada. Esa sucesión vitalicia, indican, solo es posible debido a que estos grupos están conformados por empresas familiares multimediáticas con ramificaciones a otras actividades comunicacionales, industriales y comerciales, cuya influencia y cuyos vínculos políticos y hegemónicos garantizan su preservación en el tiempo.

En Argentina, por ejemplo, Grupo Clarín es propiedad de la familia Noble Herrera, que tiene acciones y negocios en múltiples ámbitos del mercado. Lo mismo ocurre con la familia Marinho, propietaria de Grupo Globo en Brasil y la familia Azcárraga, fundadora y accionista mayoritaria de Grupo Televisa en México. La familia Santo Domingo en Colombia no solo es propietaria de la cadena Caracol sino de numerosas empresas, entre ellas Avianca y Bavaria. En Bolivia, el Grupo Garfulic es presidido por Raúl Garfulic, el mayor empresario de esa nación, quien también es político y se desempeñó como embajador en España, donde logró concretar una alianza estratégica con Grupo Prisa, el accionista mayoritario de diario El País. Todos estos grupos, indican Chavero y Oller (2015), tienen negocios cruzados entre sí, a la vez que tejen y destejen alianzas internacionales con los actores de mayor peso en el mercado planetario.

En este contexto, Mora señala que “América Latina se asemeja cada vez más a un gran latifundio mediático, dominado por los poderosos grupos transnacionales de la comunicación y sus interlocutores regionales” (Mora 2010, 169). En definitiva, esta región se muestra como un escenario de profundas contradicciones, donde la acumulación de riqueza y de canales de comunicación no ha podido ser disipada, aún con legislaciones que sancionaban este tipo de estrategias y prácticas. Ahora bien, la concentración monopólica y oligopólica de la propiedad mediática no solo tiene efectos sobre las estructuras, sino también sobre las formas de vida de quienes integran este universo. Tanto los trabajadores de prensa como los públicos se enfrentan a un sistema de exclusión que margina “a quienes no pueden pagar para producir, distribuir o consumir bienes culturales. Estas categóricas tendencias macro [concentradoras y hegemónicas] operan en todos lados de miles de maneras diferentes” (Fiol 2001, 22).

2.2 Aproximación al sector mediático comunitario en la región

En Latinoamérica el modelo alternativo de comunicación comunitaria lleva más de ocho décadas de experiencias y desde sus inicios, en 1940, hasta la actualidad, se ha constituido en un proyecto político y reivindicativo, que busca garantizar el ejercicio de derechos y la participación social, sobre la base de la palabra hablada y compartida a través de medios electrónicos. En sus inicios el modelo de comunicación comunitaria tuvo a la Iglesia Católica

como protagonista central, pues desde el campo religioso se trazaron los objetivos para llevar la palabra de Dios a los sectores más alejados y empobrecidos del continente. La evangelización, entendida como un ejercicio de proselitismo religioso, desarrolló la idea de construir vínculos sociales a través de la comunicación mediática. Este proyecto contempló la instrucción y alfabetización de las comunidades, mediante el uso de técnicas radiofónicas, con la finalidad de masificar y pluralizar la prédica del evangelio, sin la necesidad de movilizar a sacerdotes por amplias y diversas latitudes.

La comunicación comunitaria en América Latina no solo reconoce a la Iglesia como entidad fundacional, sino también a los movimientos sociales y sindicatos obreros, que catalizaron las demandas de sus miembros a través de la comunicación mediática con fines reivindicativos. El primer antecedente se ubica en Bolivia, en 1952, año en que los trabajadores del sector minero invirtieron sus magros recursos en la compra de equipos radiofónicos, con el objetivo de hacer públicas sus demandas, sus sentidos y sus emociones. Esta radio comunitaria de corto alcance fue una de las primeras muestras de comunicación comprometida con la cultura local, ya que buena parte de su programación estaba destinada a tratar temas cotidianos en los idiomas nativos de los mineros indígenas de Bolivia: el quechua y el aimara. El fortalecimiento del sindicalismo y su influencia en la aparición de las radios comunitarias responde a las condiciones sociohistóricas del contexto latinoamericano, caracterizado por la concentración de la riqueza en manos de los grandes magnates, la exclusión y marginación de los sectores indígenas y la centralización de la producción y el comercio en las grandes urbes.

A la par de las reivindicaciones políticas y económicas impulsadas por los movimientos sociales y las sindicales obreras en América Latina, un ala modernista de la iglesia católica, en un proceso disruptivo nunca antes visto, dio un giro político radical en el que abandonó el conservadurismo teológico y optó por una evangelización vinculada con el cambio social, es decir, la Iglesia reconoció que el Evangelio de Jesucristo exige a sus fieles y, sobre todo a los sacerdotes, adoptar una opción preferencial por los pobres. En América Latina miles de sacerdotes se plegaron a esta doctrina, llamada Teología de la Liberación, que concebía a la salvación cristiana como un proceso de dignificación de la vida, a través de la restauración de oportunidades y justicia para los oprimidos. Este proyecto político y religioso consideró a la comunicación como un mecanismo fundamental para materializar sus principios teológicos. A

través de la interrelación entre sujetos y la masificación de información fue posible llevar a los sectores marginados de la región un nuevo mensaje humanista.

El germen político de los medios comunitarios no solo fue asumido por las instituciones religiosas y los sindicatos obreros sino también por filósofos y académicos, quienes vieron una oportunidad de cambio social en los procesos comunicacionales y educativos. Paulo Freire, un educador, político y filósofo brasileño, creó un modelo pedagógico liberador, basado en el diálogo recíproco entre sujetos sociales. Freire, al formular este paradigma, rechazó los procesos de enseñanza convencionales, los cuales reducían la instrucción a un intercambio mercantil y transaccional de saberes de maestro a alumno. Esta relación asincrónica fue definida como educación bancaria, o sea, una relación donde los aprendices son objetivados y pensados como depositarios de textos y discursos, donde la comunicación es sustituida por el comunicado. La propuesta crítica freireana desechó la verticalidad en la enseñanza y optó por una educación comprometida con el cambio social, en la que educadores y educandos intercambian conocimientos recíprocamente, en concordancia con la realidad sociohistórica de su contexto.

Este cúmulo de procesos históricos, sociales y políticos confluyen de manera directa en la comunicación comunitaria, que promueve la participación colectiva como una herramienta para el cambio social (Mata 2009). Es por ello que en América Latina este tipo de comunicación tiene una raigambre profundamente reivindicativa. En Ecuador y Bolivia, las comunidades indígenas emplearon la radio como un dispositivo de desarrollo y cambio social (Girard 2002); en Colombia, los grupos campesinos del Chocó la emplearon como un canal de integración, educación e intercambio de saberes; en Argentina, los colectivos excluidos y reprimidos la usaron como un espacio generador de transformaciones sociales, donde prime la dignidad, justicia y libertad (Vinelli 2014). La comunicación comunitaria en el continente heredó un pasado de enormes complejidades, que ha definido sus objetivos y prioridades. Independientemente de las metas e intereses que persigan las colectividades y sus experiencias, en la comunicación comunitaria persiste el deseo de definir a estos espacios como lugares de encuentro y participación cotidiana de la ciudadanía.

Este componente participativo, a decir de Beltrán (2005), ha sido un elemento sustancial en la evolución y desarrollo de la comunicación comunitaria en América Latina. Los procesos reivindicativos generaron alianzas entre sectores alternativos, quienes se integraron y fortalecieron a través de redes y coordinaciones nacionales e internacionales. La gran mayoría de ellas, organizadas a partir de la dirección de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Ambas instituciones no solo promovieron la creación de canales comunitarios, sino que trazaron los lineamientos para potenciar el trabajo colaborativo, a través de recursos, herramientas y contenidos integrados y compartidos. Las principales redes de comunicación comunitaria en el continente son:

- ✓ Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO)
- ✓ Educación Radiofónica Boliviana (ERBOL)
- ✓ Red de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARCAPAS)
- ✓ Red del Movimiento Campesino Santiago del Ester (MOCASE)
- ✓ Federación Guatemalteca de Educación Radiofónica (FGER)
- ✓ Grupo Comunicarte Colombia
- ✓ Asociación Radio Comunitaria Estéreo de San Gil
- ✓ Asociación Voces Nuestras Centro de Comunicación Educativa Costa Rica
- ✓ Instituto Costarricense de Educación Radiofónica
- ✓ Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE)
- ✓ Red Nacional de Emisoras del Paraguay
- ✓ Coordinadora Nacional de Radio (CNR)
- ✓ Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA)
- ✓ Instituto Radiofónico Fe y Alegría (RFA)
- ✓ Red Kichwa Satelital
- ✓ Red Panamazónica
- ✓ Onda Rural

(Cerbino 2018, 129)

Estas redes de medios comunitarios, junto a académicos, estudiantes y sectores comprometidos con el cambio social participaron de forma activa en la creación y ejecución de Políticas Nacionales de Comunicación, las cuales están constituidas por un cuerpo de

principios jurídicos y deontológicos, que regulan, de manera estructural y pragmática, la propiedad y el acceso a los medios de comunicación, la integración de los públicos, el fortalecimiento de la democracia y la protección y garantía de derechos humanos. Buena parte de este sueño renovador, trabajado desde los años cuarenta, vio resultados significativos entre la primera y segunda década del siglo XXI, periodo en el cual se incorporaron en diversos contextos legislaciones que contemplaron a las Políticas Nacionales de Comunicación y a las recomendaciones realizadas por diversos eventos, congresos y plenarias del sector alternativo, popular y comunitario, como ejes articuladores de progreso y desarrollo colectivo.

En casi todos los países que adoptaron normativas legales para regular este campo se reconoció a los sectores comunitarios como actores sujetos a derechos, los cuales podían participar libremente y en igualdad de condiciones de procesos políticos, culturales y deliberativos. Chavero y Oller señalan que los cuerpos legales que funcionaron en países como Ecuador, Argentina, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Brasil, República Dominicana, Guatemala, Nicaragua y Bolivia “entienden a la comunicación como bien común y derecho humano, que no puede ser apropiado ni distorsionado por las ambiciones económicas y políticas de las corporaciones. [Las legislaciones también] denuncian y combaten la concentración monopólica de los medios y buscan valorar temas sociales y renovar las prácticas periodísticas, a través de métodos más flexibles y colaborativos” (Chavero y Oller 2015, 63).

Para el sector comunicacional comunitario de América Latina el haber alcanzado el reconocimiento legal y público significó un triunfo sin precedentes, pues, por primera vez, el Estado se erigió como un ente protector de las prácticas alternativas, invisibilizadas largamente por los sectores dominantes, quienes han rechazado todo tipo de competencia contraria a sus intereses particulares. En este sentido, la conquista más importante para los sectores comunitarios fue haber obtenido un porcentaje representativo y equitativo del espectro radioeléctrico. La redistribución de este recurso público no solo que pretendió acabar con el monopolio mediático privado, sino que sentó las bases para la emergencia de sectores marginados, que, gracias a las nuevas leyes, podían regularizarse y disputar espacios en las distintas esferas de deliberación pública.

Actualmente en el continente existen 13 países que reconocen formalmente la existencia de medios comunitarios sin fines de lucro y 6 naciones que establecen reservas de espectro radioeléctrico para los medios comunitarios (Ecuador, Uruguay, Argentina, Bolivia, México y Chile). Sin embargo, a pesar de las reformas jurídicas y de los nuevos cuerpos legislativos, el número de canales comunicacionales alternativos sigue siendo menor al de los medios privados y sus condiciones de funcionamiento todavía fluctúan entre la marginalidad y la improvisación, pues no se ha logrado esclarecer las estrategias y mecanismos de sostenibilidad de la comunicación comunitaria (Vinelli 2014). Ballesteros y García (2020) indican que en la región existen 6.667 medios comunitarios, que ocupan el 19% del espectro radioeléctrico en 19 países.

Sin embargo, esta cifra puede resultar engañosa. Hay muchos países donde los medios comunitarios no son reconocidos por ley, por lo que cuentan en las estadísticas como medios comerciales. El problema es que en los países donde sí se les reconoce, los habilitan para funcionar con enormes restricciones frente al resto de los medios. Se les prohíbe publicitar, aunque los ingresos no generen ganancias y sean exclusivamente para subsistir; tienen limitada la potencia de transmisión, por ende, de cobertura; se les arrincona al final del dial o se les limita y condiciona su contenido. Otro desajuste en América Latina es que bajo esta denominación se esconden radios religiosas o político-partidistas (Ballesteros y García 2020, 141).

2.3 Apuntes sobre los medios privados en Ecuador

En Ecuador al igual que en varios países de Latinoamérica es bien conocido que los medios de comunicación son administrados -casi en su totalidad- por grupos hegemónicos que controlan estratégicamente a otros sectores de la producción y el mercado. Esta tendencia concentradora ha sido una constante en la historia nacional, ya que año tras año los grandes empresarios y terratenientes han afianzado su dominio sobre la base de relaciones asimétricas de poder. Y en ese proceso de exclusiones y desigualdades, los medios de comunicación han jugado un rol fundamental, pues se han convertido en los canales idóneos para hacer prevalecer la palabra y las decisiones de sus propietarios. En ese sentido, surgen varias

interrogantes en torno a ¿Cómo se configura el mapa mediático ecuatoriano? ¿Quiénes son sus principales actores? ¿Qué grupos económicos y políticos detentan el control de este sector? ¿Cómo lo han logrado? Walton y Layton (2001) y Checa Godoy (2012) sostienen que para dar respuesta a este cúmulo de preguntas es necesario iniciar por una cuestión clave: los vínculos entre los propietarios de los medios de comunicación y el Estado.

Pensar en las dimensiones históricas del Estado y su relación con el sector mediático tiene sentido en la medida que comparten objetivos en común. Comparten, en primer lugar, una identificación de clase, que los une con las élites económicas y políticas de la nación. Por ello no resulta extraño que los propietarios de los medios de comunicación siempre hayan sido personajes vinculados con la banca, con partidos políticos o con poderosos grupos empresariales. Diario El Telégrafo, por ejemplo, fue fundado en Guayaquil, en 1884, por Juan Murillo Miró, un periodista militante del partido liberal, quien en 1897 fue electo consejero Municipal de Guayaquil y en 1899 fue designado por Eloy Alfaro como máxima autoridad de la Escuela de Artes y Oficios de la capital. Diario El Tiempo fue fundado en Guayaquil, en 1901, por Luciano Coral Morillo, un periodista, militar y político ecuatoriano, quien participó de la revolución Liberal. Diario El Universo fue fundado en Guayaquil, en 1921, por Ismael Pérez Pazmiño, un ferviente liberal, quien fue Senador de la República, en representación de la provincia de El Oro en el período 1932-1935. En Quito, Diario El Comercio, uno de los medios más representativo en la historia nacional, fue fundado en 1906 por los hermanos Mantilla Jácome, con la finalidad de publicar información comercial. Más tarde Diario El Comercio y sus administradores construirían vínculos con la banca ecuatoriana y transnacionales extranjeras.

En la primera mitad del siglo XX, la relación entre las élites y los medios siguió su curso de crecimiento y ampliación. En 1931, La Voz de los Andes, también conocida como HCJB, una estación radial cristiana, emitió por primera vez su programación en el Ecuador. Años más tarde lograría ampliar su proyecto mediático a diversos formatos como televisión y medios impresos, además de diversificar su rango de acción hacia los sectores de la salud y espectáculo. Los medios de comunicación religiosos, durante este periodo temporal, lograron conquistar importantes espacios comunicacionales. Además de HCJB, Radio Católica y Radio

María coparon buena parte del espectro radioeléctrico, tanto en matrices como en repetidoras, las cuales fueron instaladas a lo largo de todo el Ecuador, incluyendo las islas Galápagos.

En la segunda mitad del siglo XX, con la aparición de la televisión, la concentración y el relacionamiento entre políticos, empresarios, banqueros y medios de comunicación llegó a su punto máximo. En 1967, Xavier Alvarado Roca, uno de los principales accionistas de Banco de Guayaquil, fundó Ecuavisa, el canal de televisión con mayor audiencia y capacidad técnica en la actualidad. En 1968, Ismael Pérez Perasso, hermano de Carlos Pérez Perasso, empresario y personero del diario El Universo, fundó Telecentro, también conocido como “TC Televisión”, la primera estación de televisión con la infraestructura necesaria para emitir en todo el territorio nacional. En 1977, Marcel Rivas Sáenz, uno de los empresarios mediáticos más acaudalados del país (propietario de Sonorama), fundó el canal de televisión Telenacional, que más tarde cambiaría de nombre a Gamavisión. Este emporio informativo se consolidó a partir de la venta de sus acciones a los hermanos Robert y William Isaías, accionistas de Filanbanco y otras 195 empresas. Los hermanos Isaías participaron directamente en la crisis financiera que se desató en Ecuador entre 1998 y 1999, y que le costó al Estado más de USD 8.000 millones de dólares. Casos como los mencionados dan cuenta de que el espectro radioeléctrico ecuatoriano está copado, casi en totalidad, por medios de comunicación privados, que representan a las familias más poderosas del país. Checa Godoy (2012) sostiene que, a través de entramados societarios, las élites económicas y financieras han logrado consolidar emporios comunicacionales al servicio de sus intereses particulares.

El Estado ecuatoriano y los medios de comunicación también comparten una herencia de dependencia y control externo (Checa Godoy 2012). Debido a ello, tanto el Estado, en sus distintos regímenes políticos, como los medios de comunicación, han necesitado de capital externo, de fondos y relaciones con compañías internacionales, para desarrollar proyectos institucionales y corporativos. La subordinación a los capitales y tecnologías foráneas ha sido una constante en la historia del sector mediático ecuatoriano, ya que buena parte de los proyectos comunicacionales se han realizado en colaboración con transnacionales, las mismas que poseen acciones en medios, a pesar de la existencia de múltiples normativas que han prohibido a extranjeros ser concesionarios de frecuencias radioeléctricas.

La omisión voluntaria de la ley es otro elemento en común que define a las relaciones entre Estado y medios de comunicación (Walton y Layton 2001). La inseguridad jurídica no ha permitido desmontar las relaciones de dominación y servidumbre aún inscritas en la esfera pública. Este fenómeno genera enormes desequilibrios sociales, pues los colectivos subordinados se encuentran en desigualdad de condiciones en cuanto al ejercicio y reconocimiento de derechos (Abad 2006). En el ámbito mediático las omisiones legales son una constante y no solo porque sus accionistas tratan de sobreponer sus intereses por encima la normativa vigente, sino porque el Estado, a través de sus instituciones, también vinculadas a los propietarios de las empresas informativas, flexibiliza su brazo de control y permite desarrollar actividades desapegadas de lo que debería ser un Estado de derecho (Oller y Chavero 2015). Por ello, no asombra que a lo largo de la historia ecuatoriana se hayan emprendido proyectos de concentración mediática, adjudicación irregular de frecuencias, entramados societarios y fraudes tributarios, etc., a pesar de existir cuerpos legales que sancionan civil y penalmente este tipo de acciones.

La concentración de los medios de comunicación en el país, señala Checa Godoy (2012), presenta un elemento distintivo: la administración familiar basada en la sucesión generacional y el cacicazgo. Esto quiere decir que las elites, a través de alianzas políticas, vínculos económicos, y negociaciones extrajudiciales, prolongan el ejercicio del poder en una especie de circularidad y extensión de privilegios, basados en el nepotismo y el autoritarismo, ambos fenómenos originados en la concentración de facultades desiderativas, recursos económicos y capitales. Debido a este tipo de conductas, socialmente normalizadas, las frecuencias radioeléctricas en el país han sido heredadas sin importar que su propiedad no les corresponda a grupos privados sino al Estado ecuatoriano.

Por todos estos factores, la concentración de la propiedad mediática ha sido una constante en la historia ecuatoriana. Checa Godoy (2012) sostiene que entre 1999 y 2011, alrededor de 19 familias, pertenecientes a la élite económica y política nacional, controlaban más del 70% de las frecuencias del espectro radioeléctrico ecuatoriano. De estas 19 familias, 10 forman parte de grandes conglomerados mediáticos con poder político y acciones en otros sectores de la producción y la banca. Entre ellas figuran: Grupo Eljuri, Grupo Isaías, Grupo Vivanco, Grupo

Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla, Grupo Pérez, Grupo Martínez, Grupo Aspiazu Seminario y Grupo Canessa.

Tabla 2.1 Principales conglomerados mediáticos en Ecuador hasta el 2011

Grupo empresarial	Medios de comunicación	Grupo financiero	Vínculo político
Grupo Isaías	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Telégrafo ➤ La Razón ➤ GamaTV ➤ Cablevisión ➤ TC Televisión ➤ La Prensa ➤ El Telégrafo ➤ Carrousel ➤ Super K-800 ➤ La Onda ➤ El Agro 	Filanbanco	Roberto Isaías Dassum, accionista mayoritario de GamaTV y TC Televisión y otras 195 empresas, fue presidente del Banco Central durante el gobierno de Abdalá Bucaram Ortiz.
Grupo Vivanco	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La Hora ➤ Planeta FM Stereo 	Arsenio Vivanco Neira, accionista principal de Diario La Hora, se desempeñó como presidente del Banco Central del Ecuador en el período (1970-1972)	Arsenio Vivanco Neira fue candidato a la vicepresidencia de la República en binomio con Raúl Clemente Huerta en las elecciones presidenciales de 1979.
Grupo Mantilla	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Comercio ➤ Radio Quito ➤ Radio Platinum FM ➤ Últimas Noticias 	Guadalupe Mantilla, accionista mayoritaria de Grupo El Comercio también fue accionista de Banco del Pichincha.	Jorge Mantilla Ortega, accionista de Diario El Comercio, entre 1956 y 1960 ejerció la diputación funcional por la prensa ecuatoriana. Más tarde, su hermano, Carlos Mantilla desempeñaría el mismo cargo en la Asamblea Constituyente de 1966.

Grupo Pérez	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Universo 	-	Ismael Pérez Pazmiño, fundador de Diario El Universo, fue Senador de la República, en representación de la provincia de El Oro en el período 1932-1935.
Grupo Alvarado	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ecuavisa ➤ Vistazo ➤ Hogar ➤ Estadio ➤ Revista Estrellas 	Banco de Guayaquil	-
Grupo Egas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Teleamazonas ➤ Mundo Diners ➤ Gestión ➤ Fucsia ➤ Soho 	Banco del Pichincha	-
Grupo Eljuri	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Telerama 	Banco del Austro	-
Grupo Martínez	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Punto Rojo FM ➤ Romance FM ➤ Diario El Extra ➤ Expreso 	-	<p>Galo Martínez Merchán fue electo congresista por Guayas en el período 1956-1960, cargo al que renunció para asumir el Ministerio de Previsión Social y más tarde el de Industrias y Comercio, durante el gobierno de Camilo Ponce Enríquez.</p> <p>También se desempeñó como Ministro de Gobierno por dos ocasiones, la última en el quinto gobierno de José María Velasco Ibarra.</p>
Grupo Aspiazu Seminario	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Telégrafo ➤ El Telégrafo Radio ➤ SITV (ahora Canal Uno) 	Banco del Progreso	<p>Fernando Aspiazu Seminario fue Ministro de Finanzas en el gobierno de Jaime Roldós Aguilera.</p> <p>Isidro Romero Carbo, uno de los fundadores de SITV y uno de los más grandes empresarios del Ecuador, fue diputado por el Partido Social Cristiano entre 1996 y 1998 durante el gobierno de Sixto Durán Ballén.</p>

Grupo Canessa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Radio Caravana ➤ Caravana Tv ➤ DiBlu 	Banco de Machala	Mario Canessa Oneto, accionista mayoritario de Radio Caravana, fue Ministro de Gobierno durante la administración de Lucio Gutiérrez.
---------------	--	------------------	---

Fuente: Informe de Auditoría de Frecuencias (2009).

En el 2008, con el advenimiento de una nueva Constitución, que apostaba por la desconcentración de la propiedad de los medios y el establecimiento de criterios de responsabilidad ulterior de las empresas informativas y los periodistas, se dio inicio a una nueva etapa de la comunicación en el país, donde se buscaba regular el sector mediático, con el objetivo de que la sociedad civil, sin distinción de clase, pueda participar en igualdad de condiciones de los procesos comunicacionales e informativos y que los grandes grupos financieros con vinculación mediática, involucrados en el feriado bancario de 1999, se desprendan de las acciones de los medios de comunicación, que fueron usados como un instrumento para configurar una opinión pública favorable a sus intereses particulares.

La nueva carta magna, en cumplimiento de los principios de democratización de la comunicación, a través de la disposición transitoria vigesimocuarta, ordenó la creación de la Comisión para la Auditoría de Frecuencias, la cual analizó las concesiones de radio y televisión otorgadas desde 1995 hasta el 2008, con la finalidad de indagar en la legalidad de los procesos administrativos efectuados en ese período temporal. El informe final de la Comisión constató que la concentración de la propiedad mediática y la indiscriminada e injustificada adjudicación de frecuencias se realizó a través de procesos ilegales como:

-Mecanismos de devolución-concesión: Acosta, Calvopiña y Cano (2017) señalan que esta estrategia consistió en que “un propietario natural o jurídico se comprometía con otro grupo a la compra de sus equipos y la frecuencia era devuelta al Estado y posteriormente concesionada al nuevo comprador, traspasando la propiedad de la frecuencia. De este modo se concesionaron 195 frecuencias” (Acosta, Calvopiña y Cano 2017, 10).

-Concesión sin informes técnicos: La Ley de Radiodifusión, reformada en 1995, establecía que para la renovación de frecuencias era imprescindible contar con un informe favorable de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL). No obstante, el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL) desconoció el carácter vinculante de este informe y renovó alrededor de 300 frecuencias que no solo incumplieron con la presentación de un requisito legal, sino que tenían informes sancionatorios, cuyas repercusiones derivaban en la negativa de la renovación.

-Autoasignación de frecuencias: La Comisión de Auditoría de Frecuencias indicó que exmiembros del CONARTEL concesionaron frecuencias a sus familiares, amigos e incluso a sí mismos mientras ejercían sus funciones en esta cartera de Estado. En el informe se recomienda poner estos hallazgos en conocimiento de la Fiscalía General del Estado, con la finalidad de iniciar con las investigaciones pertinentes ante posibles casos de peculado, abuso de poder y tráfico de influencias.

Sobre este punto se señalan los casos de Lenin Andrade, Freddy Moreno, Bernardo Nussbaum, Jorge Aguilar y Jorge Yunda y la compañía Lesotho, vinculada con Antonio Guerrero, todos ellos expresidentes de CONARTEL, exrepresentantes de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER), y concesionarios de frecuencias (Acosta, Calvopiña y Cano 2017).

La desconcentración de la propiedad mediática y el establecimiento de principios deontológicos como ejes reguladores de la práctica periodística fueron parte de los proyectos más polémicos durante los diez años de gobierno de Rafael Correa Delgado, quien, desde su llegada al poder, batalló contra los medios de comunicación considerados por él como mecanismos de manipulación política a disposición de las élites. La continuidad de su proyecto político le permitió llevar a las urnas reformas vinculadas a la comunicación y con ello pensar en la construcción de un cuerpo legal que regulase las actividades del sector mediático. Esta meta se cumplió en el 2013, año en que la Asamblea Nacional del Ecuador, de mayoría oficialista, aprobó la Ley Orgánica de Comunicación, misma que fue pensada como una normativa que democratizaría la comunicación en el país y elevaría exponencialmente la calidad del periodismo sobre la base de regulaciones societarias,

regulaciones financieras, regulaciones empresariales, regulaciones deontológicas, regulaciones de contenido y regulaciones pragmáticas del periodismo y del periodista.

El artículo 106 de la LOC, probablemente, definía el espíritu de la normativa, la cual, planteaba en sus inicios pluralizar la comunicación y reconocer de forma vinculante a los sectores tradicionalmente excluidos por los medios comerciales.

Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirán equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios (Ley Orgánica de Comunicación 2013).

La distribución equitativa del espectro radioeléctrico, pensada por la Constitución y sancionada por la Ley Orgánica de Comunicación, fue una medida que generó cambios sustantivos en el campo mediático, pues aquellos empresarios, quienes tenían acciones en la banca y en los medios tuvieron que optar por desprenderse de una de las dos. La gran mayoría decidió mantenerse en el sector financiero, aunque nunca abandonaron las empresas informativas, las cuales fueron vendidas a testaferros, mediante entramados societarios que ocultaban la participación de la banca en la administración de los medios.

A pesar de las intenciones pluralistas de la LOC sus objetivos no se cumplieron en su totalidad, debido a las permanentes pugnas entre Estado, propietarios medios de comunicación, periodistas y organismos internacionales, quienes, ocupados en conflictos particulares, descuidaron la aplicación contextualizada de los principios legales estipulados por la LOC, los mismos que se diluyeron en el tiempo y en administraciones futuras. En el 2018, la Asamblea Nacional, de mayoría oficialista (esta vez contraria al proyecto político de Rafael Correa), reformó la Ley de Comunicación y flexibilizó el control y la fiscalización de las actividades mediáticas, específicamente, aquellas relacionadas con la distribución de las frecuencias en el país.

Se reservará hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario en función de la demanda y de la disponibilidad, porcentaje máximo que deberá alcanzarse progresivamente. El 66% del espectro restante será asignado para el sector público y privado en función de la demanda, no debiendo exceder la asignación de frecuencias al sector público un porcentaje del 10% del espectro (Ley Orgánica de Comunicación, Reforma 2018).

El incumplimiento de varios principios de la LOC, sobre todo aquellos relacionados con la desconcentración de la propiedad de los medios, significó un retroceso en la promulgación y ejecución de políticas públicas comunicacionales con carácter social en el Ecuador. El uso político de la normativa y la incapacidad de los grandes medios de adaptarse a un campo regulado generaron un efecto rebote, ya que la concentración mediática se incrementó ostensiblemente e inclusive se generaron espacios para la inversión directa de transnacionales que se apoderaron de buena parte del espectro radioeléctrico nacional.

Así lo señalan dos informes de la Superintendencia de Control de Mercado y un informe de Contraloría, sobre del Concurso Público de Frecuencias 2016-2017, organizado por la Agencia de Regulación de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), entidad que reemplazó al CONARTEL en el gobierno de Rafael Correa. Los tres documentos, emitidos en el 2017, señalan que el proceso estipulado por la LOC para la adjudicación y renovación de 1472 frecuencias de radio y televisión estaba viciado de irregularidades, debido a la existencia de serios indicios de concentración mediática, entramados societarios y acciones vinculadas al testaferrismo. Todos los informes indican que durante el concurso de frecuencias tres grupos empresariales participaron de manera directa e indirecta en el proceso para la adjudicación de más de una frecuencia matriz para el mismo servicio y área de cobertura dentro del territorio nacional.

El primero correspondería al asambleísta y dueño de la cadena radial Canela, Jorge Yunda. Allí, el ente de control identificó que el grupo está conformado por 12 empresas que postularon para 46 frecuencias. De este número, 37 fueron calificadas. El segundo grupo está liderado por el empresario mexicano Ángel González. La Contraloría detectó 18 empresas. El grupo postuló para 19 frecuencias y alcanzó ese mismo número. El tercero, radicado en Manabí supuestamente es presidido por Lenin Andrade, y está conformado por 5 empresas.

Postuló para 13 frecuencias, de las cuales 5 fueron calificadas (Contraloría: informe halla Tres grupos monopolizan las frecuencias de radio y TV. El Telégrafo. 29 de mayo del 2019).

Los informes de las tres entidades de control también hallaron que había un grupo de 13 concesionarios, que representaban el 15% del total del mercado, con más de cuatro frecuencias, entre matriz y repetidoras. En los primeros cinco lugares se ubicaron las empresas Sonorama (con 17 frecuencias, 1 matriz y 16 repetidoras), JC Bruja Backlike (14 frecuencias, 1 matriz y 13 repetidoras), Radio Colón (11 frecuencias, 1 matriz y 10 repetidoras) y Gamboa Comunicación Total (10 frecuencias, 5 repetidoras y 10 matrices). Según la Ley de Comunicación, un concesionario solo puede tener una frecuencia matriz en FM, AM o de TV4. En estos informes, sin embargo, se detalló que existen 37 concesionarios con más de una frecuencia matriz en FM (Susana Morán. Frecuencias: las irregularidades fueron advertidas Plan V. 11 de junio del 2018).

La Contraloría General del Estado, a través de su informe, recomendó a la ARCOTEL coordinar las acciones legales necesarias para proceder con la anulación del concurso público para la adjudicación de frecuencias, convocado el 12 de abril de 2016. En un primer momento la ARCOTEL se negó a realizar un nuevo concurso, aduciendo la necesidad de revisar los parámetros evaluados, con la finalidad de presentar descargos. Sin embargo, las autoridades de esta institución no contemplaron que las recomendaciones realizadas por la Contraloría deben ser aplicadas por las instituciones del Estado y sus servidores, con el carácter de obligatorio. Finalmente, el concurso de frecuencias fue suspendido y la ARCOTEL llamó a un nuevo proceso que se desarrolló entre el 21 de abril y el 9 de julio del 2019. Al momento las solicitudes se encuentran bajo análisis.

Los resultados de este nuevo proceso de adjudicación de frecuencias dan cuenta de que el campo mediático sigue igual de concentrado que hace dos décadas. Entre 1999-2011 diez grupos económicos y familiares, pertenecientes a la élite económica y política nacional, controlaban más del 70% de las frecuencias del espectro radioeléctrico ecuatoriano. En el 2020 este número se ha mantenido casi intacto. En el 2008, en cumplimiento de una sentencia judicial, el Estado ecuatoriano confiscó las propiedades de los involucrados en el feriado bancario. Entre ellos el Grupo Isaías y el Grupo Aspiazú, los cuales dejaron de poseer medios de comunicación. Esto quiere decir que, en aquel año, la concentración mediática se redujo a

ocho grupos. Sin embargo, desde el 2008 hasta el 2019, tres industrias mediáticas (dos nacionales y una extranjera) pasaron a integrar la lista de los mayores concesionarios de frecuencias en el Ecuador.

El primero es el Grupo Canela-Yunda, que, según el borrador del informe de Contraloría, está relacionado con 16 medios de comunicación, los cuales poseen 16 matrices y 28 repetidoras en todo el territorio nacional. En el último concurso público para la adjudicación de frecuencias tanto la Superintendencia de Control de Mercado como la Contraloría vinculan a Yunda con 12 empresas, en las cuales figuran sus familiares y amigos como principales accionistas. El exlegislador y exalcalde de Quito, Jorge Yunda, señaló no estar relacionado con dichas compañías y exhortó a la Contraloría a no confundir entre su productora, llamada Radio Canela S.A, y los diversos medios con nombres similares.

Jorge Yunda: “La Contraloría posiblemente confunde porque la empresa se llama Radio Canela, pero no tiene radio. O Telecanela, pero no tiene canal. Nos dedicamos a otras actividades. Yo sí fui concesionario de Ibarra y Ambato y accionista de una empresa de telecomunicaciones en Guayaquil. Hace muchos años me desvinculé. Es legal vender, lo hice a hijos míos que se interesaron en el paquete accionario” (Janet Hinostroza, entrevista a Jorge Yunda, Teleamazonas, 20 de diciembre del 2017).

El segundo es el Grupo Rivas, conformado por Radio Sonorama y Canal Uno, ambos medios presididos por Marcel Rivas, quien posee un total de 17 frecuencias a nivel nacional. En el Informe de Auditoría de Frecuencias, Sonorama S.A. está señalada como un caso de concentración horizontal, debido al gran número de frecuencias que posee.

El tercero es el Grupo González, presidido por el empresario mexicano Ángel González, también conocido como “el fantasma”, quien directa o indirectamente es concesionario de 87 frecuencias de radio y televisión, 66 repetidoras y 19 matrices, más dos de televisión digital. El emporio mediático conformado por González ya lleva algún tiempo actuando en el país. En el 2009, el Informe de Auditoría de Frecuencias, señaló que Tropicálida Stereo, Galaxia Stereo, Alfa Stereo y Joya Stereo y Metro Stereo eran propiedad del empresario mexicano, quien obtuvo las frecuencias de estas emisoras de forma ilegal. La Comisión recomendó la

terminación unilateral de los contratos de concesión. No obstante, esos procesos fueron archivados por la ARCOTEL, que indicó que estos medios de comunicación sí cumplieron con la normativa vigente y que no fue ilegal utilizar el mecanismo de cambio de matriz a repetidora para agrupar más frecuencias bajo una misma empresa. En el último concurso público para la adjudicación de frecuencias, “el fantasma” nuevamente tuvo protagonismo, ya que 18 empresas, donde él o sus compañías aparecen como accionistas, solicitaron 19 frecuencias matrices y 85 repetidoras.

Tabla 2.2 Nuevos conglomerados mediáticos en Ecuador entre el 2011 y el 2019.

Grupo empresarial	Medios de comunicación	Grupo financiero	Vínculo político
Grupo Yunda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Armónica ➤ Fútbol FM ➤ Fútbol AM ➤ La Otra (Ecuanelace) ➤ La Otra (Rock and Pop Yava S.A.) ➤ Canela Radio Corp. ➤ Planeta Canela Radio Corp. ➤ Canela Radio Corp. 94.5 Chimborazo ➤ Canela Radio Corp. Machala ➤ Canela (Lesotho S.A.) ➤ Canela (Radio Ibarra Factualti S.A.) ➤ Canela Manabí 89.3 FM ➤ Canela Stereo ➤ Bonita FM 	-	<p>Jorge Homero Yunda Machado, conocido popularmente como “Loro Homero” es un radiodifusor, médico y empresario ecuatoriano. En el campo político ha incursionado en tres oportunidades. La primera fue en el gobierno de Rafael Correa, donde se desempeñó como secretario general del Consejo Nacional de Regulación de Telecomunicaciones (CONARTEL), en una época donde se debatía la asignación de frecuencias en concordancia con las políticas comunicacionales impulsadas por el régimen. Su segunda incursión fue en febrero de 2017, año en que resultó electo asambleísta por Pichincha como parte del Movimiento Alianza País (AP). La tercera fue el 24 de marzo del 2019, fecha en la que ganó las elecciones para la alcaldía de Quito, período 2019-2023, con el 21.3% de los votantes.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Centro ➤ Canela TV 		
Grupo Rivas	Sonorama FM (1 matriz y 16 repetidoras) Canal Uno (1 matriz y 15 repetidoras)	-	-
Grupo González	Galaxia Súper Stereo Tropicálida Joya Súper Stereo La Metro Alfa Súper Stereo Platinum FM Radio Quito La Fabu (Megacomunication S.A.) La Fabu (Ridalto y Ridaltosa S.A.) La Tuya Televisión (ORTEL) RTS (Telecuatro Guayaquil) Red TV Ecuador Quito (Andivisión) Red TV Ecuador Guayaquil (Televisión Independiente Indetel) Arpeggio TV Arpeggio AM Tropical TV	-	-

Fuente: Informe de la Superintendencia de Control de Mercado sobre del Concurso Público de Frecuencias (2016)

Informe de Contraloría sobre del Concurso Público de Frecuencias (2017)

El mapa mediático ecuatoriano es un terreno pantanoso, ya que unos medios están pugnando por no salir del aire, debido a problemas institucionales y económicos, y otros tantos mantienen conflictos legales, a causa de irregularidades en la obtención de frecuencias. En este contexto, el Consejo de Comunicación, a través del Registro Público de Medios, indica que en Ecuador hasta el 05 de agosto de 2019¹ existen 1187 medios de comunicación, de los cuales 1031 (86.86%) son privados, 82 (6.91%) públicos y 74 (6.23%) comunitarios. Los medios de comunicación, según su clasificación, están distribuidos de la siguiente forma: el 54.51% de medios registrados corresponde a radios, que están divididas en Frecuencia Modulada FM en un 43.98% y en Amplitud Modulada en un 10.28%. El 26.62% pertenece a medios impresos. El 7.92% son medios de audio y video por suscripción (AVS). El 7.25% corresponde a medios televisivos. Y el 3.71% pertenece a medios digitales. Los 1187 medios de comunicación están distribuidos en las 24 provincias del Ecuador. Sin embargo, Guayas (18.79), Pichincha (15.33%), Manabí (6.82%) y Azuay (5.47%) concentran el 46.41% del total de medios en el territorio nacional.

En este Registro Público de medios El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación añadió una variable estadística relacionada con los trabajadores del sector mediático, con la finalidad de visibilizar características y condiciones laborales. No obstante, de los 1187 medios de comunicación 898 proporcionaron información sobre el personal que se desempeña en sus instituciones. De los datos disponibles se observa que 7806 personas se desempeñan en actividades relacionadas a la comunicación, de ellas el 84,26% labora en medios privados, el 12,05% en medios públicos y el 3,69% en medios comunitarios. En cuanto al nivel de instrucción el Registro Público de Medios indica que más del 57,81% de los trabajadores declaran tener un título superior (técnico/tecnológico, tercer y cuarto nivel), el 40,10% de trabajadores son bachilleres, el 1,97% tiene educación general básica y el 0,12% reconoce no tener ningún tipo de educación formal.

¹ Esta investigación empleó el Registro Público de Medios correspondiente al año 2019, debido a que fue el último informe que abarcó la totalidad de medios de comunicación en el Ecuador. Los registros posteriores ya no fueron realizados con base técnica, pues se presentaron modificaciones institucionales en la entidad que sistematizaba estos datos. Varias decisiones políticas y controversias legales determinaron que en el 2020 y en el 2021 el Registro fuese opcional y no obligatorio, por lo que las estadísticas correspondientes a dichos períodos no describen con claridad y rigor el mapa mediático ecuatoriano. Esto, debido a que decenas de empresas decidieron no reportar sus datos y, por ende, no forman parte de la base de datos.

Las cifras presentadas por esta institución corroboran las sospechas levantadas por los informes de Contraloría y de la Superintendencia de Control de Mercado, los cuales indican que el sistema mediático ecuatoriano continúa administrado, casi en su totalidad, por el sector privado.

2.4 Apuntes sobre los medios comunitarios en Ecuador

Treinta y siete años después del surgimiento de la radio en el país aparece el primer medio de comunicación no alineado con intereses particulares y comerciales. En la misma ciudad donde Radio El Prado emitió por primera vez su señal, Monseñor Leonidas Proaño funda en 1962 las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) e inicia un nuevo y renovador periodo de experiencias mediáticas en el país. Solo que esta vez la centralidad se desplazó del capital hacia la interconexión de sentidos y significados emanados desde la comunidad. La comunicación de proximidad, fuertemente trabajada en ERPE, fue la base fundamental del cambio social, pues la cercanía y la vinculación entre el indigenado de Chimborazo y los sacerdotes influidos por la Teología de la Liberación permitieron la identificación de necesidades y carencias del campesinado de la serranía, que buscó ser restituida mediante prácticas comunicacionales y educativas, enmarcadas dentro de un proyecto político de conquista y protección de derechos sociales.

La génesis de la comunicación comunitaria en Ecuador se situó en una de las décadas más importantes para el país, pues en aquel decenio, a través de la Reforma Agraria, emprendida por la Junta Militar, conformada por Ramón Castro Jijón, Marcos Gándara Enríquez, Luis Cabrera Sevilla y Guillermo Freile Posso, se puso fin a un régimen económico hacendatario, de corte feudal, heredado desde la colonia. En esta misma dirección los canales de comunicación alternativos se erigieron como un proyecto de restitución de derechos fundamentales para la población indígena de la serranía ecuatoriana, que hasta 1963 vivió en condiciones infrahumanas, debido a las anacrónicas relaciones sociales de servidumbre.

La Reforma Agraria y la comunicación comunitaria, impulsadas por colectivos sociales, instituciones no gubernamentales y organizaciones religiosas, nacieron con un objetivo en común: minar los espacios hegemónicos y restituir a los sectores oprimidos la propiedad de la tierra y las prácticas comunitarias y asociativas. En la década de los sesenta, a través de la democratización de la tierra y la palabra pública, se puso en marcha un proceso de modernización del Estado ecuatoriano. La Reforma Agraria alcanzó la redistribución de las tierras, la eliminación del huasipungo y las formas precarias de producción. Por otro lado, la aparición de los medios comunitarios significó una lucha contra el analfabetismo y la marginación étnica y política de los sectores campesinos de las provincias de Chimborazo y Bolívar.

Las condiciones históricas y sociales situaron a la comunicación comunitaria en un espacio de cambios y transformaciones trascendentales y disruptivas. Este contexto de reivindicaciones y reformas permitió que el ejemplo democratizante y redistributivo de ERPE se emule en otras localidades, que también atravesaban situaciones de discriminación y explotación. Así es como surge en 1967 Radio Mensaje, un canal comunicacional alternativo constituido en Tabacundo por Monseñor Isaías Barriga, con el objetivo de promover la evangelización, la alfabetización y la promoción social en las comunidades indígenas del norte del Ecuador. Un año después, en 1968, aparece en Sucúa, también de la mano de la iglesia, específicamente del Vicariato Apostólico de Méndez. Radio Federación Sucúa, una emisora comunitaria bilingüe (castellano y shuar), que llevó a cabo un programa educativo basado en el modelo de las radioescuelas, con el afán de alfabetizar a los pobladores de la Amazonía, una región completamente olvidada por las políticas estatales.

Beltrán (2018) considera que el surgimiento de los medios comunitarios en el Ecuador se dio en buena medida gracias a la iniciativa de la Iglesia católica, que, a través de diferentes formas de concepción y expresión del evangelio, logró generar un nuevo campo comunicacional y religioso constituido por sectores tradicionalmente marginados de la esfera pública ecuatoriana. Sin embargo, con el transcurso de los años este vínculo eclesiástico se debilitó como parte de un proceso de maduración colectiva de las radios alternativas, que trataron de independizarse para reflejar, con mayor autonomía, los procesos sociales y políticos de cada comunidad sin el control permanente del ordenamiento religioso. De hecho,

ERPE fue la primera radio comunitaria en conformar un sindicato de trabajadores, quienes lideraron un cambio administrativo, con la finalidad de pluralizar las opiniones, actualizar los objetivos y promover la incorporación de nuevos modelos de programación a la radio. Esta decisión no significó una negación del pasado histórico eclesiástico, sino más bien una actualización estructural con miras al futuro. De igual forma, Radio Mensaje, luego de su fundación, pasó a formar parte de los proyectos de la Casa Campesina de la Comunidad Salesiana de Cayambe y en el 2013 la Universidad Politécnica Salesiana, a través de la Facultad de Comunicación, asumió el compromiso de colaborar en conjunto con la comunidad de Cayambe en la programación y elaboración de contenidos para la radio. Si bien es cierto, los medios alternativos y populares nunca se desapegaron completamente de la iglesia, sí lograron ampliar su rango de autonomía. Esta estrategia permitió a los agentes sociales comunitarios pensar en otros proyectos además de la evangelización y la alfabetización. Tanto ERPE como Radio Mensaje son las pioneras en la creación de programas de desarrollo productivo y sostenibilidad local.

Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador pusieron en marcha en los años noventa un proyecto de desarrollo agrícola, basado en difusión radiofónica de técnicas de cultivo. Esta estrategia fue absolutamente novedosa en el país, puesto que la comunicación popular y alternativa se utilizó nuevamente como recurso para el crecimiento social. Poner en diálogo el espíritu comunitario de la palabra compartida y las actividades productivas con fines comunitarios constituyó una innovación crucial para el campo alternativo, que daba un salto de la teleeducación a una teleproducción cooperativa y asociativa.

En 1995 se produce un viraje fundamental para la sostenibilidad social y económica de ERPE. En ese año, a partir de una programación dedicada a la siembra de la quinua orgánica y gracias también a la adquisición de tierras, la radio se vuelve promotora de la producción de este cereal. Sin embargo, esto no acontece solamente por la implementación de un programa educativo sobre técnicas agrícolas del cultivo orgánico, sino por la expresa solicitud de algunos miembros de la comunidad receptores de este programa: que los propios productores y locutores vayan al campo y participen en la ampliación de estas técnicas (Cerbino 2018, 180).

La experiencia productiva de ERPE fue un germen que se extendió a diversas latitudes. Radio Mensaje, por ejemplo, emuló el proyecto de sostenibilidad comunitaria y creó un modelo para la gestión del sistema de riego en comunidades rurales. Las demandas productivas de los campesinos de Cayambe, Olmedo y Ayora se materializaron a través de la radio, la cual se erigió como un canal de atención ciudadana y un mecanismo de resolución de conflictos.

Los programas de radio son una referencia de la relación biunívoca entre el conocimiento y la acción, al transmitir el desarrollo técnico en las comunidades indígenas de la microcuenca del río La Chimba, que en este caso logra optimizar los caudales de agua existentes e incrementar la valorización de la producción agropecuaria con actividades que han mejorado los ingresos familiares mediante la cadena de la leche (Gómez, Merino, Torre-Toukoudidis 2017, 1).

Los medios comunitarios en el Ecuador han construido sus modelos educativos y productivos sobre la base de sólidos proyectos políticos, que contemplan la inclusión de sectores subalternos en la vida pública, a través de canales comunicativos horizontales, que promuevan la participación social. Sin embargo, este objetivo no siempre encuentra respaldo gubernamental. Los medios alternativos y populares desde su aparición en 1962 hasta 1995 no fueron reconocidos legalmente, esto implica que su estatus siempre fue ambiguo, pues existían y se manifestaban públicamente, a pesar de que no había ningún tipo de reglamento que normara su campo de acción. Debido a esta omisión jurídica y debido a los contenidos subalternos presentados por los canales comunicacionales alternativos, varios gobernantes a lo largo de la historia se encargaron de perseguir, censurar y sancionar a los medios comunitarios que se manifestaban como críticos ante su gestión. León Febres Cordero, por ejemplo, en 1984, en pleno auge de la guerrilla izquierdista Alfaro Vive Carajo (AVC), realizó una serie de amenazas en contra de medios alternativos y comunitarios al considerarlos como canales insurgentes.

En una publicación a página entera en todos los medios de la ciudad [Riobamba] se decía que en ERPE eran “enemigos violentos de todos aquellos que no piensan igual. Con la mentira y la violencia pretenden aplastar toda otra idea como ya lo han hecho en muchos otros países que han caído bajo el dominio del comunismo”. Frente a todas estas denuncias ante la opinión pública, la radio debió trabajar con mucha cautela rechazando toda propuesta para promocionar distintos partidos políticos (Ávalos 2017, 102).

Aunque la violencia física y simbólica afectó sustancialmente a los medios comunitarios ninguna manifestación fue más dañina que la indiferencia estatal. Las omisiones gubernamentales obligaron a los canales comunicacionales comunitarios a operar en una esfera subalterna teñida de clandestinidad y ocultamiento. En 1995, durante el gobierno de Sixto Durán Ballén, se reconoció, por primera vez en la historia, a los medios comunitarios como parte del sector mediático ecuatoriano. Sin embargo, esta reivindicación no implicó un cambio trascendental para los medios alternativos, ya que en lugar de reconocer derechos e implementar políticas públicas se establecieron restricciones al desarrollo de actividades comunicacionales sin fines de lucro.

Por ejemplo, se prohibió tajantemente toda actividad comercial y publicitaria, limitando así el financiamiento y sostenibilidad de los medios. Otra de las barreras impuestas fue la reserva condicionada de frecuencias, es decir, el otorgamiento de licencias para el uso del espectro radioeléctrico estaba supeditado a la aprobación de una comisión conformada por miembros de las Fuerzas Armadas, quienes se cercioraban de que el medio comunitario no sea una potencial amenaza para la seguridad nacional. Además, se mantuvo la decisión estatal de no apoyar ni promover el desarrollo y fortalecimiento de canales alternativos, que contribuyan a la libre participación de la ciudadanía a través de canales mediáticos.

Estas limitaciones políticas, estatales, económicas y financieras motivaron el surgimiento de agremiaciones y redes nacionales e internacionales de medios comunitarios, que protegen y fomentan el desarrollo de actividades comunicacionales alternativas, sobre la base de principios solidarios y cooperativos. En Ecuador destacan dos organizaciones, que desde el siglo pasado han trabajado incesantemente por la democratización de la comunicación: la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER) y la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE). Ambas instituciones concibieron a la comunicación como un eje de desarrollo social, basado en la participación colectiva de actores sociales, quienes, a través del uso de la palabra pública, reconocen sus raíces culturales, promueven el crecimiento comunitario y generan estrategias de reivindicación de derechos.

La Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER) fue creada en 1972 cuando 18 radios de la iglesia católica deciden asociarse para fortalecer los procesos de planificación educativa (alfabetización) que se llevaban a cabo en la región en la década de los setenta. La apuesta de esta organización fue promover la formación de docentes comunitarios y conseguir el apoyo económico de instituciones internacionales para solventar las demandas de los amplios sectores rurales y campesinos sumidos en la marginalidad y la pobreza. En un principio ALER se dedicaba exclusivamente a la educación radial. Sin embargo, el éxito de su propuesta le permitió extenderse y ampliar su rango de acción hacia el campo de la interculturalidad y la investigación. A principios de los años 90, las radios que conforman ALER se plantearon la necesidad de constituirse en redes radiofónicas con la finalidad de aumentar la incidencia en la sociedad y dar más poder a la voz de las mayorías del continente. Así, desde 1997, ALER tiene un servicio radiofónico de interconexión intercontinental, cuyos soportes principales son el satélite y la Internet.

La Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador fue fundada el 4 de enero de 1990 por seis instituciones del país: Radio Latacunga, Radio Runacunapac, Antena Libre, dos Centros de Producción y Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE). Esta organización actualmente agrupa a más de cien emisoras comunitarias, populares y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional, mismos que generan la participación ciudadana para que de esta forma se escuche la voz de todos y conseguir así la democratización de la comunicación como eje central de sus actividades.

A diferencia de las tibiases políticas públicas aplicadas al campo de la comunicación comunitaria, las organizaciones no gubernamentales como ALER y CORAPE han implementado proyectos integrales de cooperación intersectorial entre medios alternativos. Estos esfuerzos permitieron ejecutar proyectos de sostenibilidad y financiamiento, que son aplicados y replicados por las comunidades, con el objetivo de vigorizar las estructuras comunicacionales y enfrentar la inacción gubernamental, la persecución política y la competencia desleal por parte del sector mediático comercial.

Las exigencias planteadas por los medios comunitarios y las distintas organizaciones que se estructuran en torno a ellos no fueron escuchadas sino hasta el 2008, año en que la nueva Constitución de Montecristi reconoció la existencia de medios comunitarios en igualdad de condiciones que el sector mediático comercial. Esta decisión supuso el inicio de un período trascendental para este sector, pues se abrió la posibilidad de normativizar el campo de la comunicación y, con ello, reivindicar los derechos escamoteados para los medios alternativos durante más de cincuenta años. El objetivo se alcanzó en el 2013, año en que se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación, que establecía como principio fundamental la democratización de la comunicación, a través de la redistribución equitativa de frecuencias entre el sector privado (33%), público (33%) y comunitario (34%).

Además, por primera vez en la historia, se establecía mediante norma jurídica la definición de un medio comunitario: son aquellos “cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013: Art.85). El reconocimiento legal de las competencias y aptitudes del sector comunicacional comunitario fue clave para la distribución de frecuencias a través de un concurso público regulado por una institución gubernamental. La LOC también consideraba a los medios comunitarios como entes sujetos de derechos extensivos y protección jurídica, es decir, mediante la ley se incorporaban acciones afirmativas para los canales alternativos. Esto significó que el Estado debía generar políticas públicas para equiparar y resarcir las desventajas históricas a las que se ha enfrentado este campo comunicacional.

La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), en concordancia con los objetivos redistributivos y reestructuradores del campo comunicacional y mediático propuestos por la LOC, organizó en el 2016 el Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión. En este proceso se licitaron 1486 frecuencias, de las cuales 286 fueron solicitadas por medios comunitarios y 1218 por medios privados.

Gráfico 2.1 Frecuencias solicitadas en el Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de 2016.



Fuente: ARCOTEL (2016)

De las 268 frecuencias solicitadas por medios comunitarios, 133 solicitudes corresponden a grupos religiosos, 133 a organizaciones sociales y 2 a personas naturales. Estos datos indican que inclusive en el campo comunitario existen altos niveles de concentración mediática, ya que varios grupos eclesiósticos son concesionarios de más de una matriz en radio y una en televisión. Esto se debe fundamentalmente a que los sectores religiosos también son beneficiados con acciones afirmativas en el Concurso de Frecuencias. Además, varios de los medios comunitarios que actualmente operan en el país nacieron amparados por instituciones religiosas, que promueven un trabajo cooperativo, solidario y ecuménico.

En el Informe de Auditoría de Frecuencias, realizado en el 2009, se encontró que la iglesia (católica, evangélica, cristiana, adventista) es uno de los grupos concentradores de frecuencias de radio y televisión. “En el informe definitivo se señala como los grupos con mayor número de frecuencias a: Radio María, Radio Católica, con 17 frecuencias, y HCJB con 7. El resto de las radios católicas, evangélicas y adventistas agrupan entre 1 y 4 frecuencias” (Comisión de Auditoría de Frecuencias, 2009). Los datos presentados ubican a los medios religiosos como concentradores horizontales de las frecuencias radioeléctricas, es decir, bajo el nombre de un

mismo concesionario operan varios canales comunicacionales, violando así el Art. 113 de la LOC, que prohíbe el monopolio y el oligopolio mediático. Prueba de ello es que, para el Concurso Público de Frecuencias, la Corporación de la Asociación de los Adventistas del Séptimo Día solicitó 9 frecuencias de televisión y 21 radios en distintas provincias del Ecuador. De la misma forma, La Fundación Dinámica Internacional de la Iglesia evangélica solicitó 7 frecuencias de radio y 6 de televisión (Acosta, Calvopiña, Cano 2017).

La propuesta de la LOC, según plantean Chavero y Oller (2015) fue positiva en la medida que reestructuró el sector mediático ecuatoriano e incorporó varias demandas ciudadanas en distintos cuerpos legales, que se encargaron de regular las actividades comunicacionales comunitarias. Sin embargo, no todos los proyectos se cumplieron de acuerdo con lo estipulado por la ley. Entre las vulneraciones más notorias se encuentra la falta de socialización del proyecto y del concurso de frecuencias; la incompreensión sobre lo que significa un medio comunitario; la homogeneización de condiciones económicas, financieras y de cobertura para el concurso; el desconocimiento y vulneración de las acciones afirmativas y, en ocasiones, el uso indiscriminado e injustificado de las mismas y las irregularidades en la calificación y evaluación de solicitudes para el Concurso.

En este contexto, y a pesar de las innúmeras barreras y dificultades que aún se presentan para el desarrollo y fortalecimiento de procesos comunicacionales democráticos y participativos, se observa un crecimiento de los medios alternativos, populares y comunitarios en el sector mediático ecuatoriano. En el 2007, Ecuador contaba con 2.11% de emisoras comunitarias; en el 2014, un año después de la aprobación de la LOC, esta cifra se elevó a 3.05%; en el 2017 llegó al 3.52%; en el 2018 incrementó a 5.73% y en el 2019 alcanzó la cifra récord de 6.23%. Si bien la LOC no ha logrado dar fiel cumplimiento a sus principios democratizadores, ha permitido un desarrollo más ordenado y planificado de la comunicación en el país. Y dentro de este contexto, los medios comunitarios han alcanzado reivindicaciones históricas, aunque todavía no las suficientes para desempeñarse libremente y sin restricciones de ningún tipo.

Tabla 2.3 Medios de comunicación comunitarios en Ecuador en el 2019

No.	Medio De Comunicación	Razón Social	Clasificación del medio	Provincia
1	Revista Informativa Junta General de Usuarios del Sistema de Riego El Pisque	Junta General de Usuarios del Sistema de Riego El Pisque	Impresos	Pichincha
2	Radio Santiago	Fundación de Asistencia Social Enlace la Alborada FUNDASEN	Radio	Guayas
3	Radio San Gregorio de Portoviejo	Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo	Radio	Manabí
4	UNSION Tv	Fundación Piedad Internacional	Televisión	Azuay
5	Rvp 102.3 Fm	Fundación Tyrone Ríos Bermeo	Radio	El Oro
6	Radio la Revolucionaria	Fundación de Integración Para el Desarrollo Radio Paz Justicia y Verdad	Radio	Bolívar
7	Radio Santa María	Asociación de Participación Social de la Orden Franciscana SEGLAR O.F.S.	Radio	Cañar
8	Radio Integración 103.3 Fm	Asociación de Comunicadores Populares para el Desarrollo de la Región Sur ASCORI	Radio	Loja
9	Bbn 106.1 Fm	Bible Broadcasting Network	Radio	Guayas
10	Volante Stereo	Sindicato de Choferes Profesionales de Chone	Medio en Internet	Manabí
11	La Voz de Tuna	Federación de Nacionalidad Shuar	Radio	Pastaza

		de Pastaza FENASH-P		
12	Puruha Tv	Fundación para Desarrollo Indígena de Chimborazo FUDICH	Televisión	Chimborazo
13	Radio Crisolito Celestial	Asociación de Indígenas Evangélicos de Bolívar	Radio	Bolívar
14	Radio Jireh	Fundación World Outreach Inc	Radio	Napo
15	Stereo Yumbo	Corporación de Desarrollo Social Red Intercultural Nacional por el Buen Vivir Corporación Rin-Bv	Radio	Esmeraldas
16	Radio la Voz del Quilotoa	Fundación para el Desarrollo de la Niñez y la Adolescencia de Cotopaxi FUDENAC	Radio	Cotopaxi
17	Volante Stereo Fm 107.7	Sindicato de Choferes Profesionales de Chone	Radio	Manabí
18	Rayuelaradio	Fundación Andina Para la Observación Social y el Estudio de Medios FUNDAMEDIOS	Medio en Internet	Pichincha
19	Ecuador Chequea	Fundación Andina Para la Observación Social y el Estudio de Medios FUNDAMEDIOS	Medio en Internet	Pichincha
20	Radio Integración Am	Corporación de Desarrollo Social Comunitario y Comunicación el Buen Sembrador	Radio	Cotopaxi

21	The Creative News	Corporación Cultural Gestión Creativa Iberoamericana	Medio en Internet	Tungurahua
22	Kipa Radio 91.3 Fm	Comuna Gera	Radio	Loja
23	Rincón Guayaquileño	Olaya Andrade Daisi Clemencia	Impresos	Guayas
24	Radio Runatacuyac	Federación de Iglesias Indígenas Evangélicas de Cotopaxi	Radio	Cotopaxi
25	Radio Runacunapac Yachana	Fundación Runacunapac Yachana	Radio	Bolívar
26	Radio Vía	Sindicato Provincial de Choferes Profesionales de El Oro	Radio	El Oro
27	Radio Salinerito	Fundación Familia Salesiana Salinas	Radio	Bolívar
28	Radio Católica Riobamba	Fundación Ecuatoriana Juan Pablo II	Radio	Chimborazo
29	Radio Chachi 89.5	Federación de Centros Chachi de Esmeraldas	Radio	Esmeraldas
30	Stereo Siapidaarade 90.7 Fm	Nacionalidad Eperara Siapidaara Del Ecuador	Radio	Esmeraldas
31	Radio Ampara Su 90.7	Federación de Centros Awa del Ecuador FCAE	Radio	Imbabura
32	La Salinera 88.9 Fm	Fundación Fortalecimiento Organizativo Sembrando Nuestro Futuro	Radio	Imbabura
33	Radio El Buen Pastor	Asociación Cristiana de Indígenas Saraguros	Radio	Loja

34	Radio Alfaro 96.1 Fm	Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí UPOCAM	Radio	Manabí
35	La Voz de la NAE	Nacionalidad Achuar del Ecuador	Radio	Morona Santiago
36	Radio Ñukanchi Muskuy	Organización de Comunidades Kichwa de Loreto	Radio	Orellana
37	Radio Jatari Kichwa 92.3 Fm	Asociación de Comunidades Indígenas de Arajuno	Radio	Pastaza
38	Radio Sapara 92.7 Fm	Nación Sapara Del Ecuador	Radio	Pastaza
39	Radio Andwa La Voz de la Frontera	Nacionalidad Andwa de Pastaza Ecuador	Radio	Pastaza
40	Wao Apeninka	Nacionalidad Waorani del Ecuador	Radio	Pastaza
41	Radio Tarimiat 93.5fm	Fundación Shiwiar Sin Fronteras FUNSSIF.	Radio	Pastaza
42	Sonba Pamin 102.5 Fm	Nacionalidad Tsáchilas	Radio	Santo Domingo De Los Tsáchilas
43	Radio Tsanda Jenfa	Nacionalidad Originario Ai Kofan del Ecuador	Radio	Sucumbíos
44	Revista Intercultural Wiñay Kawsay - Cultura Milenaria	Asociación de Jóvenes Quichuas de Imbabura	Impresos	Imbabura
45	CORAPE	Corporación Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador CORAPE	Medio en Internet	Pichincha
46	América Latina En Movimiento - Online	Fundación Agencia Latinoamericana de Información - ALAI	Medio en Internet	Pichincha
47	Latinoamérica Emprende	Fundación San Francisco Global	Impresos	Pichincha

48	América Latina en Movimiento	Fundación Agencia Latinoamericana De Información - ALAI	Impresos	Pichincha
49	Tv Micc18 Canal 47	Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi	Televisión	Cotopaxi
50	Asomavisión	Asociación de Ministerios Andinos Asoma	Televisión	Pichincha
51	Radio Sonoonda Internacional	Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos UNASAY	Radio	Azuay
52	HCJB La Voz de los Andes	The World Radio Missionary Fellowship Inc.	Radio	Pichincha
53	Radio Irfeyal La Voz de Fe Y Alegría	Instituto Radiofónico Fe y Alegría - IRFEYAL	Radio	Pichincha
54	Radio Mera 1380 Am	Ministerio Cristiano Palabra de Vida	Radio	Tungurahua
55	Radio Ondas Cañaris Fm	Universidad Católica de Cuenca	Radio	Cañar
56	Fundación Escuelas Radiofónicas Populares (FM)	Fundación Escuelas Radiofónicas Populares	Radio	Chimborazo
57	Radio Latacunga Fm	Diócesis de Latacunga	Radio	Cotopaxi
58	Radio Antena Libre	Vicariato Apostólico de Esmeraldas	Radio	Esmeraldas
59	Radio Santa Cruz	Asociación de Participación Social de la Orden Franciscana Seglar O.F.S.	Radio	Galápagos
60	Radio La Voz del Upano	Vicariato Apostólico de Méndez-Misión Salesiana De Oriente	Radio	Morona Santiago

61	Radio Puyo	Vicariato Apostólico de Puyo Misión Dominicana	Radio	Pastaza
62	Radio Inti Pacha	Corporación de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cangahua	Radio	Pichincha
63	Radio Sucumbíos	Vicariato Apostólico de San Miguel de Sucumbíos Misión Carmelita	Radio	Sucumbíos
64	Radio La Voz de Zamora	Vicariato Apostólico de Zamora	Radio	Zamora Chinchipe
65	Semanario Amigo del Hogar	Diócesis de Guaranda	Impresos	Bolívar
66	La Prensa Interdiario del Carchi	La Prensa Interdiario del Carchi	Impresos	Carchi
67	El Prado	Asociación Indígena de la Iglesia de Cristo en Chimborazo	Radio	Chimborazo
68	HCJB La Voz de los Andes	The World Radio Missionary Fellowship Inc.	Radio	Pichincha
69	Radio Católica Nacional 880am	Fundación Ecuatoriana Juan Pablo II	Radio	Pichincha
70	Radio Católica de Cuenca	Fundación Ecuatoriana Juan Pablo II	Radio	Azuay
71	Hcjb-2 Eslabón del Guayas	The World Radio Missionary Fellowship Inc.	Radio	Guayas
72	María	Fundación Radio María	Radio	Pichincha

Fuente: Registro Público de medios (2019).

2.5 Radio Quito: historia, estructura y funcionamiento

La segunda generación de la familia Mantilla, treinta y cuatro años después de haber fundado diario El Comercio, uno de los medios de comunicación más poderosos del Ecuador, puso en marcha un proyecto radiofónico, con el objetivo de ampliar la estructura corporativa del grupo empresarial. Es así como un 18 de agosto de 1940, de la mano de Carlos Mantilla Ortega, aparece Radio Quito, también conocida como “La voz de la capital”, en el dial 760 AM, con la misión de informar, educar y entretener. La inauguración de este medio y su primera transmisión fueron parte de un acto oficial, que contó con la participación de empresarios, directivos de medios y autoridades de gobierno. Durante aquel evento su fundador señaló que “la empresa editora El Comercio, cumpliendo un antiguo anhelo, contribuye con este nuevo medio de difusión al desarrollo de la radio ecuatoriana.” En sus inicios la estación estuvo localizada en las inmediaciones del Palacio de Carondelet, en el centro de la capital. La ubicación de la radio fue clave para abordar con eficiencia y rapidez los temas políticos y sociales, que ocurrían en la casa de gobierno, ministerios, municipios y diversas entidades políticas y económicas del país.

Los primeros locutores de la radio fueron Gabriel Vergara Jiménez y Jorge Carrera, quienes a lo largo de su carrera profesional impulsaron el desarrollo de la cultura, a través de entrevistas y presentaciones artísticas en las instalaciones de Radio Quito. De hecho, esta emisora sirvió como plataforma artística de agrupaciones como el dúo Benítez y Valencia, los hermanos Miño-Naranjo, el trío Los Brillantes y Los Reales. Radio Quito también fue pionera en las transmisiones deportivas y el periodista Augusto Rada Icaza fue el primer locutor en narrar en vivo y en directo los partidos de fútbol, que se jugaban en el estadio municipal “El Ejido”.

A la par de los contenidos culturales y deportivos Radio Quito se caracterizó por su enfoque predominantemente informativo. Desde su inauguración transmitía noticias nacionales e internacionales y también empleaba contenidos de diario El Comercio y el vespertino Últimas Noticias (también producido por Grupo El Comercio), para complementar el servicio informativo. Con la finalidad de ampliar la cobertura, este medio estableció alianzas corporativas con las grandes cadenas noticiosas del mundo como la Columbia Broadcasting

System (CBS), de Estados Unidos, y a la British Broadcasting Corporation (BBC), de Inglaterra.

Radio Quito también incursionó en el campo del entretenimiento a través de la teatralización y dramatización de novelas y cuentos. Quizá, la producción más emblemática fue la de “La Guerra de los mundos”, escrita por Herbert George Well, en 1898 y adaptada para la radio en 1938 por el actor y productor estadounidense Orson Welles. La obra original describe una invasión marciana a la tierra y la adaptación cambia algunos aspectos del argumento e introduce elementos de carácter informativo para simular una transmisión en vivo del aterrizaje alienígena. Esta producción radiofónica causó pánico en los habitantes de New York y New Jersey, quienes consideraron a la transmisión de Welles como un acontecimiento real.

En Estados Unidos esta experiencia radial produjo amplios debates en torno al uso y los efectos de los medios de comunicación. En función de este antecedente, Leonardo Páez, director del medio; Eduardo Alcaraz, guionista y locutor, y varios actores, además del dúo Benítez y Valencia, desarrollaron el 12 de febrero de 1949 una teatralización radial de la “La Guerra de los mundos”. En ella describían cómo en Cotocollao, un barrio lejano del Quito de los años cuarenta, aterrizaba una nave extraterrestre y de ella bajaban alienígenas que se dirigían al centro de la ciudad, con el objetivo de destruirla. La recepción del programa, tal como había sucedido en los Estados Unidos, fue tomada como real y durante la emisión cientos de personas salieron desesperadas a las calles en busca de ayuda o de un refugio para sobrevivir a la invasión. El miedo y la angustia que invadieron a los habitantes de Quito obligaron al director de la radio a detener la teatralización y a anunciar públicamente que la producción era simple y llanamente una ficción, una adaptación anunciada de la novela de George Wells. “En la media hora posterior a la transmisión, la ciudad estaba trastornada y molesta. Así, pronto una turba enardecida concurrió a Radio Quito —por entonces también el edificio del diario El Comercio— para incendiarla” (Mendizábal 2015). La noche de aquel 12 de febrero de 1949 las instalaciones de este medio de comunicación sufrieron un asalto e incendio, en el que murieron seis personas. Más tarde, en ese mismo año, la empresa de la familia Mantilla inició la recuperación. Pocos años después, Grupo El Comercio, con una

nueva sede ubicada San Bartolo, al sur de la ciudad, se convertiría en uno de los emporios mediáticos más grandes del Ecuador.

El alcance y la producción de Radio Quito fueron incrementando en el transcurso de los años. Es así como en 1996, la tercera generación familiar de los propietarios de diario El Comercio, encabezada por Guadalupe Mantilla de Acquaviva, funda Radio Platinum, una emisora en Frecuencia Modulada íntimamente vinculada con la programación y contenidos de Radio Quito. La creación de un nuevo medio de comunicación se enmarcó dentro de un nuevo proyecto de Grupo El Comercio, que buscaba ampliar su programación hacia otros mercados y otros públicos. En ese sentido, Platinum se adaptó a la reconfiguración del dial en la radio ecuatoriana, que por aquel entonces se desplazaba de la Amplitud Modulada (AM) a la Frecuencia Modulada (FM). Además, tal como señalan sus actuales administradores, este nuevo medio dirigió sus contenidos a un target más selecto, enfocándose en la producción informativa y cultural. Actualmente Platinum FM, posee 5 frecuencias: una en Quito (90.9 FM), una en Tulcán (90.9 FM), una en Cuenca (107.7 FM), una en Ambato (101.7 FM) y una en Guayaquil (94.5 FM). Tanto Radio Quito como Platinum son integrantes de la cadena Ecuadoradio, la agencia radial informativa de Grupo El Comercio. Además, ambos medios comparten instalaciones, las cuales están situadas en un edificio del centro norte de la capital.

El 12 de enero de 2015, Grupo El Comercio cambió radicalmente el curso de su existencia empresarial y mediática al vender el 94% de sus acciones, valuadas en 15.5 millones de dólares, a Telglovisión, una Sociedad Anónima perteneciente al empresario mexicano-guatemalteco Remigio Ángel González, también conocido como “El Fantasma”. Desde esa fecha Radio Quito y Platinum FM han enfrentado una reestructuración permanente de recursos humanos y técnicos en concordancia con las políticas dictadas por los mayores accionistas del directorio, quienes han fusionado la línea editorial, las herramientas y la fuerza de trabajo de todos los medios que componen el grupo empresarial (Diario El Comercio, Últimas Noticias, Ecuadoradio (integrada por Radio Quito y Radio Platinum)). Actualmente, la cadena Ecuadoradio, que también transmite vía web, está preparándose para vincularse tecnológicamente a nuevos formatos digitales y multimedia como el *streaming*.

2.6 Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: historia, estructura y funcionamiento

En 1954 un joven sacerdote oriundo de San Antonio de Ibarra fue nombrado obispo de la ciudad de Riobamba. Luego de desempeñarse por varios años como canónigo de Ibarra y canónigo penitenciario de Imbabura, Leonidas Proaño se trasladó a Chimborazo, una de las provincias más pobres del Ecuador, para liderar su congregación religiosa. A su llegada constató que la población indígena, asentada en comunidades rurales, vivía en condiciones de extrema pobreza. Proaño señalaba a la inequitativa distribución de la riqueza y al destructivo poder de los hacendados como los causantes fundamentales de la marginación del campesinado rural de la serranía ecuatoriana.

Monseñor Leonidas Proaño: El problema del indio es complejo y formidable, y no hay cómo, ni quiero darle soluciones parciales. Su situación es para llorar... viven, Señor, ¡cómo viven!, en chozas del tamaño de una carpa o como topes dentro de huecos cavados en la tierra. Explotados sin misericordia por los grandes millonarios de la provincia, quienes después de vender sus cosechas se largan a Quito, Guayaquil y a las grandes ciudades de América y Europa, a malgastar el dinero exprimido de ese miserable estropajo que es el indio del Chimborazo... Cuando lo veo siento oprimido el corazón y adivino lo formidable que es el problema de su redención (Corral 2008, 22).

La marginalidad del campo no solo se expresaba en carencia de recursos económicos o la inexistencia de servicios básicos sino también en el analfabetismo, la insalubridad y la exclusión social. Por aquel entonces, Chimborazo, Bolívar, Cotopaxi y Tungurahua eran provincias administradas por terratenientes y hacendados, quienes, sobre la base de un régimen de corte feudal, oprimían y explotaban al campesinado. Imbuido por los presupuestos políticos y religiosos de la Teología de la Liberación, Leonidas Proaño buscó dignificar la vida del indigenado, a través de proyectos educativos que promovían la emancipación de la población. Este proyecto estaba basado en dos aristas: una pedagógica y otra política. La primera buscaba la emancipación del pensamiento, es decir, la construcción de presupuestos liberadores, basados en la educación, para adquirir capacidades resolutivas, que faculten a los individuos de poder y autonomía sobre sus decisiones. La segunda, en cambio, perseguía la materialización fáctica de esos principios para cambiar la realidad, a partir de la transformación de las condiciones de producción y subsistencia.

Cuando Monseñor Proaño llega a Riobamba en el año 1954, empieza a recorrer la Diócesis de Bolívar y detecta las condiciones de vida infrahumanas en las que vivía la mayoría de la población indígena en las haciendas. En estos lugares los indígenas (que representaba la mayoría de la población) eran explotados y tratados como animales. Unos de los múltiples problemas, en este entonces, era la falta de acceso a la educación básica. La gran mayoría de la población mayor de 15 años era analfabeta y el 100% entre las mujeres. “Proaño comprende que es necesario intervenir y actuar para que los indígenas de las comunidades de su diócesis pudieran educarse e instruirse. Intuye que la metodología de la JOC “Ver, juzgar y actuar”, puede ser un instrumento de lectura y de transformación de la realidad y busca dar una salida a los problemas de los indígenas, entre ellos, el analfabetismo (entrevista a Juan Pérez, director de ERPE, Matrone 2019, 59).

El proyecto pedagógico emprendido por Leonidas Proaño tuvo como referente a Radio Sutatenza, institución que llevó a cabo la teleeducación de vastos sectores campesinos en Boyacá, Colombia. En 1959, inspirado por este proceso liberador, Proaño y su colaborador, el Padre Rubén Veloz, viajaron a Colombia para entrevistarse con Monseñor Salcedo Guarín y los docentes de la organización Acción Cultural Popular y conocer vivencialmente el funcionamiento e impacto de las escuelas radiofónicas. A su regreso ambos estaban convencidos de que este ejemplo debía replicarse en el Ecuador, un país que, en 1960, según cifras de la UNESCO, registraba una tasa de analfabetismo del 32.5%. Los anhelos educativos y liberadores de Proaño, sostiene Matrone (2019), no tuvieron que esperar mucho tiempo para fructificar.

Durante las sesiones de oración y estudio, preparatorias del I Congreso Nacional de Misiones, realizadas en la Casa de Ejercicios “San Agustín”, en Machachi, los delegados [de todas las Diócesis] reconocieron que los indígenas de la sierra se encontraban en estado de sumisión y que era urgente acudir en su ayuda. El dinero necesario para llevarla a cabo llegó paulatinamente; hay que anotar que el primer donativo de 5.000 USD partió de la Santa Sede, concretamente de la Sagrada Congregación de Propaganda Fide. Otras importantes ayudas tuvieron otras fuentes, como: de los fieles de la Diócesis de Riobamba que aportaron con una suma de 2.000 USD, del Instituto de Colonización con una ayuda de dinero equivalente a 8.300 USD, que sirvieron para comprar los equipos radiofónicos (Matrone 2019, 65).

Con el dinero recaudado, Leonidas Proaño adquirió los equipos necesarios para poner en marcha las escuelas radiofónicas. La primera transmisión de ERPE se realizó el 19 de marzo de 1962. Este proyecto comunicacional comunitario contempló tres objetivos que debían cumplirse a corto plazo para subsanar las precarias condiciones de los indígenas. El primero tenía como meta primordial e inmediata la alfabetización de las vastas zonas campesinas de Chimborazo. Para ello se fundaron 27 escuelas en 7 parroquias de la provincia. Además de crear contenidos educativos y mallas curriculares en formato radiofónico se capacitaron a docentes y auxiliares para guiar la participación de los alumnos.

El sistema de teleeducación era muy popular desde la década de los sesenta. Entonces, se nombraba a una persona como coordinador y el coordinador tenía que venir a nuestras instalaciones a recibir una capacitación de las materias principales que contenía el pénsum: matemática, ciencias naturales, idioma nacional (castellano) y cívica y valores. Una vez cumplida esa formación, se dictaba clases a través de la radio y ellos se reunían en las comunidades con unos radios de onda fija. Se reunían unas 12, 15 y hasta 20 personas, de acuerdo con el número de habitantes que había en una comunidad y escuchaban las clases y, cuando lo hacían, el coordinador iba guiándoles y aclarándoles algunas partes que posiblemente no estaban muy claras. Ese era el sistema de teleeducación. Se terminó más o menos a inicios de la década de los ochenta porque ya se acabó el convenio con el Ministerio de Educación y además ya se habían fundado varias escuelas y colegios en los sectores rurales (Rodrigo Arroba. Entrevista Personal N.º 4. Riobamba, 10 de marzo de 2020).

La teleeducación en castellano y en quichua fue un proyecto pedagógico sin precedentes en el país. Los registros históricos de ERPE señalan que entre 1962 y 1974 alrededor de 20 mil personas (la gran mayoría indígenas) no solo de la provincia de Chimborazo, sino de otras latitudes del Ecuador, participaron del programa de alfabetización, que se extendió hasta 1986, año en que se puso fin al proceso educativo con un total de 36 mil beneficiarios.

El segundo objetivo que perseguía el proyecto de Monseñor Leonidas Proaño estaba vinculado con la dignificación de las condiciones de vida del indigenado chimboracense. Por aquel entonces, la población sufría por la falta de recursos económicos. Esta necesidad obligó a ERPE a pensar en programas complementarios de asistencia social. Es así como en 1965 surge la idea de crear un proyecto de Hospedería Campesina para dar albergue a los miles de

indígenas que trabajaban en la ciudad y no tenían la posibilidad de regresar a sus hogares al finalizar sus jornadas. A la par de este programa, Proaño también implementó el servicio de salud curativa para subsanar las deficiencias del modelo hospitalario del Estado, que no llegaba con eficiencia a provincias y menos aún a comunidades rurales. Este modelo de salud, en un primer momento, operó de forma ambulatoria, luego con consulta externa y salas de hospitalización. Este programa de salud brindó servicio hasta 1998 y se calcula que benefició a más de 5 mil pacientes por año.

El tercer objetivo pensado por Proaño estuvo encaminado a la creación de oportunidades y condiciones para la participación política de los indígenas. A través de la educación, la asistencia social, económica y hospitalaria, los campesinos ya podían pensar en dinámicas sociales más complejas. De esta forma se cimentaron las raíces políticas para el ejercicio y protección de derechos fundamentales, sobre la base de una conciencia individual y colectiva, que propendió el desarrollo integral del campesinado.

En la década de los setenta el proyecto radiofónico de índole comunitaria ya se había consolidado. Trece años después de la primera emisión existía toda una estructura humana y técnica en torno a las Escuelas Radiofónicas, que habían dado un paso importante para erradicar el analfabetismo y las condiciones de pobreza y explotación del indígena en la serranía ecuatoriana. En 1975 Monseñor Leonidas Proaño, consciente de la movilidad de los funcionarios religiosos, decide otorgarle autonomía a ERPE, con la finalidad de garantizar la continuidad de este modelo de comunicación comunitaria sin perjuicio de instituciones o personas.

A partir del año 1975, la Diócesis de Riobamba deja de ser la propietaria legal de ERPE y pasa a tener una estructura societal y asamblearia. Sin embargo, esta forma jurídica no cambió en nada el acompañamiento de la iglesia a la institución porque la financiaba, y tenía la potestad de dar lineamientos dentro de su accionar espiritual y administrativo. Monseñor Proaño era el Presidente Vitalicio, el Padre Rubén Veloz fue el director de ERPE desde su creación. En la línea seguía el Directorio conformado por el Departamento de Radiodifusión, el Departamento Andragógico y dos delegados de la Asamblea General (documento de archivo: Evaluación de los 24 años de trabajo educativo de ERPE). Su autoridad máxima era la “Asamblea de Miembros”, que fundamentalmente eran los mismos trabajadores. La Asamblea elegía un

Directorio y ese directorio elegía un Director Ejecutivo, este proceso se daba cada cuatro años (Ávalos 2017, 108).

El 31 de diciembre de 1979 se constituye el sindicato de trabajadores de ERPE; este jugará un papel importante en el funcionamiento y administración del proyecto comunicacional comunitario en los años siguientes. Sin embargo, la consolidación de una directiva con intereses comunes no se cumplió de forma pacífica, ya que surgieron varias pugnas y contradicciones entre los trabajadores de ERPE, quienes mantenían desacuerdos constantes en torno a la participación de la iglesia, la estructura de propiedad de la radio y las formas de gestión de la misma. Ávalos (2017) sostiene que estas dificultades administrativas se agravaron como consecuencia de las sucesivas crisis económicas que enfrentó la radio en los ochenta. Durante esta década el apoyo de la iglesia decayó y con ello los fondos para la sostenibilidad del proyecto comunicacional comunitario. Este distanciamiento con la institución fundadora de la radio se dio a causa de la salida de Leonidas Proaño del obispado de Riobamba. Las complicaciones que enfrentaban las Escuelas Radiofónicas parecieron agravarse aún más en 1988 con el fallecimiento de Monseñor Proaño, quien, durante toda su vida, inclusive desde su retiro, siguió contribuyendo con la organización y el financiamiento de la radio. Debido a esta situación, los trabajadores de ERPE debieron buscar una nueva forma de obtener ingresos, con la finalidad de no decaer en la programación e, incluso, no desaparecer.

Después de la muerte de Monseñor Proaño decayó el apoyo de la iglesia. Inclusive cuando Monseñor vivía la radio ya tenía independencia. En los noventa me acuerdo que la iglesia tenía representantes: uno por los servidores laicos y otra por la pastoral indígena. Eran dos representantes que integraban el Consejo Directivo de la institución. Entonces, venían y pocas veces teníamos reuniones con Monseñor Víctor Corral, quien le sucedió a Proaño. Entonces él (Monseñor) una vez nos dice: “oigan, pero ¿hacen algo nuestros representantes, mis representantes, hacen algo o solo van a enterarse? Porque si no es ningún aporte mejor para retirarles.” Y nosotros no dijimos nada, pero era la verdad. Ellos venían a enterarse y dar uno que otro voto al consultar sobre una nueva política a tomar. Pero hay que estar en el día a día a ver qué pasa, a ver si una decisión vale, a ver si el proceso funciona. Entonces, después de eso ya no vinieron. Desde ahí andamos solos (Eduardo Imanante. Entrevista Personal N.º 2. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

En 1995 las Escuelas Radiofónicas logran consumir un sueño que venía rondando la institución desde mucho antes de la salida de Monseñor Leonidas Proaño. A mediados de la década de los noventa ERPE se convierte en una fundación y con ello gana autonomía jurídica y deja de depender exclusivamente de fondos estatales y contribuciones clericales, que, para aquel entonces, llegaban a cuentagotas. Con la finalidad de alcanzar sostenibilidad económica, la radio decide constituirse en una fundación privada, sin que esta denominación resquebraje la identidad comunitaria de este proyecto comunicacional.

Cuando el gestor de esta institución la creó solo éramos una radio. En ese inicio la iglesia aportaba económicamente. Entonces con el paso de los años falleció Monseñor Proaño y vino otro obispo, Monseñor Corral, y él no dio el mismo apoyo económico. Entonces cuando yo llegué, 25 años atrás, esta institución tenía 45-50 trabajadores y ahora estamos 17. Algunos se han ido, otros se han jubilado. Entonces, el pago de sueldos y el mantenimiento de equipos y frecuencias se complicaron. Entonces, ahí fue cuando se convierte en Fundación, con el fin de captar recursos económicos de Organizaciones No Gubernamentales que apoyaban proyectos sociales. Pero cuando se fueron las ONG del país, ahí creamos otras empresas, la comercializadora de quinua, la granja de productos orgánicos y la tienda Sumak Life donde vendemos la cosecha de la granja. Entonces todo es una cadena que viene unida. Ahora somos una Fundación sin fines de lucro, pero de alguna manera debemos sostenernos (Octavio Aucancela. Entrevista Personal N.º 8. Riobamba, 11 de marzo de 2020).

Actualmente, ERPE posee una plantación de productos 100% orgánicos. Esta decisión de no trabajar con transgénicos es parte de la identidad comunitaria de la radio. Eduardo Imanante señala que esta actitud le permite a la institución reivindicar la soberanía territorial y ser consecuentes con los principios de acción comunitaria que se profesan permanentemente a través de las transmisiones y producciones mediáticas. Además, con el afán de generar una práctica de comercio justo, la Fundación ERPE comercializa los productos de su granja en una tienda que funciona en las mismas instalaciones de la radio. Los ingresos que de allí se generan son destinados para el pago de sueldos y el mantenimiento de equipos.

Capítulo 3. Enfoque metodológico

3.1 Selección de las unidades de análisis

Las unidades de análisis, indica Marradi (2010), deben ser seleccionadas a partir de estructuras conceptuales que posibiliten una lectura pertinente y contextualizada de la realidad. Eso quiere decir que debe existir una correspondencia teórico-metodológica entre las distintas instancias investigativas, con la finalidad de construir una argumentación fuertemente estructurada. En este caso, tanto Radio Quito como las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador fueron pensadas a partir de los conceptos de campo, habitus, prácticas y rutinas de producción informativa y también desde la estructura de propiedad de las industrias mediáticas para dar cuenta de cómo se concibe y organiza la noción de propiedad en las instituciones de comunicación privadas y comunitarias en el Ecuador y de qué manera esta definición configura la forma de trabajar de los periodistas y construye sus "modos de ser y hacer" en la práctica comunicacional.

Marradi (2010) señala que la representatividad a la hora de elegir unidades de análisis se ha convertido en un criterio metodológico que ha pasado a convertirse en un fetiche de la investigación social, pues en su nombre se han realizado generalizaciones extensivas de todo tipo, sobre todo cuando las muestras presentan criterios cientificistas. En este sentido, el presente trabajo ha seleccionado unidades de análisis que pueden ser “controladas y eventualmente afirmadas para cada propiedad por separado” (Marradi 2010, 108). Precisamente por ello, se han escogido dos instituciones mediáticas de forma comparativa (Radio Quito y ERPE), ya que sus características, si bien no pueden ser universalizadas indiscriminadamente, pueden ser evaluadas en relación con la población mediática en el Ecuador.

La elección de estas unidades de análisis encuentra sentido dos criterios fundamentales:

- a) Tanto lo comunitario como lo comercial cuentan con una importante presencia en el sistema mediático ecuatoriano. Lo comercial, debido a su predominancia en el

espectro radioeléctrico; y lo comunitario, debido a su influencia y representatividad en los espacios alternativos de la comunicación.

- b) Tanto lo comunitario como lo comercial cuentan con proyectos de gestión consolidados. Lo comunitario, a través de su proyecto de comunicación alternativa, basada en el común; y lo comercial, mediante de su proyecto empresarial, basado en el lucro privado.

Los preceptos institucionales, las condiciones de funcionamiento y el constructo histórico con los que funciona cada uno de estos sectores de la comunicación se convierten en un criterio de acción metodológica, pues otorgan la posibilidad de visibilizar las fronteras, territorios y acciones inherentes a cada ámbito mediático.

Esta investigación ha seleccionado como objeto de estudio a los medios de comunicación radiofónicos tanto del sector privado como del sector comunitario. La decisión se fundamenta en que más de la mitad del espectro radioeléctrico a nivel nacional (el 54.50%) está ocupado por medios radiales. De los 1031 medios de comunicación privados existentes en el Ecuador, el 52.47% (541) son radios, de las cuales 102 transmiten en AM y 439 en FM. Los medios radiales del sector comunitario ocupan el 75.67% del total de medios alternativos existentes en el país, es decir, de los 74 canales que funcionan en Ecuador, 56 desarrollan sus actividades en frecuencias radiales tanto en amplitud modulada (13 en AM) como en frecuencia modulada (43 en FM).

Otra de las razones por las que se seleccionó como objeto de estudio a los medios radiales es su capacidad de penetración en las audiencias. Gumucio (2007) señala que la radio es el medio de comunicación más utilizado y vigoroso, debido a sus posibilidades de uso, las mismas que no se limitan a una compleja estructura tecnológica de emisión y recepción. En este contexto, la radio, según plantea Ramírez (2019), es ideal para extender masivamente los contenidos mediáticos, debido a que posee ciertas características cuyas ventajas no son fáciles de emular para otro tipo de industrias y otro tipo de formatos mediáticos. Entre las ventajas detalladas están:

- 1) La relación costo-beneficio es muy conveniente desde el punto de vista de la inversión, tanto para quienes instalan una radio como para la audiencia.
- 2) La radio es pertinente en su lenguaje y su contenido, ideal para llegar masivamente [a grandes y diversas poblaciones.]
- 3) La radio puede vincularse estrechamente a las tradiciones, a la cultura y a las prácticas locales.
- 4) Una vez que la inversión inicial en equipos ha sido realizada, la sostenibilidad es posible, aunque dependiendo del nivel de participación social.
- 5) Su alcance y cobertura geográfica tiene enormes ventajas sobre los demás medios.
- 6) La convergencia entre radio e Internet insufla una energía nueva a la radio y ha acrecentado enormemente las oportunidades de constituir redes. (Ramírez 2019, 91)

Además de estos factores, la radio se ha convertido en un espacio de acompañamiento a las audiencias. En Ecuador, por ejemplo, la potencia de este medio, según indica López Vigil (2000), radica en que está integrado a la vida cotidiana de las personas, las mismas que han convertido a la locución de un periodista, a la música de una emisora, a los espacios recreativos, educativos y de variedades en una especie de elemento constitutivo de su entorno personal, familiar o laboral. Esto significa que la radio, es el medio de mayor proximidad y emocionalidad en el país.

La elección de las unidades de estudio no se realizó en función de un muestreo cuantitativo, sino a través de la selección de medios referentes y representativos en su campo de acción. Más allá de analizar una lista de medios, se estudiarán los regímenes de propiedad, los hábitos, rutinas y prácticas periodísticas de aquellas instituciones que han marcado la historia del Ecuador, a través de su proyecto político y comunicacional.

Medios Privados:

Radio Quito:

Este medio de comunicación radial forma parte de Grupo El Comercio, uno de los mayores conglomerados mediáticos del Ecuador. Fue fundado en 1940 por Carlos Mantilla, miembro de una de las familias más poderosas del país, quien a lo largo de la historia ha detentado

cargos políticos y ha ejercido una importante influencia en el modelo de negocios de la comunicación. Históricamente Radio Quito ha sido uno de los medios con mayor cobertura y capacidad técnica-operativa, debido a las posibilidades económicas de sus propietarios.

Las alianzas corporativas y las estrategias comerciales de esta radio le han permitido construir la primera y única agencia noticiosa radial del país: Ecuadoradio, integrada por Radio Quito y Platinum. Esta cadena es parte de un grupo mediático de alcance nacional, que trabaja sobre la base de contenidos homogéneos, que se emiten en diversos canales: Platinum transmite en Frecuencia Modulada (FM), Radio Quito transmite en Amplitud Modulada (AM) y ambas a través de la Web. Debido a estas características, este medio es considerado por otras empresas mediáticas como un referente del sistema mediático comercial en el país, pues es pionero en la implantación de modelos de negocios y proyectos periodísticos de largo alcance.

Con la finalidad de estudiar el régimen de propiedad de los medios comerciales y, sobre todo, la concentración y transnacionalización de la propiedad mediática esta investigación tomó en cuenta los detalles antes expuestos. Y es que, en este momento de la historia, Radio Quito pertenece al mayor conglomerado mediático radial del país, por ello, se vuelve imprescindible analizar su estructura y funcionamiento.

Ahora bien, estudiar los hábitos de quienes laboran en esta empresa también entraña una riqueza investigativa de enormes proporciones, pues las prácticas y las rutinas periodísticas se inscriben en un medio, cuyas relaciones familiares, mercantiles, financieras y empresariales demarcan formas cooperativas y dependientes de producción informativa. Además, en el gremio de la comunicación, Radio Quito sigue siendo un referente, debido a que en sus filas se encuentran trabajadores, cuyo capital profesional es ampliamente valorado y reconocido por sus pares.

Medios Comunitarios:

Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE): Fue la primera iniciativa de radios populares y comunitarias en el país. Su legado va de la mano con el proyecto político emprendido por Monseñor Leonidas Proaño, quien consideró a este medio como un canal

idóneo para la alfabetización de las comunidades indígenas y la participación política de estos colectivos en la vida pública del Ecuador. En la actualidad, ERPE es el medio comunitario más longevo y reconocido del país, ya que a lo largo de los tiempos logró generar procesos de autosustentabilidad sobre la base de la organización comunitaria, la producción agrícola y la comunicación del común.

El desafío primordial de este trabajo radica en estudiar cómo se construyen los habitus en un régimen de propiedad difuso, que actúa bajo sus propias reglas, las cuales están determinadas por los principios de proximidad y la comunicación del común. La representatividad de ERPE en el sector comunitario está dada no solo por su legado histórico, sino porque ha servido de modelo para que otras radios alternativas y populares se constituyan en el país, siguiendo las directrices planteadas por sus fundadores, quienes cimentaron su proyecto en torno a la educación y al desarrollo comunitario. El impacto de ERPE en el sector alternativo de las comunicaciones ha sido resaltado por las redes comunitarias más grandes del mundo. Tanto la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) como la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER) consideran a las Escuelas Radiofónicas como un medio referente en su campo, debido a su capacidad de producción informativa, su área de cobertura y sus redes locales de retransmisión. Debido a ello, trabajan de forma cooperativa, compartiendo contenidos y enfoques.

La presente investigación seleccionó a ERPE como unidad de análisis, ya que en su estructura convergen múltiples procesos, acciones e interacciones que permiten leer la realidad del sector comunitario a través de sus ojos, es decir, estudiar a ERPE significa estudiar, con las limitaciones del caso, al sector comunitario ya que este se construyó a la par de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador.

Actualmente, ERPE es uno de los medios comunitarios no religiosos con mayor cobertura en el Ecuador. Su señal, tanto en AM como en FM, llega a tres provincias de la serranía ecuatoriana: Tungurahua, Chimborazo y Bolívar. Además, mediante canales digitales han logrado ampliar su cobertura. Este medio cuenta con página web y redes sociales, a través de las cuales reproducen y fortalecen su emisión. La cobertura es un criterio fundamental en este

estudio, ya que permite comprender cómo se trabajan los contenidos comunitarios para territorialidades y colectividades diversas.

Los modelos de sostenibilidad cobran un significado crucial en esta investigación, ya que permiten estudiar a la radio como un espacio comunicacional generador de modelos económicos alternativos, los cuales han influido directamente en forma de concebir, organizar y administrar la propiedad comunitaria.

3.2 Apuntes sobre el trabajo de campo

Este trabajo fue pensado como un análisis cualitativo y comparativo entre dos esferas comunicacionales independientes y autónomas: privada y comunitaria. Es cualitativo porque se construye organizando y estructurando el propio método dentro de la problemática específica de la investigación en comunicación, con la finalidad de observar la realidad social a partir de una perspectiva múltiple y holística para comprenderla “mediante la significación y las relaciones en su estructura dinámica” (Parra Sabaj 2005, 71). Lo cualitativo permite comprender e interpretar la complejidad de la relación entre el habitus de los periodistas y la concepción de la propiedad de los medios en los que se desempeñan.

Por otro lado, es comparativo porque surge de la necesidad de evitar generalizaciones y aclarar los alcances de los conceptos y teorías empleadas. Tal como lo proponen Hallin y Mancini (2004) la potencia del método comparativo radica en que permite esclarecer las relaciones entre los sistemas de medios de comunicación y su marco social y político. La delimitación contextual que proponen los autores de los sistemas mediáticos es trascendental para los fines que persigue este estudio, pues enmarcan la teoría, la metodología y las evidencias empíricas en un ámbito exclusivamente circunscrito al espacio intrínseco de la comunicación privada y comunitaria, sin que ello sea un obstáculo para hacer inferencias sobre otros estadios.

Sin embargo, es imprescindible precisar, tal como la hace Marradi (2010), que ambos elementos sujetos a la comparación deben cotejarse sobre la base de, al menos, una propiedad

en común. Y esa propiedad en común son los hábitos de los periodistas de medios privados y comunitarios, los cuales están relacionados con el régimen de propiedad que los subsume y los condiciona. Analizar rutinas periodísticas y estructuras de organización mediática demanda un trabajo predominantemente cualitativo. Investigaciones como las de Tuchman (1996), Wolf (1987) o McQuail (1992) utilizan técnicas como la observación participante, entrevistas a profundidad, levantamiento documental y, en casi todos los casos, una etnografía de los procesos analizados. Esta investigación toma gran parte de estos procedimientos, con la finalidad de generar una aproximación pertinente a la realidad de los medios privados y comunitarios del Ecuador y su relación con los regímenes de propiedad.

Para analizar los hábitos, rutinas, prácticas periodísticas y sus múltiples relaciones con los regímenes de propiedad de los medios privados y comunitarios del Ecuador, esta investigación apostó por el método etnográfico entendido como una concepción y práctica de conocimiento que permite “indagar cómo los distintos actores construyen y reconstruyen la realidad social mediante la interacción con el resto de los miembros” (Murillo y Martínez 2010, 5).

La etnografía es quizá la metodología más compleja en el ámbito investigativo, ya que integra técnicas como la observación, la entrevista, el análisis bibliográfico y los pone en diálogo con la experiencia activa del investigador en el campo. Nolla Cao define a la etnografía como un método antropológico que describe las múltiples formas de vida de los seres humanos. Este modelo de estudio articula diversas técnicas para lograr un acercamiento altamente inmersivo, que dé cuenta de las interacciones complejas que se producen en distintas realidades. La etnografía “constituye un método de la ciencia posible de ser validado íntegramente y en cada uno de los procedimientos y análisis que se hagan, aunque va a estar determinado por el estilo del investigador, "del narrador", de su "sensibilidad" y de la comprensión, propiedades o atributos esenciales y artísticos para algunos” (Nolla Cao 1997, 12).

En esta investigación la metodología etnográfica permitió el acceso directo a los imaginarios, representaciones, acciones y prácticas de los periodistas de Radio Quito y las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador. Esta aproximación al campo y a sus agentes permitió comprender cómo se concibe y organiza la propiedad de los medios de comunicación

privados y comunitarios en el Ecuador y de qué manera esta definición configura la forma de trabajar de los periodistas y construye sus "modos de ser y hacer" en la práctica comunicacional.

La potencia investigativa del método etnográfico, aplicado al estudio de rutinas periodísticas, apunta Wolf (1987), radica en que permite recoger y obtener sistemáticamente informaciones y datos interrelacionados, a partir de múltiples técnicas que se yuxtaponen y se complementan con teorías y mecanismos de intervención sobre la realidad mediática contextualmente situada. Además, la etnografía posibilita una descripción densa de la cultura analizada, es decir, no se limita a detallar aquellos aspectos visibles que forman parte del sentido común, sino que permite la comprensión e interpretación de las prácticas y representaciones desde el lugar de enunciación de sus actores. Sin embargo, esa perspectiva de análisis solo se obtiene tras un proceso de socialización con el entorno estudiado, donde es necesario haber consolidado relaciones recíprocas y una suerte de empatía con los agentes sociales y sus respectivas comunidades. Guber (2004) plantea que esa interrelación vinculante se obtiene tras una estadía inmersiva, donde la acción del investigador sobrepasa las instancias metodológicas preprogramadas para el estudio, es decir, las técnicas y los enfoques se funden en la cotidianidad de las rutinas de vida de la comunidad estudiada. La aproximación etnográfica adquiere un verdadero sentido en la medida en que la distancia investigativa se reduce posibilitando la germinación de relaciones sociales orgánicas, que evidencien de forma natural las acciones, conductas y determinaciones de los actores en el campo.

La decisión de emplear un acercamiento etnográfico en esta investigación responde a la necesidad de comprender de qué forma las determinaciones provenientes del régimen de propiedad se impregnan en los habitus de los trabajadores de prensa. Para ello, fue imprescindible acceder de forma directa e íntima a las salas de redacción, pues en estos espacios convergen prácticas y principios; imaginarios y representaciones; habilidades e imposiciones, que, tras un complejo proceso de producción, socialización e interiorización, se convierten en contenidos e informaciones, cuyos sentidos y significados están revestidos de una enorme carga simbólica, de un legado profesional que hace al periodista y a los productos periodísticos en el periodismo.

Este trabajo habla de un acercamiento etnográfico porque, a pesar de apegarse a los propósitos y objetivos de una etnografía, no ejercitó una inmersión de largo aliento en campo de estudio. Esto se debe fundamentalmente a las limitaciones económicas, temporales y coyunturales (pandemia del covid-19) que antecedieron al estudio. Sin embargo, la estadía limitada en las salas de redacción no supuso un obstáculo. Más bien, obligó al investigador a potenciar sus instrumentos metodológicos y planificar estratégicamente los procedimientos a realizarse, con la finalidad de obtener resultados significativos en un tiempo reducido.

La presente investigación se realizó a partir de 5 instancias propias del método etnográfico, las cuales posibilitaron el ingreso al campo, la adecuación de principios, acciones y conductas, la interrelación con los agentes, la obtención y sistematización de datos y la interpretación de los mismos a la luz de las teorías esbozadas en el capítulo 1. Los procedimientos etnográficos empleados fueron los siguientes.

a) Inserción

El ingreso al campo es una de las instancias cruciales del proceso investigativo. El éxito o fracaso de esta acción determina la viabilidad del estudio. En Radio Quito, por ejemplo, la entrada estuvo marcada por una serie de barreras institucionales y burocráticas. Debido a la estructura vertical de la empresa, no se permite el ingreso de personal externo. Las políticas de seguridad profesional, apuntaron los directivos, podrían verse amenazadas a causa de la injerencia de actores no involucrados en la institución y en su rol de pagos. La única manera de obtener la llave de acceso a este campo fue a través de intermediarios, de informantes clave, quienes tendieron un puente entre la institución y el investigador, sobre la base de ciertos intereses, que podrían aprovecharse positivamente para ambas partes.

El medio de comunicación y su personal, motivados por la gestión del informante clave, mostraron interés por obtener una descripción analítica sobre la situación de la radio y sus trabajadores. El deseo de la empresa, apuntaron, fue obtener reflexiones sobre su realidad con la finalidad de: a) ampliar su prestigio y b) autoevaluarse.

A pesar de mostrar interés por la investigación, la resistencia continuó. Sin embargo, hubo un punto de inflexión, que abrió el camino para la entrada a la sala de redacción: la pertenencia

del investigador al campo profesional. El productor general de este medio de comunicación valoró que la persona quien solicitó el acceso comparta la misma formación de los periodistas que allí trabajan. De alguna forma, ese elemento generó un entorno de mayor comodidad y armonía, basado en la vinculación a un mismo gremio, que comparte los mismos sentidos, prácticas y representaciones.

El permiso para investigar en Radio Quito fue temporal y se debía cumplir varios requisitos como: no interrumpir el trabajo de los periodistas, guardar cierta distancia con los temas financieros, no participar del proceso informativo, permanecer en el medio de comunicación por un tiempo limitado y bajo la supervisión de un delegado de la empresa. En las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador el ingreso no presentó mayores dificultades. Únicamente se requirió la venia de los directivos, quienes, en concordancia con su política de datos abiertos y participación libre, aprobaron el ingreso del investigador. El único requisito fue contar con una planificación, donde se establezcan acuerdos previos de cooperación mutua, a fin de obtener beneficios recíprocos. El compromiso fue participar como un periodista más del proceso de producción informativa, a través de los lineamientos establecidos por los miembros de la comunidad.

b) Adecuación

Tras la consecución de los permisos respectivos, arrancó el trabajo de campo. Aunque es necesario reconocer que el inicio estuvo marcado por barreras y exclusiones. La más significativa implicó ser considerado como un espía, como un observador extraño en el espacio natural de los agentes. Garfinkel (2006) asegura que la etnografía no puede realizarse sin entablar un proceso de adecuación, donde el investigador se vuelva competente en el dominio de las prácticas que se estudian. Esto supone que sea capaz de explicar la realidad del ámbito de estudio en su sentido contextual.

En este trabajo la adecuación tuvo dos momentos en función de los medios estudiados.

En Radio Quito, por una parte, la identidad de espía fue un sello distintivo durante las primeras jornadas de investigación. Este aspecto determinó en buena medida el relacionamiento con los periodistas, quienes manifestaban su incomodidad con un agente

externo, quien entorpecía las rutinas de producción informativa. En esta etapa inicial, el relacionamiento se dio a partir de un esquema de enseñanza/aprendizaje, es decir, los trabajadores de este medio daban cuenta de sus actividades, horarios, obligaciones y requerimientos en una suerte de aleccionamiento descriptivo. Debido a ello, se fortalecía la sensación de ser invitado y no parte de un mismo escenario, lo cual limitaba las conversaciones e interacciones entre el investigador y los periodistas, entre periodistas y periodistas.

Más adelante, luego de haber socializado y compartido códigos comunes (institución de formación, amigos, conocidos, prácticas/valores profesionales similares), la interacción se volvió más próxima e íntima, abandonando así el rol de maestro/alumno. Esto supone que las conversaciones dejaron de ser esquemáticas y pasaron a ser fluidas y coloquiales. La confianza generada, a partir de espacios y conocimientos comunes, flexibilizó el acercamiento. Lo volvió más orgánico y menos artificial. De esa manera, se consiguió poner en escena el principio de adecuación, cuya máxima establece la negociación de roles. Esto quiere decir, un proceso de relaciones entre actores, donde los aspectos negativos del investigador son reemplazados por percepciones socialmente relevantes sobre su trabajo.

En ERPE, la entrada al campo de estudio presentó ciertas similitudes con respecto a Radio Quito. El ingreso a la comunidad generó ciertas reticencias por parte de sus integrantes, quienes miraron con incertidumbre la presencia de extraños. Sin embargo, debido al carácter participativo de este medio, la socialización y el relacionamiento implicó una integración más amplia y más ágil, es decir, hubo una suerte de vinculación vivencial, pues desde el primer día se establecieron compromisos entre ambas partes. El investigador aceptaba contribuir en la producción comunitaria a cambio de realizar el estudio. Esta situación hizo posible que el principio de adecuación germine de forma natural, facilitando la obtención de datos, documentos, entrevistas y anotaciones. La participación activa del investigador en múltiples actividades aceleró la inserción en el campo y flexibilizó las restricciones. Básicamente, la práctica, la presencia y la rutina fortalecieron las relaciones sociales.

c) Análisis de experiencias y prácticas

Una vez superada la fase de espía, la investigación adquirió un rumbo más estable. Las relaciones entre periodistas volvieron a fluir de manera natural, la hostilidad se redujo y los controles por parte de supervisores se volvieron escasos. Esto supuso que las conversaciones, las prácticas, las rutinas y las interacciones empezaron a desarrollarse obviando la presencia de un agente externo. Observar sin ser observado. Ese detalle hizo posible el registro de diálogos, la codificación de prácticas y procedimientos de producción informativa. La perspectiva de análisis se amplió, debido a que la presencia del investigador fue asumida como algo cotidiano, como si fuera parte del día a día. Ser integrado a la rutina abrió un abanico de oportunidades. Hubo libre movilidad por las salas de redacción, las cabinas de emisión, el departamento de archivo, la sala de posproducción, los pasillos y el comedor de ambas radios.

Gracias al libre acceso, se incrementaron los espacios de observación y diálogo, es decir, las relaciones ya no se limitaban a la unidireccionalidad propia de la entrevista formal, sino que se extendían al terreno de lo cotidiano, de lo íntimo. Las charlas de pasillo, los diálogos de recreación otorgaban importantes hallazgos de cómo los periodistas perciben su presencia en el medio de comunicación y de qué forma este, a través del régimen de propiedad y la línea editorial, determina y condiciona su trabajo. Quejas, bromas, anécdotas, chistes y comentarios, forman parte de los materiales más representativos de esta investigación, que recuperó la subjetividad y las prácticas rutinizadas de los periodistas para reflexionar sobre sus acciones profesionales y sus limitaciones institucionales.

Periodista Radio Quito: Cuando eres periodista te acostumbras a todo: a salir tarde, a trabajar los domingos, a perderte todas las reuniones familiares, a que te hagan problema por algún tema que publicaste... o que no publicaste. A todo se acostumbra uno en este trabajo. Medio duro es, pero uno ya se adapta y luego es casi lo mismo.

Investigador: Y, ¿sigue siendo lo mismo con los últimos cambios administrativos?

Periodista Radio Quito: No, pues. Eso sí nos hizo pedazos. Con decirte que antes la sala de redacción siempre estaba llena. Ahora ya porque viniste tú tengo con quien conversar. De ahí, solita se estar hasta el último informe.

A pesar de que el horizonte investigativo se amplió, el acercamiento presentó diversos niveles de inmersión dependiendo del medio de comunicación. En Radio Quito, por ejemplo, la socialización no fue participativa, sino más bien lejana, como la de un observador que intenta ser parte del juego y a veces lo logra y a veces no. Esto se debe a que, a pesar de entablar nexos realmente cercanos con los periodistas, quienes, en su gran mayoría, se convirtieron en informantes clave, las disposiciones burocráticas de la empresa nunca se disiparon y las prohibiciones y miedos constantemente aparecían, sobre todo, cuando las charlas derivaban en cuestiones administrativas, presupuestarias o financieras, etc. El ingreso al campo como investigador y no como pasante o periodista (participante), sí redujo las oportunidades de obtener material ligado a la empresa y sus formas de organización burocrática del trabajo periodístico.

En ERPE, la aproximación etnográfica tuvo otros niveles e implicaciones. En primera instancia, sí hubo resistencias. Aunque estas fueron pasajeras. La adecuación se desarrolló de forma dinámica y encontró distintos canales para generar vínculos directos y participativos. Esta rápida integración a las rutinas de vida y trabajo tuvo mucho que ver con la estructura participativa de la radio, que incorpora de manera vinculante a quienes forman parte a la comunidad.

-Periodista: La radio es de todos. Desde el primer día ponemos el hombro y trabajamos juntos por la radio. Usted apoya, nosotros apoyamos y nos beneficiamos mutuamente. De eso se trata estar aquí.

-Investigador: ¡A las órdenes!

-Periodista: Hoy, para empezar, le toca acompañarle al compañero Eduardo a la finquita que tenemos. De paso, vaya y pregunte si hay alguna novedad con la gente de por allá, alguna información que quieran trasladar a la radio. Así empieza de una vez conociendo y colaborando.

La participación en los procesos de producción informativa fue clave para obtener, de primera mano, una experiencia muy cercana a la de los trabajadores de ERPE. Desde esta esfera

vivencial y participativa se pudo palpar los determinantes que permean la acción profesional y comunitaria de los integrantes de la radio, quienes constantemente se enfrentan a procesos de revisión y evaluación entre sus pares. Hay reglas, hay códigos, hay lineamientos tangibles e intangibles que únicamente pueden ser percibidos durante la participación. En primera instancia, esta puede ser meramente periodística. Sin embargo, también puede trascender el horizonte profesional y volverse comunitaria. Uno de los procesos etnográficos más representativos se dio durante las cosechas de granos. Allí, todos los miembros de la radio participaban. Unos pelaban habas, otros las enfundaban y otros las vendían, a fin de obtener recursos para la sostenibilidad del medio de comunicación. Metodológicamente, estos espacios de integración arrojaron diálogos, anécdotas, relatos, que contribuyeron al análisis realizado por este estudio.

También es importante señalar que, a diferencia de las empresas privadas donde hay cierto tipo de celo financiero y administrativo, en este espacio, la obtención de información financiera y presupuestaria no implicó mayores limitaciones, debido a que la institución maneja una política de datos abiertos. Por todos estos detalles, el trabajo de campo y el análisis de las prácticas y procesos de producción informativa se tornó más vinculante, complejo y enriquecedor.

d) Interpretación

Uno de los momentos más complejos a los que se enfrentó la presente investigación fue decidir cuándo se llegó al punto culminante del trabajo de campo. Nolla Cao (1997) sostiene que hay un momento donde la inmersión se vuelve estéril, donde los hallazgos redundan los resultados, donde la información pierde novedad y únicamente sirve para reconfirmar aquello que ya fue descubierto. En ese instante, la etnografía llega a su punto culminante. En un primer momento, la propuesta de la autora corría riesgo de no materializarse en este trabajo, debido a que no se contó con el tiempo y los recursos necesarios para llegar a un punto de saturación medianamente satisfactorio. El principal obstáculo es que su consecución no es inmediata, sino que puede prologarse por periodos temporales sumamente extensos.

Sin embargo, y a pesar de estar consciente de esa limitación, el presente estudio determinó que la saturación debía ser diagnosticada en función del problema de investigación y sus objetivos y no en función del tiempo. Por ello, se optimizaron los recursos y técnicas, con el

afán de cubrir la mayor cantidad de espacios e instancias posibles. De esta forma la interpretación y el análisis llegaron en un momento donde ya se había obtenido buena parte de la apuesta metodológica y, por ende, debía ser relacionada con las categorías teóricas que enmarcaron el estudio.

Capítulo 4. Habitus y prácticas periodísticas analizadas desde la base material de la comunicación. Radio Quito: análisis de resultados

4.1 Radio Quito: participación y pertenencia al campo periodístico

Bourdieu (2007) sostiene que los campos aseguran su conservación a través de la creación y reproducción de habitus, es decir, de principios generadores de prácticas y representaciones. Ahora bien, para participar en un campo no basta con tener la intención de hacerlo, sino hacerlo por inercia, porque se nació en el juego, porque a él se pertenece. Y en este particular caso de estudio es posible señalar que Radio Quito pertenece de forma orgánica y natural al campo periodístico. Esto se debe a que nació en él, fue diseñada para ser y actuar en él, sus propiedades y características obedecen a aquellas reglas que establece el campo al que responde. Básicamente, haber sido engendrada por un medio de comunicación constituido y constituyente del campo periodístico, le otorga la legitimidad y autoridad para disputar aquellos capitales que están en juego. En 1940, Carlos Mantilla Ortega, uno de los accionistas mayoritarios de diario El Comercio, funda Radio Quito y en sus primeras declaraciones señaló lo siguiente: “la empresa editora El Comercio, cumpliendo un antiguo anhelo, contribuye con este nuevo medio de difusión al desarrollo de la radio ecuatoriana.” La afirmación demuestra que esta radio es parte de una estructura que estructura, pues goza de reconocimiento y múltiples capitales, que le permiten conocer cómo actuar en el campo y cómo conquistar y resguardar el dominio de sus regularidades.

Debido a esta herencia histórica, Radio Quito gozó desde sus albores de un dominio absoluto de las regularidades de su campo. Su aura de pionera y líder de las radios nacionales no fue únicamente un identificativo publicitario. Fue una realidad palpable, ya que históricamente se benefició de la supremacía económica y política que ejerció diario El Comercio en su ámbito de acción. La pertenencia de Radio Quito al campo periodístico también tiene que ver con la conservación de sí misma, es decir, su institucionalidad está comprometida con los intereses que definen su campo. Está comprometida, por ejemplo, con la competencia económica por lograr mayores cuotas de mercado. Está comprometida con la conservación del statu quo que garantiza su influencia y poder. Está comprometida con el mantenimiento y reproducción los

valores liberales del periodismo tradicional a fin de ser asumida como un actor legítimo y competente por parte de otros medios y de los públicos.

Radio Quito ocupa una posición dominante en su campo. Y esto se debe a que ha logrado consolidar un proyecto mediático que se ajusta a las propiedades y características de ese campo. A lo largo de la historia ha acumulado una importante cantidad de capitales y recursos que le permiten incidir en su espacio de juego y transformarse en un actor hegemónico. En última instancia, se podría decir que acumula recursos que otros medios no poseen. Este medio, por ejemplo, cuenta con una infraestructura de primer nivel, conformada por instalaciones y equipos tecnológicos de vanguardia, que le otorgan supremacía a la hora de generar contenidos y transmitirlos. También cuenta con recursos económicos para ampliar el rango de cobertura informativa y, según mencionan sus periodistas, “llegar a donde otros medios no llegan” (Periodista 8. Entrevista Personal N. ° 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Esto quiere decir que existen los medios para costear el trabajo periodístico, el cual se diferencia de su competencia no solo por lo económico, sino también por lo profesional. Esta suerte de distinción supone que los integrantes de esta radio desarrollan capitales que los posicionan en el campo y los convierten en actores dominantes. Además, Radio Quito, debido a su amplia trayectoria histórica, su éxito comercial y su alcance, cuenta con un recurso particular, que la convierte en un medio dominante: la capacidad de influir en las esferas de deliberación pública. Todos estos recursos y estrategias le han permitido a este grupo mediático orientar a sus agentes para garantizar su consagración dentro del campo de fuerzas del periodismo.

Incrementar el poder y la capacidad de acción en el ámbito mediático y comercial, a través del fortalecimiento del conglomerado, podría leerse como una estrategia de Radio Quito, o más precisamente de Grupo El Comercio, para imponerse en el juego y ocupar posiciones privilegiadas a la hora de tomar decisiones. Más allá de consolidar un reconocimiento histórico por los aportes profesionales y periodísticos, este medio de comunicación ocupa un rol dominante en su campo porque ha demostrado con recurrencia que su lógica, su *illusio*, está apegada de forma íntima a los designios del mercado, es decir, sabe cómo funciona,

conoce cómo actuar, tiene una idea clara de cómo obtener beneficios y dominar íntegramente su campo de acción.

Al hablar de la posición que ocupa Radio Quito en el espacio mediático comercial del Ecuador, sus directivos afirman que el dominio está fundamentado en la repetición constante y perfectible de una fórmula secreta para hacer periodismo (y también negocios). Esta receta única e insustituible se ha convertido en una suerte de manual, escrito a lo largo del tiempo, del cual se valen los administradores y periodistas para desarrollar sus actividades. Allí se han recopilado e incorporado experiencias y proyectos económicos, políticos y comunicacionales, que han dado forma a la industria y la han posicionado como un referente. Bien podría decirse que las luchas pasadas, la trayectoria y, sobre todo, los capitales acumulados le han otorgado a Radio Quito una suerte de protagonismo en el campo periodístico, pues domina con solvencia los espacios fragmentados que lo componen: maneja a la perfección las estrategias comerciales, es decir, conoce cómo conquistar nuevas y mayores cuotas de mercado; proyecta y posiciona sus expectativas e intereses políticos en la agenda pública, es decir, logra participar de la toma de decisiones; y ejerce un control manifiesto de las regularidades inmanentes a la prensa liberal, que define el espíritu, organización y funcionamiento de la empresa y de los agentes que la conforman.

4.2 Regímenes de propiedad mediáticos: estructuras que estructuran

En Radio Quito se pudo observar una serie de contigüidades que demuestran la influencia de lo material por sobre los procesos periodísticos. Desde la estructura societaria, pasando por la línea editorial hasta la organización y las prácticas del trabajo están impregnadas de determinaciones que pretenden conservar su estructura, conservando las regularidades que permiten su funcionamiento.

Si la noción de propiedad determina la naturaleza del medio, la naturaleza de Radio Quito está dada, en buena medida, por el interés particular, por la propiedad individual, por el lucro privado. De hecho, la idea de que lo económico, tal como lo sostiene Bourdieu (1976), ejerza

un dominio absoluto de las regularidades del campo, le resta autonomía a lo periodístico y lo emplaza a una relación de subordinación y sometimiento con respecto a los designios del mercado. Radio Quito ha asumido esa configuración. La reconoce y la reproduce. Y lo hace desde su definición institucional, la cual le permite dirigir y organizar los procesos empresariales y periodísticos.

Radio Quito se concibe jurídicamente como una Compañía Anónima. Esto implica que se piensa a sí misma como “una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (Superintendencia de Compañías del Ecuador 1976). La Compañía Anónima en el Ecuador permite la administración sistemática y permanente de grandes capitales, que se mantienen a lo largo de los tiempos. Esta clasificación jurídica tiene, grosso modo, tres finalidades: la acumulación de grandes masas de capital; la flexibilidad en la asignación de los recursos y en la coordinación de la producción; y la dispersión de la propiedad del capital productivo. Este tipo de clasificación societaria da cuenta de que el régimen de propiedad de Radio Quito está inscrito en un modelo cuyo eje se centra fundamentalmente en las posibilidades económicas y en las regularidades de su modo de producción, que determinan el curso de los procesos y actividades que deben seguir los agentes que conforman el medio de comunicación.

Concentrar grandes capitales mediáticos y administrarlos libremente (aunque no sean del todo privados sino fundamentalmente de interés público) le permite a Grupo El Comercio ocupar una posición privilegiada en su ámbito de acción, pues tiene la capacidad de tomar decisiones y dirigirlas según las necesidades económicas de sus propietarios. Además, esas decisiones se convierten en disposiciones de obligatorio cumplimiento, ya que responden a la ontología de la institución. Definirse y redefinirse para ampliar el horizonte productivo es una potestad que regula y modifica las relaciones internas del medio de comunicación. Las concordancias encontradas en este estudio permiten afirmar que el régimen de propiedad construye y determina las regularidades, delimita las prácticas y representaciones, instituye una *illusio* para aquellos que forman parte del juego.

Es en este contexto de condicionamientos y determinaciones donde cobran sentido las modificaciones corporativas que ha experimentado este grupo mediático en los últimos siete años. En el 2015 la familia Mantilla, fundadora de diario El Comercio, de diario Últimas Noticias, de Radio Quito y de Radio Platinum, vendió el 94.93% de sus acciones a la empresa Telecomunicaciones Globales de Entretenimiento Televisivo (Telglovisión S.A.), propiedad del magnate mexicano de medios Ángel Remigio González González. La venta del mayor paquete accionario a una transnacional mediática supuso una serie de modificaciones al régimen de propiedad de Grupo El Comercio, el cual pasó de ser una empresa de propiedad familiar a una empresa dirigida por agentes internacionales. Esto, a pesar de que la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada en el 2013², prohibía que medios de comunicación de carácter nacional puedan pertenecer directa o indirectamente a organizaciones o compañías extranjeras.

La estructura legal societaria de Grupo El Comercio, es decir la Compañía Anónima, facilita este tipo de negociaciones, pues se inscriben dentro del marco legal, en el cual pueden desarrollarse transacciones y modificaciones de las cuotas accionarias, sin perjuicio de la estructura operativa de los medios que la conforman. Las modificaciones sobre el régimen de propiedad, con objetivos enteramente mercantiles, impusieron en Radio Quito una serie de constricciones organizacionales, empresariales y periodísticas. La más relevante en este caso de estudio tiene que ver con la fusión de las estructuras operacionales y organizativas de este medio con otros medios de comunicación pertenecientes al mismo Grupo El Comercio. No obstante, hay que reconocer que este proceso de cooperación interinstitucional ya tiene un pasado visible, pues en 1996 inició la construcción de una cadena radial que, bajo tácticas de concentración y cooperación empresarial, logró ampliar sus capacidades económicas y lucrativas. Lo que sucede desde el 2015, con el traspaso de la titularidad del conglomerado mediático al emporio de González, es que la concentración y las relaciones corporativas se fortalecieron.

² “En el 2014, a través de del Reglamento General de la Ley de Comunicación se incluyó una excepción que permitía a personas naturales y jurídicas nacionales de los países que hayan suscrito convenios de cooperación comercial o de complementación económica fuesen propietarios de medios. Esto permitió que varios grupos económicos transnacionales siguieran siendo propietarios de medios.” (Acosta, Calvopiña y Cano 2017, 19)

En 1996 Guadalupe Mantilla Acquaviva funda Radio Platinum (90.9 FM), con el objetivo de potenciar la programación, cobertura y audiencia de Radio Quito (760AM), que, por aquel entonces, atravesaba una crisis estructural a causa de la decadencia de la señal en Amplitud Modulada. La estrategia empresarial emprendida por Mantilla consolidó un nuevo y poderoso medio de comunicación que ya lleva 25 años de funcionamiento. Durante este tiempo se ha observado una fusión total entre ambas frecuencias, pertenecientes al mismo grupo mediático. Esto supone que no comparten únicamente directrices institucionales, sino también infraestructura, programación, personal y recursos. Esta dependencia corporativa es el resultado de un régimen de propiedad que continuamente amplía su espectro y potencia sus capacidades. Si bien es cierto, esta forma de administración puede ser entendida como una mística empresarial, también puede ser asumida como una forma de hiperconcentración mediática, pues no solo se acaparan frecuencias, sino también los distintos elementos y procedimientos que forman parte del proceso productivo. Prueba de ello es que durante 38 veces al día las señales de Radio Quito y Radio Platinum (cada una con una estructura societaria independiente) se enlazan para transmitir programas informativos (35 espacios: 33 microinformativos y 2 noticieros), deportivos (2 espacios informativos y de opinión) y de opinión (1 espacio de entrevistas).

Por otra parte, el régimen de propiedad también establece pautas procedimentales de acción organizacional y operativa. Esto se observa, al menos, de dos formas: en la interrelación entre trabajadores del mismo conglomerado mediático y en la cooperación y abastecimiento de equipos tecnológicos. La interacción entre agentes del mismo grupo empresarial está dada no solo como una práctica naturalizada por los periodistas, sino más bien como una cláusula contractual de trabajo, lo cual obliga al personal de este grupo empresarial a relacionarse productivamente entre las distintas entidades que lo componen. En Radio Quito, por ejemplo, a raíz de la venta de las acciones al grupo Telglovisión S.A., se prescindió del equipo de reportería y se lo reemplazó con el personal de diario El Comercio, Televisión (el canal de televisión de Grupo El Comercio, perteneciente al grupo ORTEL, propiedad de Ángel González) y Red Telesistema RTS (el canal de televisión perteneciente al grupo ORTEL). Por disposición gerencial, a partir del 2015, los grupos de trabajo cambiaron su dinámica y se adaptaron a los nuevos lineamientos, que establecían un trabajo asociativo y corporativo entre los trabajadores de Grupo El Comercio.

Antes del traspaso de la titularidad de los medios de Grupo El Comercio al nuevo presidente del directorio, Ecuadoradio trabajaba con equipo propio, con noticias propias y desde el lugar de los hechos. Ahora hay una comunión con diario El Comercio y también con las cadenas televisivas que dispone la empresa: RTS, TVC, que, con sus periodistas, nos envían la información para que la transmitamos. Existe una comunión de información. La esencia misma de información no se ha perdido en Radio Quito. Continuamos informando con lo que podemos, pero también contamos con la participación de los periodistas de diario El Comercio, RTS y TVC (Periodista 8. Entrevista Personal N. ° 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

En definitiva, las relaciones sociales de producción en este caso de estudio no son autorreguladas por la dinámica de construcción informativa (*newsmaking*), sino más bien impuestas, es decir, ordenadas por el régimen de propiedad, que establece pautas procedimentales a seguirse en el proceso comunicacional mediático, con el objetivo de garantizar su estructura y funcionamiento. Esto supone que las industrias mediáticas altamente concentradas como Radio Quito dirigen todos sus esfuerzos hacia el control de la organización profesional (prácticas y rutinas periodísticas), con la finalidad de regular las interacciones entre agentes sociales y con ello establecer un dominio absoluto de la cadena productiva, la cual debe priorizar la conservación del régimen de propiedad en sus diferentes formas, a través de los habitus naturalizados y asumidos como propios a lo largo del tiempo por los periodistas. En última instancia, la superestructura del medio tiene la capacidad de crear y modificar relaciones sociales a su conveniencia (Mosco 2006).

Los periodistas de Grupo El Comercio no trabajan para diario El Comercio, ni para Últimas Noticias, ni para Radio Quito, ni para Radio Platinum, ni para RTS, ni para TVC. Los trabajadores de esta empresa no trabajamos para un solo medio, sino para todos (Periodista 2. Entrevista Personal N. ° 2. Quito, 5 de noviembre de 2019).

Al igual que la organización de recursos humanos, la infraestructura tecnológica también es parte del ordenamiento impartido por el régimen de propiedad, que insta a sus estructuras a colaborar mutuamente para el efectivo crecimiento y desarrollo empresarial del grupo mediático. Las modificaciones que tuvieron lugar a partir del cambio de titularidad de Grupo

El Comercio impactaron directamente en la capacidad técnica de cada medio. Y es que todos ellos reforzaron sus estructuras mediante innovaciones y prestaciones operativas.

Debido a ello, tanto Radio Quito como los distintos medios que forman parte de esta red cuentan con equipos y conexiones de vanguardia, lo cual les permite producir y transmitir en consonancia con los avances tecnológicos que impone el mercado mediático contemporáneo. La última innovación y la más significativa se dio a finales del 2019 cuando tres cámaras de televisión fueron instaladas en la cabina principal de Radio Quito con la finalidad de grabar y transmitir las entrevistas matutinas, realizadas por Miguel Rivadeneira y Gonzalo Ruiz Álvarez (ambos periodistas de diario El Comercio y conductores del noticiero de Radio Quito en su primera emisión), para el espacio informativo de Televisión, la estación televisiva de Grupo El Comercio.

Todos los días se transmite en TVC las entrevistas que se realizan en la mañana en nuestra radio. Entonces, la entrevista se presenta en formato televisivo, dando la bienvenida y todo eso. Miguel es muy inteligente porque en 15 minutos logra tocar los temas más importantes, porque ese es el tiempo máximo que da la televisión. Luego de conversar le dice “Bueno, vamos a hacer una pausa. Gracias por acompañarnos en TVC”; entonces le despide al entrevistado de la televisión, pero se queda con él para seguir en la radio. A los compañeros técnicos les tocó aprender y adaptarse a los nuevos equipos porque es diferente la dinámica que se maneja en televisión. Entonces, a los compañeros técnicos les tocó aprender los estilos de cámara, las transiciones y formatos de la tv a los que no estaban acostumbrados. De hecho, vino un compañero de TVC a prepararlos a los compañeros con las técnicas y con el manejo de los aparatos, para cumplir con los lenguajes de TVC (Periodista 9. Entrevista Personal N.º 9. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Las disposiciones provenientes de acuerdos y decisiones gerenciales son de estricto cumplimiento en Radio Quito. Varios periodistas consideran que el actual engranaje organizacional y operativo ha sido pensado para el crecimiento de la empresa. Muchos de ellos no ven a estas nuevas medidas administrativas como limitantes, sino más bien como una evolución empresarial que implica adecuarse a una nueva dinámica de la propiedad, a nuevos regímenes y a nuevas estrategias comerciales. Si bien la dependencia estructural está dada, las posibilidades corporativas presentan ambiciosas posibilidades de crecimiento, puesto que se

construyen alianzas internas y externas que garantizan la preservación y desarrollo del medio de comunicación.

No obstante, en Radio Quito también hay un grupo de trabajadores quienes consideran que el cambio de titularidad de Grupo El Comercio significó un cambio trascendental en cuanto a la autonomía de cada medio integrante del conglomerado. Las modificaciones del régimen de propiedad implicaron transformaciones a gran escala (administración de recursos humanos, tecnológicos y comerciales), las cuales sí influyeron en la capacidad de decisión de los directores del medio y periodistas, quienes actualmente se hallan a expensas de las disposiciones gerenciales realizadas en torno a temas considerados como netamente corporativos, entre ellos: organización y distribución de personal, adquisición de nuevos equipos, compra de programación, incentivos publicitarios, etc.

Lo que pasa es que nosotros teníamos reporteros propios que se movían de un lado al otro y ellos nos informaban de todo el acontecer nacional e internacional. Ahora también esperamos que nos envíen el material los reporteros de El Comercio y TVC. Pero no es la información del instante como antes. Obtener información del momento, de ese instante era la esencia de Ecuador Radio, era la base (Periodista 8. Entrevista Personal N. ° 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Con los nuevos propietarios cambiaron drásticamente las políticas institucionales. Ahora nos apoyamos de los periodistas de otros medios. Hemos perdido bastante. Antes éramos pioneros y siempre teníamos nueva información (Periodista 10. Entrevista Personal N. °10. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Los periodistas más antiguos de Radio Quito señalan que antes funcionaban como una estructura autónoma, a pesar de ser parte de una empresa familiar con otros medios de comunicación a su disposición, es decir, tenían la capacidad de dirigir los recursos humanos y operativos en función de las necesidades de la radio. Esta posibilidad de obrar en beneficio propio y no en beneficio corporativo le otorgaba a esta institución una especie de libertad administrativa, aunque con ciertas restricciones, determinadas por la estructura concentrada y vertical del grupo mediático. Sin embargo, el cambio de titularidad del medio menoscabó ese

parcial grado de autonomía e impregnó en la estructura gerencial de la radio un espíritu de cuerpo (económico, operativo y editorial) con todas las empresas integrantes de Grupo El Comercio.

En este sentido, es necesario señalar que las industrias mediáticas contemporáneas (pertenecientes a las élites políticas y económicas de cada contexto), como Grupo El Comercio, han sido pioneras en la transformación del negocio de las comunicaciones, ya que han logrado controlar los puntos nodales del proceso mediático, que incluyen la producción, distribución, intercambio y adaptación de prácticas y contenidos a los cambiantes mercados y tecnologías. La conquista de nuevos frentes mediáticos le permite a Radio Quito y a su grupo empresarial generar una concentración ampliada, donde las empresas alcanzan nuevos estadios de desarrollo, a partir de la interconexión societaria con grupos transnacionales, cuyo poderío productivo y económico solventa la administración de las redes corporativas en todo el continente.

Este fenómeno de hiperconcentración y transnacionalización de la propiedad mediática (McQuail 1992) es muy cercano a la realidad que viven las empresas integrantes de Grupo El Comercio, ya que todas ellas, a partir del cambio de titularidad del 2015, forman parte de la red continental de medios Albavisión, cuyo accionista mayoritario es Ángel Remigio González González. Este conglomerado transnacional agrupa, bajo la figura de afiliados, a 45 canales de televisión, 68 emisoras de radio, 3 cadenas de televisión y 1 medio impreso en 15 países de América Latina. Los vínculos y alianzas que se entablan entre los integrantes de esta red mediática permiten ampliar la capacidad de producción y cobertura de cada industria informativa. Debido a ello, Radio Quito cuenta con múltiples colaboraciones por parte de instituciones internacionales, las mismas que funcionan como proveedores de materiales, contenidos y estrategias comerciales.

Las evidencias recogidas a lo largo del trabajo de campo dan cuenta de que existe una superestructura que configura el funcionamiento y operatividad de la industria mediática y todos sus componentes. Los lineamientos emanados desde la concepción de la titularidad del medio modifican directa e indirectamente las prácticas, formatos y rutinas de Radio Quito. Los grandes conglomerados mediáticos como Grupo El Comercio ejercen sus actividades

desde esta esfera. Es justamente en este estadio donde las estructuras mediáticas estructuran las fases materiales y subjetivas del proceso productivo de comunicación mediática. No obstante, esta configuración, tal como se observa en el caso de Radio Quito (a través de la venta de sus acciones), no responde a caprichos personales, sino, más bien, a imperativos directivos y a consideraciones de mercado (McQuail 1992).

4.3 Estructuras organizacionales y empresariales en Radio Quito. ¿Cómo se conectan los principios y las prácticas?

En Radio Quito se presentan una serie de regularidades que permiten identificar, al menos, dos instancias, que materializan aquello que está inserto en esa gran superestructura llamada régimen de propiedad. Por un lado, se encuentra la estructura empresarial, que funciona como un catalizador institucional de las disposiciones y normativas emanadas desde régimen de propiedad. Este nivel podría entenderse como una suerte de condensador de habitus, ya que conecta el modo de pensar la propiedad del medio y el espíritu liberal del medio con el quehacer operativo. La relación mencionada se observa de la siguiente forma: el régimen de propiedad define las reglas de juego, es decir, determina los niveles de producción informativa, la pertinencia de espacios y contenidos radiales, la rentabilidad de los servicios profesionales de los periodistas y presentadores, las alianzas comerciales y políticas. Posteriormente, los directivos y editores del medio aterrizan esos principios ordenadores en la práctica profesional, a través de esquemas de trabajo, fundamentados en la línea editorial, que se erige como un cuerpo de valores empresariales y profesionales, que guían el quehacer de los trabajadores de Radio Quito.

Por otro lado, está la estructura organizacional, que funciona como un mecanismo ordenador de la producción mediática. En Radio Quito, esta estructura se encuentra determinada por los procedimientos burocráticos que hacen funcionar a las áreas y los trabajadores de esta industria mediática. Esta estructura se plasma mediante un organigrama laboral, donde se segmenta y distribuye al personal y sus asignaciones de forma jerárquica.

Ahora bien, en Radio Quito las estructuras empresariales y organizacionales trabajan de manera conjunta y articulada con la finalidad de resguardar los preceptos establecidos por el régimen de propiedad. Shoemaker y Reese (1991) sostienen que estas estructuras son un eslabón esencial en el proceso de mediación entre el medio, sus trabajadores y la sociedad. Por ello, tanto las directrices institucionales como la socialización y las actitudes de los periodistas pasan indefectiblemente por el filtro de realidad y el enfoque del medio, materializado en su proyecto ideológico y editorial.

El enfoque editorial e ideológico de Radio Quito es el mismo enfoque de Grupo El Comercio. Y se define por la presentación exhaustiva de las noticias en relación a la verdad de la información que recopilamos. Siempre tratamos de llegar a la verdad y contar lo que ocurre en Ecuador y el mundo lo más objetivamente que se pueda. Periodísticamente no estamos de ningún lado, pero lo que buscamos como medio de comunicación es presentar las noticias tal cual se presentan. Uno de nuestros propósitos, obviamente, es aportar para que haya una democracia plena, pero bajo el concepto de que no estamos parcializados hacia nadie, hacia ningún lado (Periodista 1. Entrevista Personal N. °1. Quito, 10 de noviembre de 2019).

Lo mencionado por el productor de este medio de comunicación da cuenta de que el enfoque editorial de Radio Quito está determinado por los valores liberales del periodismo clásico con los que se ha formado a lo largo de la historia. Esto supone que se reivindica la objetividad, la neutralidad, la contrastación y la veracidad como ejes constitutivos de un ser institucional, que se identifica “con principios democráticos y participativos”, que apuntan hacia una defensa radical de la libertad de expresión” (Periodista 1. Entrevista Personal N. °1. Quito, 10 de noviembre de 2019). Este conjunto de preceptos editoriales, que se configura como la columna vertebral del medio de comunicación, articula los objetivos económicos, políticos y profesionales de Radio Quito y los transforma en hábitos de obligatorio cumplimiento para los agentes que habitan en este espacio.

En el 2019, cuatro años después de la venta de Grupo El Comercio al conglomerado de Ángel González, la línea editorial de Radio Quito presentaba una particularidad atípica, determinada por el mantenimiento del enfoque ideológico de sus fundadores y antiguos propietarios, quienes conservaron en los diversos medios del grupo un criterio editorial apegado a la visión liberal (constituida por los valores profesionales del periodismo clásico), reivindicada

públicamente desde sus inicios como medio de comunicación. Esto, a pesar de ser accionistas minoritarios.

Extraoficialmente se conoció que durante el proceso de compraventa de las acciones hubo una cláusula especial en el contrato firmado entre la familia Mantilla y Telglovisión S.A., donde se garantizaba que la línea editorial seguiría siendo la misma, inclusive, que buena parte de los miembros del Comité Editorial serían seleccionados por los fundadores de Grupo El Comercio.

Este fenómeno puede tener, al menos, dos lecturas. La primera es que la familia Mantilla no quiso perder por completo el poder inherente a este emporio mediático y para ello estableció ciertas reglas de juego, que le permitieron conservar una cuota importante de mando. La segunda, es que los nuevos propietarios decidieron conservar el enfoque ideológico (tradicional) del conglomerado mediático en virtud del éxito comercial obtenido a lo largo de los años. Sea cual fuere la razón de esta medida, la línea editorial de Grupo El Comercio se mantuvo, aunque sí experimentó ligeras coacciones, sobre todo, en temas relacionados con la política, pues se visibilizaron ciertos roces entre los nuevos y los antiguos propietarios, debido a las alianzas estratégicas y a las distintas agendas empresariales e ideológicas. Las concordancias encontradas durante el trabajo de campo muestran que los periodistas no solo asumían e interiorizaban la línea editorial, sino que también podían definirla, y lo hacían con el objetivo de comparar y poner en cuestión los enfoques persistentes: el de la empresa Mantilla y el de la empresa González.

El primer enfoque, según señalan los periodistas de Radio Quito, está marcado por una visión liberal, de raigambre democrática, que tiende a la defensa de las libertades.

Creo que Grupo El Comercio tiene mucha amplitud. Es bastante pluralista, pero tiene una línea editorial. Y eso te lo va a decir el Grupo Editorial. Ahí si no me compete decirte si tiene una línea editorial amarilla, azul o roja porque quizá caeríamos en un sesgo. Pero, puedo dar fe, porque mi tendencia política muchas veces ha sido abordada en entrevistas y no necesariamente ha tenido que ser en convergencia con la línea editorial de Grupo El Comercio. Pero sí estoy seguro de que es una línea frontal, liberal, es verdad, pero muy pegada

los valores democráticos (Periodista 4. Entrevista Personal N. ° 4. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Esta afirmación guarda estrecha relación con el ideal libertario del periodismo clásico. McQuail (1992) sostiene que esta visión puede considerarse un derecho de propiedad, pues “protege cuanta diversidad pueda haber y se expresa en la aportación al mercado de las demandas de unos consumidores libres” (McQuail 1992, 208). Bajo esta premisa democrática y liberal, indican los periodistas e Radio Quito, se erige la línea editorial clásica e identificativa de su medio.

El segundo enfoque, apuntan, está marcado por una visión menos política y más apegada a los intereses comerciales del grupo González, cuya tendencia editorial refleja una cohesión ideológica con los gobiernos de turno.

La nueva línea editorial tiene algunos detalles particulares. Detalles como la suavidad con respecto a algunos temas polémicos, usualmente políticos. De lo que se trata ahora es de no meterse en muchos conflictos, sino, más bien, solo informar, porque así se cree que no nos ganamos problemas con nadie y podemos relacionarnos con todos (Periodista 10. Entrevista Personal N. °10. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Lo señalado por la periodista permite comprender que los nuevos propietarios de Grupo El Comercio están identificados con una línea editorial más flexible y menos ortodoxa, es decir, tienden a privilegiar lo estrictamente comercial por sobre lo político. “No meterse mucho en problemas” y “relacionarse con todos” implica una apuesta distinta a la convencional, implica una visión distendida, que se apega más a la idea de “neutralidad”, a fin de conquistar nuevas y mayores cuotas de mercado. En este sentido, la primacía del campo y los capitales económicos, tal como lo sostiene Bourdieu (1976), se imponen de forma absoluta. Incluso, se podría decir que se imponen como línea editorial.

Durante el proceso investigativo, ambas líneas editoriales, ambos enfoques pugnaban por sobreponerse ante el otro. Sin embargo, como se señaló en líneas previas, la ortodoxia de este espacio se mantenía vigente, es decir, los lineamientos clásicos, identificativos de Radio

Quito y Grupo El Comercio (los establecidos por la familia Mantilla), seguían siendo los preponderantes.

La conservación de la línea editorial de un medio de comunicación, a decir de McQuail (1992), garantiza el adecuado funcionamiento de la maquinaria humana y operativa, que pone en marcha el proceso mediático. Esto se debe a que mantiene estable la estructura empresarial y organizacional del medio. Según las concordancias encontradas en el trabajo de campo, se puede inferir que en Radio Quito se mantuvo la mística editorial de corte liberal con la finalidad de no alterar el proceso de producción informativa.

Los periodistas y administradores de este medio señalaron que una de sus principales preocupaciones durante la transición administrativa fue el cambio de las regularidades y normas a las que estaban acostumbrados. Un cambio tan abrupto podría alterar sustantivamente sus prácticas, sus rutinas y las estrategias de competitividad y diferenciación (estrategias de mercado) con las que se habían formado y con las que habían logrado obtener el dominio de su campo.

Según lo antes expuesto, es factible indicar que la línea editorial en Radio Quito es asumida como la parte visible del engranaje empresarial del medio de comunicación, ya que, a través de sus principios, diagrama el funcionamiento de la institución y de quienes la componen. Breed (1955) observó que los grandes emporios mediáticos creaban agentes, quienes naturalizaban las disposiciones empresariales y las asumían como propias, a pesar de que estas ejerciesen coerción sobre su gremio y sobre ellos mismos. La conclusión más brillante del estudio de Breed es que casi nunca se habla o se explicita la línea editorial-política de los medios, debido a que es aprehendida por ósmosis y “es impuesta sobre todo mediante el proceso de socialización de los periodistas en el seno de la redacción” (Wolf 1987,207).

Radio Quito, al ser parte de uno de los emporios mediáticos más poderosos de Ecuador, tiene impregnada su línea editorial en las bases mismas de su estructura y funcionamiento. Y esto no se debe únicamente a que está integrada a una red de medios de origen y administración familiar, sino también a que ha forjado a lo largo de su historia un significativo capital

simbólico, que le permite reconocerse y legitimarse públicamente como una entidad liberal cuyos valores institucionales se mantienen vigentes tanto en la maquinaria empresarial como en las prácticas de quienes allí laboran.

Lo que representa esta institución, el nombre, el prestigio de la empresa, te obliga (como periodista) a muchas cosas: a la disciplina, a la constancia, a la puntualidad. Todo esto para no quedar mal ni uno ni el medio de comunicación, porque, al fin de cuentas, ambos son uno mismo para la gente que escucha los programas (Periodista 5. Entrevista Personal N. ° 5. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Este reconocimiento irrestricto de la estructura empresarial del medio de comunicación (sea en forma de institución o a través de sus representantes) constituye la esencia misma de la línea editorial, que debe ser naturalizada y asumida como propia por todos los actores que componen el proceso mediático, desde los propietarios, pasando por los periodistas, hasta las audiencias. El habitus de Radio Quito se materializa en esa compleja fusión de intereses particulares, profesionales y empresariales.

Ahora bien, esta legitimación universal de la postura editorial del medio de comunicación no ocurre únicamente de forma invisible, es decir, no es naturalizada por inercia, sino también a través de estructuras organizacionales, que facilitan la formación de individuos cuyas prácticas se encuentra ancladas a la superestructura del medio; esto abarca al régimen de propiedad y también a la estructura empresarial del medio. Gaye Tuchman (1996) sostiene que el adecuado engranaje de la organización mediática depende en buena parte de la creación y funcionamiento de esquemas técnico-operativos, que moldeen a sus agentes y productos a imagen y semejanza de los lineamientos políticos y económicos del medio de comunicación y sus propietarios.

En Radio Quito esta estructura organizativa se erige como un elemento clave, como un proceso de acción y diferenciación, que garantiza el éxito comercial y profesional del medio de comunicación. En las entrevistas realizadas para este estudio se constató que los altos ejecutivos de la empresa conciben a este estadio de organización como el motor operativo de la radio, y, debido a ello, destinan significativos esfuerzos y recursos para su desarrollo y

conservación. La razón de este privilegio radica en que los objetivos trazados por el régimen de propiedad y la estructura empresarial del medio se materializan de forma fáctica, a través de una sesión limitada de libertad y poder a los agentes profesionales, quienes obedecen una especie de fórmula, de manual instrumental, que guía sus acciones y operativiza el proceso de producción informativa.

La crucial importancia de este estadio organizativo radica en que regula los principios institucionales, que serán ejecutados en las diversas instancias mediáticas. Además, establece parámetros que servirán para incidir en el mercado y generar competencia con otras industrias de la comunicación. Radio Quito concibe a su estructura organizativa como un repertorio de disposiciones operativas preprogramadas, que contiene determinados ingredientes, cuya convergencia asegura el éxito empresarial y profesional de la radio. Debido a ello, las autoridades de este medio tratan de resguardar la fórmula operacional, “la receta secreta del medio” (Periodista 1. Entrevista Personal N. °1. Quito, 10 de noviembre de 2019), con la finalidad de conservar las estrategias periodísticas, de cara a las pugnas en el mercado. La “fórmula secreta” está compuesta básicamente por los criterios editoriales, las estrategias comerciales, los logros profesionales y las conquistas simbólicas que ha obtenido la Radio desde su fecha de fundación. En última instancia, la receta consta de una lista de capitales simbólicos acumulados en el tiempo y regulados por los principios emanados desde el régimen de propiedad.

Lo que bien podría considerarse como una acción instrumental es, a decir de Tuchman (1996), un ritual que invoca principios organizacionales, con el objetivo de promover la seguridad institucional y profesional, a través de estrategias que garantizan un continuo y sistemático funcionamiento del medio de comunicación, a pesar de las continuas modificaciones legales (cambio de régimen de propiedad), tecnológicas y la intensa movilidad humana al interior de las salas de redacción.

Este medio de comunicación tiene la particularidad de que está configurado por un paraguas organizacional, que funciona bajo la figura conglomeral de cadena radial. Esto supone que quienes allí trabajan deben desempeñarse no para un medio específico, sino para la institución, que, en este caso, tiene el nombre de Ecuadoradio, la cadena radial de Grupo El

Comercio, que agrupa a Radio Quito y Radio Platinum. A partir de las recurrencias encontradas en el proceso investigativo es factible señalar que las acciones burocráticas, es decir, las formas de organización y concatenación de procesos, relaciones y prácticas son claves para garantizar la operatividad del medio. Esto quiere decir que la diagramación de funciones, a través de niveles jerárquicos, tipo de prácticas y área de producción permite al medio de comunicación mantener, vigilar y conservar su esencia de forma integral, mediante el control de las relaciones de trabajo.

En Radio Quito este complejo proceso de diagramación de prácticas y operaciones está sistematizado a través del organigrama laboral, el cual está segmentado estratégicamente y constituido de la siguiente forma: el director de Ecuadoradio (quien también se desempeña como subdirector adjunto de diario El Comercio, articulista del mismo diario y entrevistador), 1 productor general, 6 periodistas (divididos en tres turnos), 1 entrevistador (quien también es articulista de diario El Comercio), 5 técnicos (divididos en tres turnos), 2 locutores comerciales, 1 coordinadora (quien también conduce programas de variedades), 4 conductores de programas de variedades, 1 equipo de producción externo (“Regresando con Andrés Carrión” es una producción independiente que compra el espacio en la cadena Ecuadoradio) y 5 periodistas deportivos. Además, existe un gran número de colaboradores vinculados a otros medios de Grupo El Comercio, quienes desempeñan funciones específicas y remuneradas, pero no forman parte de la nómina fija de Ecuadoradio.

Ahora bien, este grupo de personas están organizadas operativa y funcionalmente de manera vertical, es decir, sobre la base de órdenes y dictámenes establecidos por los altos ejecutivos de la cadena Ecuadoradio, quienes definen el distributivo del personal en torno a las responsabilidades y competencias profesionales de cada área en específico. Sin embargo, apunta el productor general de Ecuadoradio, todas las áreas de trabajo están interconectadas estratégicamente, ya que la producción y programación no pueden funcionar de forma aislada porque se atomizarían las prácticas y, por ende, los procesos productivos. En todo caso, afirma, sí existen asignaciones fijas de acuerdo a los contratos y a la formación profesional. Grosso modo existen tres bloques operativos, sobre los cuales se organiza el personal y sus funciones: informativo/opinión, deportivo y entretenimiento. En este contexto, es imprescindible señalar que el régimen de propiedad y la estructura empresarial del medio de

comunicación regulan el proceso organizacional de cada área, a través de funcionarios, quienes supervisan el trabajo y, sobre todo, construyen y plasman las directrices de aquello que se vislumbra públicamente como línea editorial.

Cada nota, cada acción, cada producto que generamos los periodistas y productores en Ecuadoradio es supervisada por el productor general. Todos los días enviamos a dirección un mail donde se detalla el trabajo realizado durante la jornada. Todos los *mails* van copiados a los diferentes productores y directivos de la radio (Periodista 5. Entrevista Personal N. ° 5. Quito, 6 de noviembre de 2019).

El área operativa con mayor volumen de trabajo y mayor número de personal es la informativa. Para la redactora de Ecuadoradio, las noticias son el distintivo histórico de este medio de comunicación. Esta afirmación se basa en que, desde sus inicios, Radio Quito se especializó en la producción y difusión de noticias a nivel nacional e internacional. Para ello, no solo contaba con un amplio equipo periodístico en diversas ciudades del Ecuador, sino también con alianzas informativas de cadenas internacionales como VOA, CBS o BBC. De hecho, uno de los identificativos publicitarios de este medio sostiene que Ecuadoradio es la “primera cadena radial informativa del Ecuador”. Esta identidad corporativa funciona tanto para las estrategias publicitarias de los medios de Grupo El Comercio como para el reconocimiento pragmático de sus trabajadores, quienes acrecientan su capital simbólico, a partir de este criterio de definición y diferenciación.

Yo recuerdo cuando se estrelló por acá, por la Gonzales Suárez, un avión. Ahí la primerita en informar fue la Radio Quito. Yo me acuerdo de que salió corriendo nuestro compañero Néstor Aguilera. Cuando hubo también el incendio del Teatro Bolívar, la Radio Quito también fue la primera que informó. Cuando fue el incendio de las tuberías petroleras, la Radio Quito también fue la primera que informó. Cuando había algún problema político en el gobierno lo primero que hacían (las audiencias) era sintonizar Radio Quito, que era la base informativa de todo el país. La primera agencia informativa radial del Ecuador (Periodista 8. Entrevista Personal N. ° 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Esta suerte de especialización informativa llevó a Radio Quito a crear un formato novedoso para el contexto nacional. Y es que cada media hora la cadena Ecuadoradio transmite microinformativos, donde se narra la actualidad ecuatoriana y mundial en un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos. Dichos espacios noticiosos están compuestos de siete notas: 4 nacionales, 1 internacional, 1 deportiva y 1 de espectáculos. Los microinformativos arrancan desde las 06h00 y se mantienen hasta las 00h00. No obstante, además de contar con estos espacios de actualidad noticiosa, la cadena Ecuadoradio cuenta con dos informativos: uno en la mañana (de 06h00-09h00) y uno en la tarde (de 12h00 a 14h00), ambos emplean material informativo y de opinión (entrevistas).

En esta área, más que en ninguna otra, se observan las directrices organizacionales, derivadas del ordenamiento empresarial del medio de comunicación. Esto se debe fundamentalmente a dos factores: uno, al enorme volumen de información que allí se procesa; dos, a la significativa importancia que tienen las noticias, entendidas como reflejo de la línea editorial del medio. McQuail (1992) indica que la organización mediática tiene un particular interés en los contenidos. Debido a ello destina ingentes recursos para controlarlos y producirlos sistemáticamente, a pesar de no ser el área más rentable de la estructura operativa del medio de comunicación. La influencia del medio sobre los contenidos se asienta, al menos, en cinco puntos que son desarrollados en la investigación de Shoemaker y Reese (1991).

1. Los contenidos reflejan la realidad social (los medios de comunicación de masas como espejo de la sociedad).
2. En los contenidos influyen la socialización y las actitudes de los trabajadores (enfoque centrado en el comunicador).
3. En los contenidos influyen los hábitos de la organización y de la producción.
4. En los contenidos influyen las instituciones y las fuerzas sociales.
5. Los contenidos dependen de posturas ideológicas y mantienen el *statu quo* (el enfoque hegemónico). (Shoemaker y Reese 1991)

Sin que parezca una generalización de carácter universal, las hipótesis planteadas por los investigadores pueden ser aplicadas, aunque de manera flexible, para entender el funcionamiento organizacional del área informativa en Radio Quito. Y es que en esta empresa

los contenidos se han vuelto la cara visible de la industria mediática, la cual se expresa y se distingue mediante la producción noticiosa. En el ámbito informativo, el ordenamiento organizativo ejerce un control estructural del proceso productivo, a través de la planificación, la misma que es entendida como un catalizador de los designios y objetivos trazados por el régimen de propiedad del medio de comunicación y su estructura empresarial.

La planificación nos sirve a nosotros para todo. Hay una base de datos. Tenemos un formato al que nos conectamos. Aquí cada actividad tiene orden. No es como en otros medios, donde dicen “ya viene, ya viene y ahí improvisas y punto”. Aquí todo tiene un orden, un esquema. Se trabaja algo así como una escaleta, es decir, algo así como una plantilla que la actualizas permanentemente. No es nada improvisado (Periodista 2. Entrevista Personal N.º 2. Quito, 5 de noviembre de 2019).

Ahora bien, el cambio de titularidad de Grupo El Comercio contempló un conjunto de variaciones organizativas, que incidieron en la forma de planificar, producir y distribuir contenidos informativos. El no contar con una planta independiente de reporteros obligó a Ecuadoradio a crear una nueva planificación de coberturas y una nueva forma de distribución de asignaciones y contenidos. Desde el 2015 Radio Quito y Platinum se alimentan de la agenda, de los reportajes y las entrevistas provenientes de los medios aliados, quienes, a través de sus trabajadores, generan contenidos en formato radial. Esto quiere decir que los periodistas de diario El Comercio, TVC y RTS realizan coberturas diarias y de ellas se desprende un producto reelaborado, que es destinado para los noticieros radiales.

La organización en esta área, sostiene la coordinadora de coberturas de Ecuadoradio, posee un esquema atípico, ya que requiere conectar a decenas de personas que no son parte de un mismo entorno laboral. “No conocemos a todos los periodistas que nos ayudan. A unos cuantos se los identifica personalmente, pero a otros solo se los conoce por teléfono. Pero así toca. Ese es el trabajo de coordinación en el noticiero” (Periodista 10. Entrevista Personal N°10. Quito, 10 de noviembre de 2019). En última instancia, la puesta en escena de los microinformativos y de los noticieros (entendidos como la esencia de Ecuadoradio) demanda un esfuerzo significativo en cuanto a la organización, ya que se deben condensar múltiples visiones y aportes provenientes de los distintos medios integrantes de Grupo El Comercio.

Esta interrelación periodística funciona de forma similar a la interrelación empresarial, ya que se establecen lazos cooperativos y dependientes, con la finalidad de garantizar la operatividad del medio de comunicación. Todo ello sobre la base de la organización interna del grupo mediático.

Para salir en vivo, ya se le ha llamado al periodista (TVC- El Comercio) y se le ha dicho que vamos a salir al aire con su reporte y se conectan con nosotros, esperan la orden y salimos. Antes de eso ya se cuadran los tiempos para no interrumpir con las actividades que tiene cada periodista en su medio. La coordinación es importante para evitar cruces (Periodista 9. Entrevista Personal N. ° 9. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Las recurrencias observadas a lo largo del trabajo de campo permiten afirmar que esta fusión de contenidos y actividades es la única manera en que se puede sostener el enorme volumen informativo que produce esta cadena radial. Básicamente, la estructura organizacional que maneja Radio Quito y Radio Platinum no es simplemente una forma de asignar tareas y distribuirlas. Más bien es una forma de regular la división y el flujo de trabajo, con la finalidad de obtener los mismos resultados que se obtenían previo al cambio de administración, donde se suprimió al equipo de reporteros de Ecuadoradio. Este hallazgo tiene una lectura particular y es que los ordenamientos organizativos no son una casualidad ni una actividad estrictamente mecánica, sino un efecto de las disposiciones emanadas desde el régimen de propiedad, que, en este caso, experimentó una modificación societaria y, por ende, de su estructura empresarial y sus necesidades corporativas.

El área informativa también contempla entre sus actividades la realización de entrevistas y programas de opinión, donde se indaga la coyuntura noticiosa de Ecuador y el mundo. Miguel Rivadeneira y Gonzalo Ruiz Álvarez, ambos columnistas y directivos de diario El Comercio, dirigen este espacio y son los encargados de organizar la agenda de temas e invitados, sobre la base de la línea editorial del grupo mediático. Los trabajadores de Radio Quito conciben a la franja de entrevistas como un mecanismo de diferenciación con respecto a otros medios. En este espacio se pone en juego de forma visible aquello que está en disputa en el campo periodístico, pues se miden los capitales entre distintos medios de comunicación y conductores de programas. Conseguir que un político, un funcionario público, un legislador o

un representante de organizaciones sociales (que es parte de la coyuntura noticiosa) asista al programa de entrevistas es una forma de conquistar poder, de aumentar el dominio, de acrecentar la hegemonía dentro del campo periodístico. Bourdieu (1976) sostiene que esta constante búsqueda por monopolizar los capitales específicos se enmarca en un proceso de conservación ortodoxa de las regularidades del campo, pues se mantienen, de manera estable, las relaciones de fuerza que determinan la posesión o desposesión de los actores que dominan o son dominados en este microcosmos particular.

Otro bloque operativo es el de deportes. Esta área es la segunda en número de trabajadores y también tiene un legado periodístico que la respalda. Y es que Radio Quito fue el primer medio de comunicación en transmitir partidos en vivo desde los diversos estadios del Ecuador. A partir de esas transmisiones inaugurales, este medio ha sostenido la cobertura de partidos de fútbol y otros eventos. Debido a ello, cuenta con una nutrida planta de locutores y operadores técnicos, quienes producen, procesan y distribuyen contenidos. La organización de esta área también depende de una planificación conjunta con los periodistas de diario El Comercio, quienes comandan la sección deportiva llamada “Bendito Fútbol”³, la cual es replicada con el mismo nombre en las emisiones de Ecuadoradio. Esta reproducción de formatos y estilos, a decir de los periodistas, es una estrategia comercial para ganar audiencia, debido a que el espacio impreso ya tiene varios años de trayectoria y ha alcanzado un significativo reconocimiento público, que puede ser usado a favor de la radio para incrementar su *rating*. De hecho, el editor de la sección deportes y varios periodistas de diario El Comercio forman parte del *staff* de comunicadores que dirigen el programa “Bendito Fútbol”, transmitido por Ecuadoradio de lunes a viernes en dos emisiones (de 14h00 a 15h00 y de 19h00 a 20h00).

El personal de esta área operativa, sostiene uno de los periodistas deportivos, es bastante nutrido, en comparación a otras emisoras, aunque no guarda relación alguna con lo que un día fue Radio Quito. Esto se debe a que “Ecuadoradio actualmente ya no privilegia a los deportes como antes. Hace diez, quince años había una gran prominencia de contenidos deportivos en la parrilla. Había más programación y el personal que trabajaba era enorme. Periodistas de la

³ El espacio deportivo “Bendito Fútbol” es transmitido simultáneamente por Radio Quito y Platinum FM. La estrategia comercial adoptada por Grupo El Comercio establece que durante las dos emisiones diarias se integren ambas frecuencias a la misma transmisión.

talla de Pancho Moreno, Alfonso Lasso Ayala, Patricio Jarrín se desempeñaban aquí y eso marcaba la pauta de lo que se hacía” (Periodista 11. Entrevista Personal N. ° 11. Quito, 12 de noviembre de 2019). El giro que experimenta Ecuadoradio, a raíz de la venta de sus acciones al grupo mediático presidido por Ángel González, también incide en esta área, que ha pasado de tener un elevado protagonismo a ocupar un rol discreto, aunque no del todo marginal.

La organización del área deportiva ahora gira en torno al comentario. Buena parte de la producción diaria se enmarca en parámetros no necesariamente informativos, sino más bien de opinión. En estos espacios se analiza la coyuntura y se brinda una lectura subjetiva del mundo del deporte, en especial del fútbol. Los periodistas que forman parte del *staff* de “Bendito Fútbol”, a pesar de no generar contenidos (es decir, hacer reportería), transmiten los partidos del campeonato ecuatoriano de fútbol, Copa Libertadores, Copa Sudamericana y cualquier evento donde participe un representante del balompié nacional. No obstante, esta primacía del comentario futbolístico no ha desestimado la producción de noticias deportivas. Lo que ha ocurrido es que éstas, debido a los últimos cambios administrativos, se han trasladado al área informativa, donde se ejercita una suerte de reproducción literal del material enviado por los periodistas de la sección deportiva de diario El Comercio.

Antes los programas deportivos eran más extensos. Entonces, en la mañana había un programa de dos horas, de ocho a seis. Volvías al mediodía, de doce a dos. Y en tarde otro más, de seis a ocho de la noche. Hablamos de seis horas de programación deportiva. Entonces, obviamente necesitabas trabajo de reportería: gente que va a los entrenamientos, que traía información, la editaba un poco para darle un poco de fuerza al programa, porque si vas a hablar 120 minutos no puede ser el programa tan hablado tampoco. Entonces, necesitas notas, reportería, entrevistas. Pero cuando llegó la nueva programación esto se redujo totalmente a dos programas, uno de una hora en el día y otro de hora en la noche. Ya es innecesario el trabajo de reportería. Por eso digo ya es más fuerte acá el comentario (Periodista 5. Entrevista Personal N. ° 5. Quito, 6 de noviembre de 2019).

A pesar de la carencia de reporteros en casi todos los segmentos deportivos, prevalece el esquema organizacional/empresarial de la institución mediática, que sugiere y obliga a sus trabajadores a llevar un riguroso control de sus actividades, a partir de fórmulas y esquemas operativos, que garantizan la sistematicidad de la producción radial. Esto supone que los

programas, contenidos, materiales y entrevistas, sobre todo cuando son de opinión, deben pasar por los filtros organizacionales que impone la estructura jerárquica de la cadena radial, es decir, deben someterse a la aprobación de editores de sección, productores y ejecutivos comerciales y gerenciales de la radio. Sin embargo, debido a la dinámica de los espacios deportivos (donde prevalece la opinión y el comentario) las posibilidades de acción son más amplias y menos coaccionadas. Esto quiere decir que existe una menor vigilancia editorial que en el área informativa. Probablemente esto se deba al interés de Radio Quito por otorgarle un mayor énfasis a la información política, social y económica del país que a la deportiva.

El tercer bloque operativo de este medio radial es el de entretenimiento. Y aunque parecería que es un área que requiere una planificación más simple y desinteresada, requiere una coordinación exhaustiva y permanente, ya que la agenda de los programas de variedades contempla la organización de entrevistas, presentaciones musicales e inclusive la transmisión de publrreportajes. Por ello, los productores y periodistas deben planificar tiempos y contenidos, con la finalidad de ajustarse a los lineamientos del medio y del pautaaje comercial. A diferencia de los espacios informativos y deportivos, que se distribuyen de forma simultánea en las dos frecuencias que integra Ecuadoradio, los programas de entretenimiento son independientes y funcionan o bien en Radio Quito o en radio Platinum, pero no en las dos frecuencias a la vez. Esta estrategia se ha desarrollado con la finalidad de crear un identificador autónomo para cada frecuencia. Esto quiere decir que funcionan en conjunto para elaborar contenidos informativos y de opinión, pero también funcionan independientemente para resguardar algo de autonomía y vincularse con diferentes públicos, dado que el *target* de Radio Quito y Platinum no son los mismos.

La Quito es una radio súper seria con noticias e información. Toda la vida ha sido así. Además, tiene programas para, digamos, gente madura. No hay una distinción de clase muy evidente. Todo mundo alguna vez la ha escuchado. En la Platinum, en cambio, sí hay (distinción). Es una radio más fresca, más juvenil, pero para un público de clase, qué te digo, media alta para arriba (Periodista 9. Entrevista Personal N.º 9. Quito, 6 de noviembre de 2019).

La independencia en la producción de programas de entretenimiento no solo se asienta en la intención de mantener la relativa independencia de cada radio, sino también en la posibilidad de manejar varios espacios, que admiten una suerte de pauta publicitaria individual y autónoma. En esta área organizacional los intereses económicos son más visibles que en otras. ¿La razón? Existe un predominio publicitario, que se impone por sobre todas las cosas, es decir, se impone por sobre los contenidos periodísticos, las entrevistas y el material de entretenimiento. “Hay veces que tenemos bastante publicidad y la entrevista sale cortita. Sabe dar pena. Lo que hacemos ahí es quitar la cápsula, quitar información y le damos más tiempo al invitado. Se puede obviar todo menos la publicidad” (Periodista 3. Entrevista Personal N.º 3. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Además, estas franjas son susceptibles de modificaciones parciales o de cortes totales en caso de no ser sustentables. Y es que, a diferencia del bloque informativo y deportivo, íconos fundamentales e imprescindibles de este medio, los espacios de entretenimiento ocupan un lugar jerárquicamente inferior, aunque no por ello marginal. De hecho, hay programas de variedades como la Radiorevista Familia que lleva más de 25 años al aire y sigue siendo un referente en su espacio de acción con múltiples auspicios y menciones comerciales. Para la directora de espacio de infoentretención, la coordinación y la realización actividades sostenidas y sostenibles son la base de un programa rentable. “Todo el tema de la planificación, las entrevistas, los enfoques mantienen estructuras comerciales e institucionales, que, dicho sea de paso, son un trabajo durísimo” (Periodista 10. Entrevista Personal N.º 10. Quito, 6 de noviembre de 2019). En este sentido, las menciones publicitarias se transforman en un termómetro evaluador del éxito o fracaso de un espacio de entretenimiento, ya que éstos deben ajustarse indefectiblemente al régimen de propiedad del medio y su estructura empresarial, los cuales tienen como objetivo central lucrar de su producción.

En esta área operativa existe un detalle organizativo especial, que no se presenta en otros bloques y que está determinado por la intermediación informativa de agencias de relaciones públicas, las cuales negocian con los productores y periodistas la publicación de ciertos contenidos bajo la figura de novedades temáticas e inclusive, y de manera frontal, de publrreportajes. Los periodistas intercambian favores con agentes externos a su campo de

acción. Sin embargo, ese intercambio no es del todo puro, ya que un actor ofrece algo para obtener otra cosa a cambio, aunque esa devolución no sea a corto plazo, ni contemple las mismas dimensiones. Más bien lo que sucede es que se intercambian favores para alimentar una relación de beneficio mutuo, que contribuye a elevar la eficiencia de la organización mediática y la eficacia de los periodistas en cuestión. Merchant-Ley sostiene que en el campo periodístico (donde también participan, aunque de manera marginal, las agencias de publicidad y relaciones públicas) existe una dinámica particular de interrelación entre agentes.

Lo que se da por parte de las oficinas de comunicación son: filtraciones de información, pago en especies, material/información novedosa (depende de la programación y temática de cada espacio) y la certeza de reciprocidad del periodista. Por otro lado, lo que los periodistas deben regresar son: favores relacionados a la manipulación de coberturas y el tratamiento de la información (Merchant-Ley 2017 87).

Las relaciones de reciprocidad y cortesía que se suscitan en el campo periodístico pueden analizarse tanto desde la organización como desde las prácticas periodísticas. En el ámbito organizacional, por ejemplo, dan cuenta de los mecanismos utilizados por los medios para construir relaciones entre instituciones externas proveedoras de contenidos y su sala de redacción. Este tipo de vínculos son empleados para complementar la agenda del medio, sobre todo, de los programas de entretenimiento y variedades, que requieren de una renovación permanente de temas y actores. Aunque estos vínculos también son utilizados como una estrategia organizativa y empresarial para crear lazos con diferentes instituciones y planificar pautajes publicitarios a futuro.

Se trabaja bastante con agencias, pero también tenemos una propia agenda, eso es importante. Y cuando llegan temas interesantes que no caducan se los utiliza cuando ya hemos liberado los programas y entrevistas urgentes que ya teníamos cuadradas. Pero sí se les trata de dar cabida a los que podamos y mantener una buena relación. Sí hay criterios de selección noticiosa con respecto a los contenidos de agencias. Se prioriza que sean temas no comerciales (si no hay pauta directa) sino sociales y de ayuda comunitaria. También que sean temas educativos y de salud (Periodista 3. Entrevista Personal N.º 3. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Otra forma de leer las relaciones entre el medio de comunicación y agentes externos se circunscribe a una simple y llana transacción entre agentes comerciales, que establecen una forma contractual de adquirir y gozar de un servicio pagado.

Las tres áreas organizativas están concebidas como espacios interconectados, ya que aglutinan recursos humanos y técnicos en una misma estructura al servicio del medio de comunicación. Esto quiere decir que no hay asignaciones fijas, no hay directrices inamovibles, no hay fronteras imborrables porque al final del día la institucionalidad del medio es la que prevalece y para que esto suceda debe existir una estructura organizacional y empresarial que guíe mediante fórmulas, esquemas o recetas la administración y la ejecución de actividades mediáticas en sus distintos niveles operativos. Debido a esta relación cooperativa entre distintas áreas, en los periodistas y trabajadores de Radio Quito y Radio Platinum prevalece un compromiso integral con el medio de comunicación, a través de lo que ellos llaman “consciencia institucional”.

La idea es que todos trabajemos y ayudemos con todas las áreas y personas a fin de no quedar mal ni uno ni el medio de comunicación. La idea es que todos seamos uno mismo y para eso hay que respetar la planificación [...] es lo que nos ha llevado a esta radio a lo más alto del mundo de medios en el Ecuador (Periodista 8. Entrevista Personal N.º 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

En definitiva, la estructura empresarial y la estructura organizacional no pueden ser leídas por separado. Necesariamente deben integrarse a un complejo aparato de interacciones corporativas y cooperativas, con la finalidad de consumir los objetivos fundamentales trazados por el régimen de propiedad del medio de comunicación, el cual diagrama principios y preceptos de imprescindible cumplimiento, con la finalidad de establecer sistemas de planificación y acción para los agentes que integran la industria mediática.

4.4 Sala de redacción: un espacio generador y organizador de prácticas periodísticas

La sala de redacción es el lugar en el que se generan, comparten, negocian y sancionan prácticas y discursos. Su estructura, ubicación y distribución también conlleva sentidos y significados, que delimitan las formas de relacionamiento y participación entre los agentes constitutivos de este campo. Pensar en los espacios materiales también significa pensar en hábitos y prácticas periodísticas, pues desde los espacios y a través de los cuerpos también se organizan y configuran representaciones, imaginarios, sentidos y significados. Bourdieu sostiene que los hábitos viven incorporados en los cuerpos. Las creencias, las prácticas, la *illusio*, “no es algo que uno tiene, sino algo que uno es” (Bourdieu 2007, 118).

En este contexto, es imprescindible considerar a los espacios físicos y a los recursos materiales como reservorios de lenguajes y prácticas, que han grabado en su estructura y funcionamiento el hábito de quienes fungen de administradores de este entorno. Desde esta perspectiva y según las recurrencias encontradas a lo largo de esta investigación es posible mencionar que la sala de redacción estructura y organiza el trabajo periodístico. Cada mesa, cada silla, cada micrófono guarda en sí una intencionalidad manifiesta, que impone una serie de criterios profesionales y actitudinales que dan cuenta de las jerarquías laborales, de los capitales en juego, de la antigüedad y representatividad interna y externa de los trabajadores, de la autoridad de los superiores y los compromisos empresariales y sociales con auspiciantes y audiencias.

En Radio Quito, el espacio físico se erige como una suerte de división de clases y jerarquías profesionales en la medida que clasifica al personal y lo ubica en un lugar específico de la pirámide laboral. En la cima se ubican dos periodistas consagrados (cuyas edades superan los 70 años y cuyas trayectorias bordean el medio siglo), quienes han logrado construir y sostener una carrera prominente en los distintos medios de Grupo El Comercio. Estos periodistas fundamentan su autoridad profesional en torno al tiempo de trabajo y al conocimiento de las regularidades no solo del medio de comunicación, sino del campo periodístico ecuatoriano. Sobre ambos actores recae una especie de aura distintiva, que los separa del resto de profesionales, pues su jerarquía y autoridad (profesional e institucional) los ubica en un nivel superior, muy cercano al de los directivos de la empresa. De hecho, su posición en la

estructura organizacional es privilegiada, pues tiende a crear puentes entre los propietarios/accionista y los trabajadores de Radio Quito, es decir, canalizan las demandas e intereses de ambos niveles.

Para ellos, está dispuesto todo el aparataje informativo y administrativo con la finalidad de que puedan desarrollar sus actividades con cierto nivel de comodidad. El espacio físico que ocupa esta clase selecta de periodistas es reducido, a pesar de tener libre acceso a distintos entornos. Ellos están ligados fundamentalmente a la cabina radial, a ese espacio de visibilidad pública donde, a través de la participación mediática y la interrelación con personajes relevantes de otros campos, se fortalecen los capitales simbólicos y culturales del medio y también del periodista. Sobre la cabina radial recae una especie de aura profesional donde se reconoce la institucionalidad de quienes circulan en ella. Bien podría decirse que la cabina es un espacio exclusivo y excluyente, puesto que restringe el acceso no solo a agentes sociales, sino también a los mismos trabajadores del medio de comunicación, quienes reconocen que el poder editorial que se gesta desde allí no es plural ni accesible a todos.

Un ejemplo claro de ello es que los periodistas novatos e incluso aquellos con trayectorias sostenidas están alejados de la cabina radial y esto se debe a que no poseen los capitales necesarios para acceder a ella, es decir, su reconocimiento público e institucional aún no es comparable con el de los periodistas-presentadores, cuyo rol en la radio es catalogado como protagónico. En este sentido, cabe mencionar que los procesos de transición de capitales, es decir, los procesos de conquista de recursos para el acceso a la cabina no son comunes, pues quienes se encuentran en esos espacios hacen todo lo posible para conservarlos y extender así su legado profesional. Tal como lo sostiene Bourdieu (1999), en este ámbito se ponen en juego los capitales y se disputa el control y dominio de las regularidades del campo. En este entorno se desarrolla una lucha por el monopolio del poder, por la posesión o desposesión de recursos, posiciones y jerarquías.

El organigrama laboral de esta cadena radial ubica a estos dos periodistas en un ámbito privilegiado, pues trabajan como editores y columnistas en otros medios de Grupo El Comercio. De hecho, debido a su trayectoria profesional, es decir, debido a sus capitales, han logrado administrar el programa matutino de entrevistas, considerado como el más importante

del medio, editorialmente hablando. Ambos periodistas demuestran un control absoluto de los espacios, sobre todo el de la cabina. Es más, ambos acuden a la Radio únicamente para conducir su programa y para delimitar ciertos criterios temáticos de la agenda diaria de noticias. Esto supone que sus prácticas (diagramación de agenda, selección y segmentación de contenidos y vigilancia del cumplimiento editorial) giran en torno a estrategias de diferenciación, enclasmiento y desclasmiento. Esto quiere decir que el dominio y acceso a ciertos espacios les otorga poder, el cual se evidencia “en la capacidad que tienen los diferentes agentes para imponer los criterios de validación más favorables para sus productos” (Alonso 2004, 4).

En un nivel cercano al de los entrevistadores se encuentra el jefe de producción de Radio Quito. Él es el encargado de ejecutar la agenda temática en cada emisión de los noticieros de Ecuadoradio. Además, tiene la capacidad de controlar y supervisar las actividades desarrolladas no solo por los presentadores, sino, sobre todo, de los coordinadores, redactores, programadores y editores del medio de comunicación. Debido a esta función de *gatekeeper*, el jefe de programación tiene acceso a todos los espacios de la radio y sobre él recae un capital simbólico particular, que al mismo tiempo invoca al reconocimiento profesional y también a la vigilancia y control, fundados en la capacidad de legitimación y sanción del trabajo de los demás. En la sala de redacción, debido al poder que posee, el jefe de programación tiene asignada su propia oficina, la cual está conectada con las cabinas y la sala de redacción, en una suerte de mirador periférico de las actividades periodísticas.

En este sentido, cabe decir que los espacios en Radio Quito funcionan sobre la base de principios rectores de prácticas, acciones y comportamientos sociales y profesionales. Es por ello que tanto las oficinas de directivos como las cabinas de emisión son concebidas como ejes centrales de la producción periodística. Esto ocurre porque los principios editoriales y, sobre todo, los objetivos trazados por el régimen de propiedad se materializan en la construcción de agenda y en la divulgación de esa agenda, a través de contenidos. Esto quiere decir que se privilegian aquellos espacios visibles para los públicos. Tanto la cabina como las directrices que se siguen dentro de la cabina son consideradas como el núcleo central de este medio de comunicación.

En un nivel intermedio de la pirámide laboral se encuentran los redactores de noticias, quienes ponen en funcionamiento el motor informativo de este medio de comunicación, cuya característica identificativa está vinculada con la producción y difusión permanente de noticias locales y mundiales. Cada treinta minutos Radio Quito y Radio Platinum se enlazan para emitir microinformativos de aproximadamente 3 y 4 minutos en los que se detalla la actualidad noticiosa. Este proceso de constante exploración y selección de temas informativos es realizado por seis periodistas (cuyas edades varían entre los 35 y 50 años y cuyas trayectorias superan los 15 años), divididos en tres turnos, quienes escriben y narran contenidos. Desde el punto de vista espacial, se puede decir que su trabajo fluctúa entre dos niveles: el de producción, circunscrito a la sala de redacción y el de difusión, circunscrito a la cabina radial. El rol que desempeñan estos agentes, debido a ciertos criterios empresariales, ya no es de campo sino de oficina. Esto quiere decir que sus actividades se desarrollan por completo en la sala de redacción y no en la calle.

Este apunte contextual indica que espacialmente las fronteras de Radio Quito se han difuminado y ahora se encuentran bajo una codependencia institucional, que restringe y coacciona la actividad del medio y de sus trabajadores. En este sentido, la sala de redacción está fraccionada, ya que sus espacios deben adaptarse a las actividades realizadas por otros medios. Una muestra de esta división de espacios ocurre durante los noticieros de la mañana y la tarde. En ambos espacios la coordinadora de la radio se contacta con los medios aliados, especialmente Televisión, y solicita a esa sala de redacción una lista de productos periodísticos, los cuales son evaluados tras una breve descripción temática. Posteriormente, se efectúa el envío de contenidos y se procede a publicarlos. En definitiva, los espacios se amplían y se dispersan en función de los requerimientos empresariales y organizacionales del conglomerado mediático.

Finalmente, existe un nivel que, por cuestiones profesionales y técnicas, se encuentra reducido a un espacio específico, del cual no puede desplazarse fácilmente. El personal de edición, programación y control audiovisual no tiene acceso libre a los contenidos y tampoco a los medios de expresión. Más bien, se ejerce una suerte de mediación tecnológica sobre ellos y por ese aspecto deben preocuparse más por los temas de forma, que de fondo. Este grupo de trabajadores desarrolla sus actividades junto a las consolas de transmisión y edición.

Desde allí ejercen una suerte de comunicación confirmativa y guía secuencial de actos con los periodistas y presentadores, a fin de verificar tiempos y materiales de programación.

4.5 Habitus, rutinas y prácticas periodísticas. ¿Cómo se configuran los modos de ser y hacer de los periodistas de Radio Quito?

Radio Quito se erige como un condensador de las regularidades del campo periodístico, su estructura, su institucionalidad ha sido pensada y reproducida a imagen y semejanza del mundo en el cual se encuentra inserta. Y los agentes que habitan sus fronteras también se han construido sobre la base de los lineamientos y normativas que dan cuenta del ser del medio de comunicación, de su régimen de propiedad y su línea editorial.

Según las recurrencias observadas durante el trabajo de campo, se logró inferir una particularidad determinante. Y es que, a pesar de las distintas modificaciones societarias, administrativas y empresariales, que ha experimentado Radio Quito, el habitus se perfila como el sostén del medio de comunicación, ya que su esencia, su alma, su cuerpo son la clave para que los periodistas puedan ser capaces de moverse, sentir, actuar, hablar, escribir y pensar. En definitiva, el habitus periodístico de Radio Quito puede ser asumido como historia hecha cuerpo, como la interiorización del sentido de juego, como la reproducción de estructuras que estructuran y son estructuradas por su campo y que buscan ser reproducidas y conservadas en el tiempo.

No pasa desapercibido que los periodistas de Radio Quito asumen como propias las disposiciones emanadas desde el medio de comunicación y su compleja estructura empresarial y organizacional. La interiorización de principios, la ocupación de posiciones, la asimilación de roles y el respeto irrestricto a la línea editorial del medio van más allá de la voluntad de los agentes profesionales. Su permanencia en el espacio mediático comercial está sustentada, en buena medida, por la interiorización, por la fusión de sus intereses con los de Radio Quito. Esto quiere decir que los trabajadores saben que son parte del medio porque actúan como el medio y tratan de resguardar lo dispuesto por el medio en cada una de sus

actividades, sobre todo, cuando estas tienen relación con contenidos de difusión masiva. Por lo mencionado, no es nada extraño que los periodistas, en varias instancias, actúen como el medio de comunicación: compiten con otros periodistas, comparan su trabajo con el de sus colegas, intentan conquistar nuevos capitales y conservar los ya existentes, buscan elevar la calidad de sus productos y, por ende, su impacto en las audiencias, es decir, su impacto en el mercado.

El habitus en Radio Quito condensa los principios fundacionales del medio de comunicación. Esto quiere decir que se construye como una suerte de reproductor activo de sus regularidades, ya que conserva su vocación de lucro privado; legitima la estructura conglomeral y la convierte en una práctica característica del proceso de producción informativa; interioriza los principios liberales, marcados, en primera instancia, por la línea editorial y también naturaliza las imposiciones del mercado tanto en el quehacer periodístico como en la generación de contenidos.

El habitus de este medio de comunicación radial inscribe condicionantes históricos, políticos y económicos en la piel de sus agentes, quienes están programados para reproducir una y otra vez ese tipo de regularidades, a fin de preservar la estructura del medio, es decir, del campo. Y este habitus con identidad de campo tiene una articulación compleja y variada en Radio Quito. Se muestra a través de prácticas, de actitudes, de omisiones, de comportamientos, de solidaridades y conflictos. Todos ellos, determinados por la base material, por los diseños de aquella superestructura que condiciona y sanciona los modos de ser y hacer de los periodistas en el periodismo.

4.6 Prácticas, principios y valores periodísticos

Breed (1955) y Wolf (1987) señalan que la reproducción permanente de prácticas, rutinas y rituales es el eje fundamental de todo medio de comunicación, pues, a través de su funcionamiento, *cuasi* instintivo, se pone en marcha la industria comunicacional en sus distintas áreas. Y, en Radio Quito, a partir de lo observado, se puede decir que la forma

cotidiana en que se plasman esas complejas directrices está determinada por la aplicación inconsciente de fórmulas y manuales de acción profesional e institucional. Uno de los altos funcionarios de este medio de comunicación señaló que la estrategia fundamental para dar cumplimiento a los objetivos organizacionales y empresariales de la radio es actuar sobre la base de “recetas originales y únicas”, que diferencien los productos y actividades realizadas de otros medios de comunicación. Hablar de recetas, de fórmulas únicas e irrepetibles implica aceptar y naturalizar las prácticas rituales demarcadas por la estructura institucional y profesional del medio de comunicación, que impone como marco de acción distintiva una especie de rutina normativa, impregnada de sentidos prácticos, que se ha consolidado a lo largo del tiempo. Alonso sostiene que “habitualmente las prácticas de los medios permanecen dentro de los márgenes de consenso flexible pero dominante, siempre y cuando no falten el disenso y las críticas ocasionales” (Alonso 2004, 97). La reflexión del autor describe un sistema de disposiciones que orientan la experiencia de los agentes de este campo, con la finalidad de reducir los riesgos de acción pragmática y profesional.

Las recetas de las que habla el periodista de Radio Quito no son sino “un habitus generador de un conocimiento sin conciencia” (Bourdieu 2000, 24), de un conjunto de estrategias de acción e interacción que guían el día a día del trabajador de prensa y que además imponen férreos niveles de competencia y distinción con otros agentes participantes del mismo campo. “Si todos supiesen el ingrediente secreto de un producto o actividad original y exitosa, este producto o esta actividad no sería ni original ni exitosa. El secreto está en guardar bien la receta” (Periodista 1. Entrevista Personal N. °1. Quito, 10 de noviembre de 2019). En relación con este fenómeno de reproducción voluntaria y también involuntaria de habitus, Van Dijk (2008) sostiene que los medios emplean a periodistas que tienen ideologías y pensamientos similares a los suyos, con el afán de que el disciplinamiento y la adaptación a sus esquemas no se conviertan en un proceso de alta complejidad.

En esta cadena radial buena parte de lo señalado por Van Dijk (2008) se cumple. Y es que, debido a la relevancia histórica e institucional del medio, los periodistas que allí se desempeñan tienden a fusionar los intereses del medio con sus intereses particulares, es decir, el éxito o fracaso de la radio significa también su éxito o fracaso profesional. La situación previamente explicada muestra que la relación entre los entes rectores de la empresa y sus

trabajadores es altamente vinculante y desiderativa. Además, en Radio Quito y Platinum se observa una naturalización de disposiciones ligadas no solo a la política editorial de la empresa, sino, sobre todo, a la práctica profesional e integral de los trabajadores, quienes se reconocen como firmes creyentes de los valores y principios que norman el oficio periodístico.

El medio exige muchas cosas desde el proceso mismo de contratación. Pueden ver qué experiencia tienes y el estudio empieza a ser una herramienta válida acá también. Cuando yo venía acá preguntaban ¿Dónde has trabajado? Y yo ya tenía algunas radios, un periódico como La Hora. Entonces ya tenía una experiencia que me sostenía. Y después tú te das cuenta de que estamos acá y el hecho de la institución, del nombre, del prestigio de la empresa te obliga a muchas cosas: a la constancia, a la disciplina, la objetividad, la puntualidad, un sinnúmero de cosas (Periodista 5. Entrevista Personal N. ° 5. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Para escuchar noticias no debe haber diferenciación de criterios sino más bien la apreciación del contenido de las mismas. Hay noticias que llaman más la atención que otras, pero todas tienen como propósito llegar a la persona, porque si esta noticia no me interesa a mí, puede interesarle a otra persona. De tal manera que todas las noticias son importantes, todas las noticias tienen su audiencia, sus oyentes. Lo que sí se debe hacer es una clasificación de las mismas, porque no podemos mezclar una noticia deportiva con una de política. Una económica, con una de problemas de salud (Periodista 8. Entrevista Personal N. ° 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

En las reflexiones de ambos periodistas se aluden valores profesionales como la objetividad, la trascendencia informativa, la relevancia pública de la información, la contrastación, la veracidad y la oportunidad. Esto supone que las relaciones, las prácticas, no solo entre pares sino también con distintos niveles de profesionales del mismo campo y de campos distantes, contemplan criterios de validación y reconocimiento del trabajo realizado, el cual se halla regulado por criterios empresariales y actitudinales que vigilan el cumplimiento de la ontología profesional del periodista.

El oficio periodístico, señala Tuchman (1996), se sostiene a través de un arsenal homogéneo de prácticas y valores institucionales y gremiales, que hacen al periodista en el periodismo.

Esto quiere decir que hay una serie de preceptos tanto teóricos como pragmáticos que sientan las bases del oficio mediante reglas universalmente conocidas y aceptadas. Tuchman se refiere, por ejemplo, a valores liberales como la objetividad, la inmediatez, la instantaneidad, la neutralidad, la imparcialidad, etc., cuya aplicación se vuelve casi imprescindible para quienes desarrollan actividades en medios de comunicación. El aprendizaje, tal como lo señala Bourdieu (2000), es culturalmente heredado por quienes se forjaron con dichos principios y valores. Sin embargo, en el seno de cada organización mediática ocurre un complejo proceso de adaptación productiva, que contempla variantes contextuales y económicas, que imprimen un espíritu distintivo en cada rutina de producción informativa.

El trabajo de Radio Quito, por ejemplo, muestra un apego fiel y sistemático a dichos criterios, que también pueden ser entendidos como modelos de simplificación y supervivencia profesional. La periodista de la fuente de Asamblea de Televisión y corresponsal asignada de Grupo El Comercio para Ecuadoradio, cree que el valor periodístico por excelencia, que define y ordena buena parte del quehacer en medios, es el de la inmediatez, ya que la labor principal de los medios de comunicación es informar de forma inmediata sobre los distintos sucesos que se desarrollan en una localidad y en el mundo. Y para cumplir con esta meta, los periodistas de este medio de comunicación deben procesar los contenidos con toda la premura del caso y así honrar la razón ontológica de su existencia. Sin embargo, apunta la periodista, la inmediatez en Ecuadoradio tiene diferentes tonos, pues no se trata de privilegiar únicamente la rapidez, sino también la calidad de la producción informativa. Todo ello contribuye a garantizar el éxito del medio ante los públicos, y, por ende, ante el mercado.

Yo creo que ya no estamos en la época de las primicias. Las primicias, a mi forma de ver, no existen. Yo he escuchado muchas veces historias de aquellos periodistas que eran los dueños de las primicias hace muchos años, pero creo que tampoco se trata de quién da primero la noticia, sino de quién la da mejor. Entonces, por ahí, creo que puede ir en el tema ahora porque, si bien es cierto, las redes sociales te permiten la inmediatez, el conocer todo, pero sin embargo eso no quiere decir que sea la mejor manera de informar. Quizá, muchas veces se desinforma. Incluso, nosotros hemos caído en esa desinformación por querer formar parte de la ola de la inmediatez. Sin embargo, creo que se trata de cómo vamos a dar la noticia, de los elementos, cómo estamos construyendo eso, y pues, lo das no solamente a través de tus

cuentas personales en las redes sociales como periodista, sino en nuestros medios de comunicación (Periodista 13. Entrevista Personal N.º 13. Quito, 14 de febrero de 2020).

El elevado volumen informativo que se procesa diariamente en esta cadena radial (33 microinformativos y 2 noticieros) obliga a sus colaboradores a potenciar sus habilidades, con la finalidad de cumplir con la cuota diaria de noticias. Esto implica que la inmediatez y la acuciosidad no funcionan como simples valores guía, sino más bien como principios rectores del oficio. Ahora bien, los valores periodísticos liberales son universalmente conocidos, pero no universalmente aplicables. Esto supone que esta organización mediática construye su propio código periodístico de acuerdo con sus necesidades particulares. En Ecuadoradio se privilegia la productividad sostenida y constante de noticias por sobre otros criterios, que, si bien es cierto, son necesarios, pero no imprescindibles.

A la par de la inmediatez y la calidad informativa se reivindica con bastante frecuencia la objetividad. De hecho, este medio de comunicación difunde varias veces al día identificativos promocionales, en los que alude de manera explícita a los valores profesionales que caracterizan su proyecto institucional; entre ellos, se destaca la objetividad y todos los elementos que de ella se desprenden (credibilidad, ética, contrastación, ecuanimidad).

Servicio informativo Platinum, cada 30 minutos, las noticias que debes conocer. Servicio informativo Platinum, te mantenemos bien informado. Platinum es sinónimo de credibilidad. Más de 20 años avalan nuestro trabajo informativo responsable para ser líderes informativos en el dial. Se trabaja con conceptos: ética, objetividad, coherencia, verificación, contrastación (Identificativo promocional y publicitario del Servicio Informativo Platinum, 2019).

En este identificativo promocional y publicitario, los valores profesionales son descritos como una receta para hacer buen periodismo. Y la receta tiene ingredientes únicos e insustituibles. La trayectoria institucional y periodística, por ejemplo, le permite a esta empresa adquirir capital simbólico para competir en el mercado. Es gracias a esta fuente de visibilidad pública que esta cadena radial puede definirse como líder informativo en el dial. Sin embargo, el capital simbólico no solo se construye con base a la experiencia, sino también a partir de acciones y actitudes adquiridas. Debido a ello, esta industria mediática destaca la

implementación y uso de valores profesionales (objetividad, ética, contrastación, coherencia, verificación, actualidad, relevancia, oportunidad, credibilidad, novedad, espectacularidad), con el objetivo de ensalzar su proyecto comunicacional y, al mismo tiempo, buscar la adjudicación de cualidades preferenciales para distinguirse de otros competidores. Radio Quito tiene un amplio dominio de este tipo de procesos de identificación y diferenciación. De hecho, se observa con recurrencia a sus trabajadores reivindicando los valores editoriales que dan sentido a sus actividades. Lo hacen al aire, destacando su compromiso con la verdad y la objetividad y lo hacen fuera del aire, subrayando los aportes de Radio Quito al periodismo ecuatoriano. Fuera del aire, en repetidas ocasiones, los periodistas realizan valoraciones sobre los contenidos trabajados y el impacto que genera en las agendas de otros medios. En síntesis, el balance productivo realizado daba cuenta de que su medio de comunicación ocupaba una posición dominante en su campo y buena parte de la competencia trataba de emular sus procesos y experiencias.

Los periodistas consideran que la objetividad es símbolo de idoneidad profesional, pues en torno a ella se erigen los preceptos que hacen del periodismo una actividad de interés público. La objetividad, según señalan los trabajadores de esta cadena radial, funciona como un valor intangible que a la vez salvaguarda y constriñe al periodista. Salvaguarda porque, tal como sostiene Tuchman (1996), otorga garantías profesionales, es decir, reconoce y valida al periodista ante sus semejantes y ante el público. Y constriñe porque establece una serie de requisitos sin los cuales sería imposible realizar sus actividades.

El público ha sido fiel con la radio por una simple razón: la credibilidad. Y esta se gana por contar las cosas como suceden, sin alinearse con nadie, por ser objetivos, por tratar siempre de buscar la verdad. Sinceramente creo que eso hace posible que sigamos trabajando y que la gente nos siga escuchando. Es una tarea compleja, pero nos llena de mucho orgullo el poder cumplirla (Periodista 1. Entrevista Personal N. °1. Quito, 10 de noviembre de 2019).

La interiorización de los valores de acción profesional descomplejizan una tarea que, en primera instancia, parecería confusa. El procesamiento de acontecimientos y la producción de noticias demandan una serie de requisitos que deben ser cumplidos a cabalidad por el trabajador de medios. Y, justamente, la adopción de esos valores le otorga la posibilidad de

asumir ese reto. Golding y Elliott (1979) señalan que debe existir una correspondencia intuitiva entre los diferentes niveles de la estructura periodística. Esto significa que las grandes directrices que configuran al periodismo y al periodista establecen procedimientos (*news values*) que garantizan su sostenimiento a partir de la reproducción de acciones de forma rutinaria. Estas prácticas cotidianas en Radio Quito no están dadas únicamente por la formación profesional del trabajador de prensa, sino fundamentalmente por los preceptos editoriales que guían su trabajo y lo obligan, de manera voluntaria e involuntaria, a producir de la forma en la que el medio requiere que se produzca.

Sí, sí se privilegian algunos temas de la agenda, sobre todo los temas coyunturales y políticos de otros temas que podrían estar captando nuestra atención. No sé, no sé a qué se debe eso, quizá, haya poderes que quieren que hablemos o no hablemos de eso o quizá hay que adaptarse al trabajo en el que uno está y eso significa aprender nuevas rutinas, otras formas de valorar la noticia (Periodista 12. Entrevista Personal N. ° 12. Quito, 12 de marzo de 2019).

La línea editorial de Grupo El Comercio, con sus valores liberales clásicos, funciona como un catalizador de todas las actividades del medio de comunicación inclusive de aquellas que parecerían naturalizadas e involuntarias. Esto supone que se trabaja con las rutinas clásicas del periodismo, se trabaja con prácticas contextuales, pero también se trabaja con unos criterios profesionales determinados *a priori* por el medio de comunicación y su compleja estructura de propiedad.

Principalmente se construye la agenda mediática de acuerdo con la coyuntura que impone el mismo Estado, la sociedad y también el medio de comunicación. Entonces, de cierta manera, tú como periodista, sabes que, si hay una fuente relevante, sabes que si hay un tema representativo debes prender tu radar y aplicar los criterios de noticiabilidad que aprendiste en la universidad y en los medios en los que has trabajado. No necesariamente viene o hay un ejercicio de poder que me dice: tienes que cubrir este tema” pero ya te inducen a que lo hagas. Si tú quieres ir por otro lado es tu responsabilidad, pero sabes que tal autoridad va a estar en ese lugar, sabes que la noticia va a estar ahí (Periodista 13. Entrevista Personal N. ° 13. Quito, 14 de febrero de 2020).

La producción informativa en Radio Quito reivindica una serie de valores profesionales, que se identifican con los intereses propios del régimen de propiedad y que han sido trasladados a las rutinas de trabajo a través de la línea editorial. Esto quiere decir que los valores con los que se piensa y se realizan las noticias no son ingenuamente aplicados, sino estratégicamente seleccionados e instituidos. Por ejemplo, la inmediatez no solo busca cubrir un acontecimiento de forma oportuna, sino también lograr una suerte de novedad informativa para el medio, una suerte de primicia, que lo diferencia del resto de competidores.

Es por ello que Radio Quito cuenta con espacios continuos de noticias, en los que siempre se actualiza la información, anticipándose al resto de medios. La relevancia de un acontecimiento, por otra parte, no está dada a per se, sino que pasa por el filtro editorial y este define las pautas procedimentales de cobertura, en función de las afinidades económicas y políticas de la radio. Del mismo modo, la contrastación, la verificación, la ampliación de fuentes tiene un ordenamiento previo, pues la radio constata continuamente los estándares de calidad de los contenidos para seguir proyectando una imagen de excelencia ante el público. En definitiva, ningún valor profesional en este medio de comunicación es aplicado por inercia, todo está dado por la línea editorial y por los principios liberales del periodismo clásico, que son parte fundamental de los preceptos que guían a Grupo El Comercio.

A pesar de que la producción informativa está fuertemente esquematizada, apunta la periodista, no se trata de seguir todo el tiempo una misma rutina operativa, porque se perdería competitividad en el mercado profesional. “En Ecuadoradio es importante ser creativo, pero, obviamente, con ciertas limitaciones. Yo creo que esto se trata de que algo, un tema muy simple, puedas hacerlo algo novedoso sin caer tanto en exagerar o sobredimensionar los temas” (Periodista 13. Entrevista Personal N.º 13. Quito, 14 de marzo de 2020).

Ahora bien, los periodistas de Radio Quito indican que no siempre piensan igual que la empresa para la que trabajan, pero que ese detalle no es un impedimento para realizar sus actividades con eficiencia e integridad. Esta aseveración da cuenta de que lo indispensable, lo más importante, para los periodistas es cumplir con su trabajo y crear, a través de las noticias, un balance entre los lineamientos del medio de comunicación y los lineamientos profesionales del oficio. Esta estrategia de preservación está relacionada con lo que muchos llaman “olfato

periodístico”, es decir, ese mecanismo intuitivo que permite identificar noticias, sobre la base de las posibilidades productivas y editoriales del medio de comunicación (Tuchman 1996). El olfato periodístico es una especie de conocimiento adquirido por fuerza de la práctica. Se aprende tanto de las experiencias ajenas como de las propias y, a partir de esa mixtura de saberes, se delinearán estrategias, que determinan los principios y disposiciones a ser aplicadas por un agente en su campo de acción social. Y el habitus de los periodistas de Radio Quito discurre entre tres grandes áreas: la historia viva de Grupo El Comercio (régimen de propiedad y línea editorial), los preceptos profesionales del oficio y la realidad contextual e independiente de cada periodista. Los trabajadores de esta cadena radial, de forma rutinaria, dan cumplimiento irrestricto a estos tres principios que se superponen a ellos. Y, por supuesto, los cumplen en el orden jerárquico en que fueron descritos: primero, el medio; segundo, el oficio; y tercero, su particular y muy íntima situación personal.

4.7 Prácticas vinculantes y compartidas. ¿Cómo se relacionan e interactúan los periodistas en Radio Quito?

En Radio Quito el relacionamiento entre periodistas y múltiples actores sociales genera distintos tipos de prácticas, que adquieren sentido y significado de acuerdo con las formas en que han sido desarrolladas. Esto implica que las interacciones y las prácticas que se derivan de ellas no solo son configuradas a priori por la industria comunicacional, sino que también generan disposiciones, también son elementos que abonan en la construcción de un habitus.

La relación menos visible, pero la más impactante en el plano profesional, es aquella que entablan los periodistas con los propietarios y directivos del medio de comunicación. Breed (1955) y Golding y Elliott (1979) sostienen que las disposiciones provenientes de la institucionalidad del medio son de obligatorio cumplimiento para sus subalternos y que las relaciones que se entablan entre estos actores son totalmente jerárquicas y verticales, por lo que no admiten espacios para la negociación y el consenso. Únicamente hay lugar para el cumplimiento de órdenes. En la práctica cotidiana esta teoría se aplica con exactitud. Y son los editores de sección y los productores generales, quienes vigilan el oportuno cumplimiento de las disposiciones institucionales, dictaminadas por los propietarios. Lo particular de esta

relación profesional es que la coacción no tiene un rostro visible. Y esto se debe a que los últimos cambios administrativos de Grupo El Comercio distorsionaron el ordenamiento jerárquico de la estructura mediática. Esto significa que los periodistas aún no logran distinguir con claridad si el poder total de la industria recae sobre el actual propietario del grupo empresarial (Ángel González) o sobre el consejo editorial (administrado por la familia Mantilla).

Esta confusión ha llevado a que los intermediarios sean quienes llevan la batuta de cada medio de comunicación. En Ecuadoradio, por ejemplo, las directrices empresariales y editoriales son emitidas por los productores y editores (afines a la familia Mantilla), quienes han acumulado a lo largo de su trayectoria profesional e institucional un significativo capital simbólico, que respalda su gestión directiva, aunque, en este caso, no accionaria. Los directivos cercanos a la familia Mantilla mantenían una estrecha relación con los periodistas. Esto se debía a que los actuales jefes escalaron en la pirámide profesional a lo largo de su trayectoria y conocían los retos, limitaciones y dificultades a las que se enfrentaban sus subalternos, porque ellos también ocuparon esa plaza en algún momento.

En Radio Quito, a pesar de las radicales modificaciones societarias, no era nada extraño escuchar que la administración (de los Mantilla y sus allegados) tenía una especie de nexo “familiar”, pues existía una comprensión laboral y editorial entre las partes. Sin embargo, esa cercanía se vio amenazada con el cambio de titularidad, pues, a pesar de que los editores siguieron siendo los mismos, las relaciones se volvieron menos fluidas, “porque se notaba el hermetismo impuesto por la nueva dirección del Grupo” (Periodista 10. Entrevista Personal N. °10. Quito, 10 de noviembre de 2019). En ambos casos, independientemente de la cercanía de los directivos con el personal, primaba una forma de relacionamiento: la vertical. Y es que pueden discutirse varios temas, sin embargo, su cumplimiento obedece a la posición jerárquica que ocupa cada miembro en el organigrama laboral de Radio Quito.

La interacción entre periodistas del mismo rango, por ejemplo, es más flexible que la relación institucional entablada entre periodistas y propietarios/editores. Los procesos de producción informativa entre pares contemplan sistemas de cooperación y reciprocidad, los cuales están mediados, en muchos casos, por vínculos emocionales y no únicamente laborales. En el

sentido común este tipo de actitudes podrían entenderse como un proceso de preservación profesional. Sin embargo, se observa que este fenómeno va más allá, es decir, se lo hace como una práctica solidaria y correctiva. De hecho, las actividades periodísticas en Radio Quito se desarrollan a partir de sistemas cooperativos y dependientes tanto internos (entre trabajadores de la radio) como externos (entre trabajadores de distintos medios de comunicación).

A la interna de Radio Quito, los redactores elaboraron un filtro correctivo intrainstitucional, donde constantemente se revisan los textos y la información producida por los miembros del equipo de noticias en una especie de triangulación lectora. Esto quiere decir que más allá de la aprobación del editor, quien es un agente facultado para sancionar o legitimar un producto periodístico, existen formas alternas de control de la calidad informativa, la cual no encuentra sentido únicamente en el éxito empresarial o el reconocimiento público del material informativo sino también en la construcción de lazos sociales y profesionales entre los miembros del equipo periodístico, quienes buscan garantizar su seguridad en el campo profesional. Un ejemplo de este relacionamiento profesional se observa en las llamadas “horas calientes”, donde se ultiman detalles para salir al aire con los noticieros. En esta fase del proceso productivo, con la finalidad de garantizar la calidad de los productos periodísticos y evitar sanciones y multas (por errores o faltas), los periodistas revisan sus textos para identificar posibles falencias u omisiones. Con ello, reducen las posibilidades de imprevistos y conflictos con los editores.

A este caso podrían sumarse otros fenómenos de reciprocidad como el cruce de información interinstitucional. Este relacionamiento ocurre cuando los periodistas de Radio Quito requieren insumos no disponibles en la sala de redacción. Si esto llega a ocurrir hacen uso de una selecta base de contactos de otros periodistas, quienes trabajan en medios de la competencia, que, en este tipo de situaciones, se vuelven actores aliados. En esta comunicación se filtran contactos, se comparan agendas, se comparte el material informativo (archivo) y también se suelen ceder los cuerpos noticiosos en conflicto con la línea editorial del medio. La persona encargada de generar este cruce de contenidos usualmente es la coordinadora del noticiero. Ella es la responsable de sistematizar las demandas propias y ajenas. Esto es: ruedas de prensa, coberturas, declaraciones y documentos, los cuales son enviados a quien los necesite a fin de abastecer la demanda informativa diaria. Los

trabajadores de la radio suelen decir que este cruce de contenidos es parte de la maquinaria informativa diaria.

No siempre podemos estar en todos lados. No se puede. Es imposible. Para saldar esas cuentas tenemos que tener buenas relaciones con los compañeros de otros medios porque ellos nos ayudan y nosotros igualmente. Por eso es medio delicado decir: no, no te puedo pasar, porque cuando tú necesites sabes que pueden decirte lo mismo. (Periodista 14. Entrevista Personal N.º 14. Quito, 12 de marzo de 2019)

El intercambio de material se da mediante canales digitales. A través de chats se envía lo requerido y se resuelven momentáneamente las carencias informativas. Sin embargo, hay ciertas excepciones a esta regla. Cuando el material de cobertura es exclusivo y se destinan ingentes recursos económicos para desarrollar el trabajo periodístico, los contenidos “se marcan en rojo”, es decir, no se comparten, sino hasta que hayan salido al aire. Después de ello, se procede al envío. Este tipo de situaciones no son muy comunes, pero también forman parte del código interinstitucional entre medios y periodistas.

Todas estas estrategias de relacionamiento e interacción entre agentes del campo periodístico tienen como uno de sus componentes fundamentales a la cooperación profesional. En este proceso de colaboración se crea un vínculo entre agentes, los cuales deben mostrar interés en constituir actitudes y comportamientos favorables para ambas partes, con el objetivo de adaptarse y coexistir satisfactoriamente con los condicionamientos propios de un determinado espacio social. En el ámbito de las prácticas periodísticas esta suerte de reciprocidad pasa por, al menos, dos factores.

El primero tiene que ver con el periodismo, pensado como una actividad eminentemente gregaria. Esto quiere decir que el periodista está supeditado a utilizar la palabra como herramienta fundamental de trabajo. Solo a través de ella es posible construir narraciones, con la finalidad de dar sentido a la información producida. Debido a esta ineludible vinculación intersubjetiva se establece una férrea dependencia entre los agentes constitutivos de este campo, quienes contribuyen, en calidad de fuentes o de hechos noticiosos, al trabajo periodístico. Kapuściński (2003) señala que un oficio tan dependiente como este debe

reivindicar la solidaridad profesional como un principio ritual y, si se quiere, rutinario. Aquella frase, convertida en cliché, donde se afirma que para ser periodista es necesario ser buena persona, tiene como trasfondo a la reciprocidad, la cual se erige como una acción estratégica y como un sentido práctico, que viabiliza la construcción y mantenimiento de vínculos sociales y profesionales.

El segundo factor, en cambio, tiene que ver con la reciprocidad, entendida como una forma de supervivencia en el espacio mediático. Tuchman (1996) indica que los valores del oficio periodístico funcionan como una garantía de seguridad profesional, pues se enmarcan en un entorno donde todo tipo de cooperación puede ser entendida como una demostración cuasi desinteresada, que impone la necesidad de devolver, a corto o largo plazo, los favores recibidos. Deferencias como una fotografía, un texto, una grabación, una fuente, un contacto, un aventón, una guía temática son recibidas como un obsequio profesional, que se anticipa a una posible carencia o fracaso en una cobertura, la cual necesitará de favores ajenos para ser solventada de inmediato. En el argot periodístico de Ecuatoradio este tipo de fenómenos son definidos como estrategias que buscan “curar en sano” cualquier tipo de inconveniente ocurrido en la cotidianidad del trabajo informativo.

En el proceso de producción noticiosa existen vínculos con diversos actores, quienes también participan, aunque de manera menos visible, en la producción informativa. Los periodistas de Radio Quito señalan que las audiencias no solo se allanan a los mensajes del medio de comunicación, sino que también proporcionan datos o proponen temas, que, según ellos, requieren ser visibilizados a través de una nota o un reportaje. “La gente llama mucho, sea a quejarse o a proponer temas. Los aportes del público, en su gran mayoría, están vinculados con aportes culturales o necesidades sociales como inseguridad, infraestructura de vías, accidentes, cosas así.” (Periodista 6. Entrevista Personal N. ° 6. Quito, 6 de noviembre de 2019).

La interacción con las audiencias muestra una cierta predisposición a incluir sus voces en la producción informativa. Sin embargo, esta práctica no es del todo común en el ámbito mediático privado y entraña ciertas particularidades. La más notoria es que los temas propuestos por los públicos no son dirimientes en la esfera pública, sino más bien vinculados a

denuncias ciudadanas. Desde una perspectiva negativista, van Dijk (2008) sostiene que esta aparente flexibilidad normativa de los espacios mediáticos está pensada como una estrategia interactiva, que crea espejismos de participación sobre la base de concesiones temáticas. No obstante, esta situación, a decir de los periodistas de Radio Quito, también puede ser entendida como una reivindicación secundaria, de pequeña escala, si quiere, que también contribuye a obtener espacios de visibilidad pública en la todopoderosa agenda mediática.

Las rutinas profesionales de los periodistas de Ecuadoradio también demuestran un relacionamiento por negociación con las agencias de relaciones públicas. Estos agentes secundarios en el campo generan información y buscan colocarla en los grandes medios, a través de transacciones y consensos con los coordinadores de agenda. La negociación entre estos dos agentes, apunta Merchant-Ley (2017), está basada en relaciones de cortesía, donde el periodista, debido a la inseguridad laboral de su oficio, entra y sale de medios; y en esa movilidad laboral también participa de procesos vinculados a las Relaciones Públicas. En este estadio profesional, los periodistas y experiodistas entablan un vínculo cercano donde la solidaridad funciona como un mecanismo de colaboración y reciprocidad. No obstante, los aportes provenientes de estos agentes suelen ubicarse en espacios híbridos de información y entretenimiento como programas de variedades. Allí es mucho más natural y aceptable tratar temas que no cumplen con la totalidad de los criterios de noticiabilidad impuestos por Radio Quito.

Esta inclusión estratégica tiene como finalidad evitar la distorsión de los espacios informativos, que son la identidad de este medio de comunicación. La coordinadora de la radio, quien también sistematiza los insumos informativos enviados por las agencias de relaciones públicas, asegura que los temas externos se tratan con pinzas, pues muchas veces se intenta de posicionar agendas que no tienen relación con el enfoque editorial del medio. Un claro ejemplo son los pronunciamientos de assembleístas o políticos sobre los temas de coyuntura. Los contenidos o reacciones sobre acontecimientos, afirma la periodista, deben estar contrastadas y, sobre todo, deben pasar por el filtro editorial del director, a fin de ubicar aquellas que cumplirían con los lineamientos de Radio Quito. Durante la investigación, se pudo constatar que hay ciertos personajes, hay ciertas agendas, incompatibles con las

directrices de los propietarios. Y si se va a cubrir estos elementos, se requiere de un procesamiento interno, es decir, no se acepta injerencias externas.

Por otra parte, los vínculos con las fuentes de la noticia en Radio Quito están ampliamente limitados, debido a que los periodistas no realizan coberturas de campo, sino que se nutren de los informes enviados por otros medios de Grupo El Comercio, quienes diariamente preparan un bloque de noticias relevantes para circularlas a través de diferentes canales. Esto, debido a que los periodistas de la radio arman su agenda sobre la base de las coberturas emprendidas por los medios aliados. En los informes noticiosos compartidos entre las instituciones del grupo Albavisión se detallan cronogramas y funciones de los reporteros. A partir de estos datos, los coordinadores solicitan ampliaciones, reportajes en vivo y aclaraciones, las cuales son transmitidas en los noticiarios como material perteneciente al Grupo El Comercio. Al referirse a las notas provenientes de los medios aliados, los trabajadores de la radio sostienen que el proceso de producción informativa es una cadena, ya que dependen de otros.

Dependen de que los periodistas de Televisión y El Comercio cubran los temas que podrían interesarle a la radio. Dependen de que los envíos de material se realicen de forma correcta. Dependen de la disponibilidad de los reporteros para realizar reportes en vivo. Dependen también de que los materiales recibidos se acoplen a la dinámica de la radio. Y es que muchas veces los formatos no guardan relación alguna. Es más, podría decirse constantemente entran en conflicto por ser incompatibles. Esto ocurre cuando los reporteros de medios aliados redactan sus notas para el espacio en el que se encuentran insertos. Cuando eso ocurre los lenguajes, los estilos, los elementos de composición se distorsionan. Un ejemplo de esta contradicción se evidencia en las notas de crónica roja o de desastres naturales. En estos cuerpos noticiosos, los periodistas de televisión e impresos utilizan muletillas como: “las imágenes son desgarradoras”, “el video lo dice todo”, “tal como usted lo ve en pantalla”, “las cifras mostradas en los cuadros/infografías son reveladoras”. Referencias de este tipo no concuerdan con un formato 100% auditivo donde no se puede evidenciar, de forma visual, absolutamente nada.

A pesar de las incompatibilidades antes mencionadas, los nuevos directivos de Grupo El Comercio se han mantenido firmes en la decisión de que sus periodistas produzcan y se

relaciones de forma dependiente. Por ello, tanto el personal de Radio Quito como el de la televisora y el diario han tenido que modificar, en la medida de lo posible, sus prácticas, acoplar sus lenguajes y estilos, a fin de que sus contenidos sean genéricos y puedan ser empleados en los distintos proyectos periodísticos que maneja el grupo empresarial para el cual trabajan.

Básicamente, la cooperación intrainstitucional del Grupo demarca una serie de rutinas, prácticas y acciones que funcionan de forma relacional y conglomeral es decir, al ser parte de una misma empresa, los agentes asumen los condicionamientos laborales y aceptan entablar lazos de cooperación entre periodistas distantes (de otros medios) aunque, en realidad, cercanos, pues forman parte de una misma estructura.

Yo digo que no perdimos. Más bien evolucionamos, porque es de acuerdo al tiempo, de acuerdo al avance tecnológico. Ha habido una comunión con Diario El Comercio y también con las cadenas televisivas que dispone la empresa: RTS, TVC, que, con sus periodistas, nos envían la información para que la transmitamos. Existe una comunión de información. La esencia misma de información no se ha perdido en Ecuador Radio. Continuamos informando con lo que podemos, pero también contamos con la participación de los periodistas de Diario El Comercio, RTS y TVC (Periodista 8. Entrevista Personal N. ° 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Profesionalmente hablando, esta cooperación y dependencia informativa, instituida por las directrices organizacionales del grupo empresarial mediático, también pueden ser pensadas como una ventaja ante las audiencias, pues, sin mayores constricciones, aparece en el dial una radio con un personal multidisciplinario, que cubre un sinnúmero de espacios noticiosos en todo el territorio nacional. Los trabajadores de la cadena Ecuadoradio señalan que la capacidad técnica operativa se ha incrementado significativamente, aunque lo ha hecho en desmedro de la autonomía editorial del medio de comunicación.

Esta serie de constricciones y posibilidades que se abren para los periodistas en la práctica profesional son parte de un habitus construido y reconstruido en el campo. Más allá de considerar al habitus como una estructura que se estructura por inercia, sostiene Bourdieu

(2000), hay que pensarlo como un conjunto de prácticas de sentido común, social y contextualmente adquiridas, a través de la experiencia y la transmisión de saberes entre agentes del mismo campo. En definitiva, y retomando a Tuchman (1996), es posible afirmar que “sin una cierta rutina de la que echar mano para hacer frente a los acontecimientos imprevistos, las organizaciones periodísticas, como empresas racionales, quebrarían (160). Y, seguramente, lo harían porque se volvería imposible imbricar, mediante esfuerzos empresariales, a cada periodista en el sistema de disposiciones particulares de ese medio de comunicación. En conclusión, Radio Quito moldea el habitus de sus trabajadores y lo hace sobre la base de capitales simbólicos, luchas pasadas y referentes institucionales. Sólo así es posible que las prácticas y las rutinas periodísticas puedan ser aprehendidas y naturalizadas por ósmosis.

4.8 La profesionalización. ¿Cómo se definen los periodistas de Radio Quito?

Conceptualmente existen, al menos, dos formas de pensar la profesionalización. Una, desde la experiencia; y otra, desde la formación académica. La primera, siguiendo la reflexión de Bourdieu (2007), está vinculada al sentido común, a actividades meramente objetivas, que conciben al conocimiento desde prácticas rituales, que “encuentran su cumplimiento en su cumplimiento mismo” (Bourdieu 2007, 35). La segunda, en cambio, se organiza en torno a un objeto construido subjetivamente, sobre el cual se edifican marcos cognitivos y pragmáticos, interiorizados a través de la formación académica. En Radio Quito coexisten ambas realidades. Actualmente parecen haberse integrado y estar articuladas dentro del mismo proceso productivo. Esto quiere decir que, para el medio de comunicación, en este particular momento institucional, la distinción no parece tener mayor importancia, siempre y cuando se cumplan las disposiciones (sobre todo las comerciales) emanadas desde el régimen de propiedad y la línea editorial. Las regularidades encontradas durante el proceso investigativo dan cuenta de que esta valoración de la profesionalización no siempre se efectuó de esta manera. Más bien, afirman los periodistas más veteranos, la administración de la familia Mantilla reconocía la formación académica y profesional de sus trabajadores, a través de incentivos laborales y salariales.

Antiguamente se premiaba la preparación de los periodistas. Si uno se decidía a estudiar y lograba graduarse, la señora Guadalupe valoraba ese esfuerzo. Ella no se olvidaba de las personas y los títulos y los tomaba en cuenta para ascensos. Eso, sin hablar del reconocimiento económico, porque una maestría, un curso significaba un mayor sueldo. Antes era distinto. Ahora si uno se gradúa, a lo mucho, mandan un correo electrónico de felicitación (Periodista 3. Entrevista Personal N. ° 3. Quito, 6 de noviembre de 2019).

El cambio de administración en Radio Quito supuso un cambio radical en la valoración de la profesionalización. Mientras los antiguos propietarios incentivaban a su personal a formarse, los actuales accionistas han mostrado un notorio desinterés por este detalle. Lo que ocurría con la familia Mantilla tiene una lectura sencilla, a decir de los trabajadores de la radio: “a ellos les interesaba el crecimiento profesional del personal” (Periodista 3. Entrevista Personal N. ° 3. Quito, 6 de noviembre de 2019). Esto supone que la capacitación se convierte en un proceso de suprema importancia, pues incrementa las posibilidades de conquistar nuevos espacios en el mercado, a través de la calidad y el desarrollo de nuevas herramientas periodísticas. Por otra parte, lo que ocurre con la actual administración muestra un balance distinto de las prioridades productivas. Esto implica, que mientras se cumpla con el ritmo de trabajo y se demuestre solvencia en el desarrollo de las asignaciones, no hay limitantes, ni impedimentos. Los trabajadores aseguran que se valora la eficiencia.

Ahora bien, independientemente de cómo conciba la empresa a la profesionalización, en la Radio coexisten “periodistas titulados” y “periodistas por experiencia”. Los primeros son los más numerosos y sus edades fluctúan entre los 30 y 55 años. Los segundos, quienes son minoría, cuentan con una amplísima trayectoria relacionada con sus edades: todos superan los 55 años. Este último grupo tiene una particularidad atípica y es que públicamente se reconocen y distinguen como trabajadores, no como periodistas ni como profesionales de la comunicación. “Yo no soy periodista. Yo soy trabajador y locutor. Pero solo por experiencia, porque me ha gustado he sido locutor de la radio y lo sigo siendo” (Periodista 8. Entrevista Personal N. ° 8. Quito, 6 de noviembre de 2019).

Hnitzsch (2009) sostiene que este grupo de trabajadores se decanta por el profesionalismo, un proceso de autorreconocimiento que permite a los periodistas ser reconocidos socialmente

como tales, o sea, como profesionales, aún sin contar con las credenciales necesarias para que esa distinción cobre sentido. Sin embargo, la identificación sí procede y se efectúa mediante la permanencia de estos agentes en el campo. Ellos afirman conocer sus regularidades, características y propiedades. Por ello, pueden moverse entre sus fronteras y mimetizarse entre sus habitantes. Es por esta razón que la identificación relatada en este particular caso viene dada por una actividad periodística que es la locución. Esto quiere decir que se reconoce la pertenencia al campo con otros términos, aun cuando esta sigue siendo eminentemente periodística.

En contrapartida al profesionalismo, está la profesionalización, definida como “el proceso por el cual un oficio pasa a ser una profesión y en la que el ejercicio del oficio conlleva un producto institucional, caracterizado por un alto grado de objetividad, facticidad y neutralidad” (Oller y Chavero 2014, 29). En este ámbito se encuentra un gran número de trabajadores, quienes se formaron académicamente y relucen su arsenal simbólico desde el campo educativo comunicacional:

Considero que los medios de comunicación tradicionales están integrados por una gran mayoría de personas que han obtenido un título universitario en las diversas ramas de la comunicación. Sin embargo, el desarrollo de esta profesionalización va de la mano con estándares de ética y valores. Parecería que estos aspectos no fuesen importantes, pero en la profesión son habilidades que se aprenden en las universidades y se aplican en lo práctico (Periodista 3. Entrevista Personal N.º 3. Quito, 6 de noviembre de 2019).

La afirmación de esta periodista es abiertamente ortodoxa, es decir, reconoce que su campo debe estar integrado por profesionales académicamente formados, quienes cuenten con el modesto conocimiento impartido en los centros de estudio para realizar actividades periodísticas. Además, esos conocimientos deben estar asociados a los valores liberales del periodismo tradicional, los cuales reivindican la ética y la objetividad como criterios de validación del oficio. Las habilidades importantes para la producción informativa, afirma, son aprendidas en las universidades y gracias a ello se puede ejercer un dominio práctico y legítimo del periodismo.

En cualquiera de ambos casos (profesionalismo y profesionalización) existe un esfuerzo por diferenciarse, pero también por parecerse. No pasa desapercibido que además de los capitales simbólicos y culturales en disputa, aparece la omnipotencia del medio, que homogeneiza a sus trabajadores y los incorpora a su aparataje ideológico, empresarial y cultural como participantes del proceso de producción informativa, donde cada uno aporta con su conocimiento, práctica y sentido común. El discurso de la profesionalización, visto desde la estructura institucional del medio es un murmullo que resuena ocasionalmente, sobre todo, cuando hay retribuciones salariales de por medio. Para la actual administración de Radio Quito, la experiencia y el conocimiento son parte de un mismo engranaje que apunta a un fin específico: la creación de servicios o productos destinados al consumo masivo. En este contexto, también es posible pensar que la despreocupación de este medio con respecto a la profesionalización del periodista encubre estrategias empresariales económicamente significativas como la preparación de profesionales multitarea, quienes desempeñan diversas funciones, que no necesariamente están vinculadas con su rango de acción y competencia.

De todo, de todo le hago. Yo presento música, presento también programas en escenario. Yo le hago de todo, de todo toca hacer en la radio. Sé entrevistar inclusive y entrevisto a los artistas y también a escritores, publicistas y todo lo que hay en la radio porque en la radio hay que hacer de todo. Yo les sé decir a los compañeros, que un trabajador de radio nunca puede decir yo no sé de esto, no puedo. Siempre tiene que saber, que estar listo. Porque la radio me ha enseñado muchas cosas y la experiencia que se ha adquirido es para desenvolverse en cualquier campo y no decir no sé (Periodista 3. Entrevista N. °3 Radio Quito. Quito, 07 de noviembre de 2019).

Hacer de todo, como apunta el trabajador de Ecuadoradio, puede ser asumido profesional y empresarialmente como una virtud, aunque laboralmente también supone una coacción. Y es que mientras se exalta la posibilidad de desempeñarse en diversas áreas con eficiencia y eficacia, también se demanda nuevos requerimientos, que no necesariamente están vinculados con la profesión de periodista, con su contrato laboral y con su aspiración salarial.

Más allá de la forma en la que el medio de comunicación identifica a sus trabajadores, ellos se definen como parte de un mismo gremio, que debe relacionarse y compartir, a fin de poner en marcha el motor productivo. Sin importar si son titulados o no titulados, los trabajadores de

Radio Quito afirman ser parte de un grupo articulado, que mira el éxito del medio de comunicación y el éxito de su trabajo como un triunfo personal y profesional. Y es que su estabilidad depende de que la mayor parte de los empleados compartan y dominen las regularidades de su ámbito de acción, a fin de facilitar el desarrollo de sus actividades diarias. Esto quiere decir que, independientemente de las credenciales periodísticas, a los miembros de esta radio les interesa que todos manejen un mismo lenguaje. Sin embargo, hay ciertas particularidades que muestran una escueta división entre quienes se aleccionaron en centros de estudio y quienes lo hicieron por experiencia.

Una de ellas tiene que ver con una suerte de exaltación laboral, basada no solo en los conocimientos adquiridos, sino, sobre todo, en los años de trabajo. Por ejemplo, a los trabajadores más veteranos se les rinde una especie de deferencia por lo que han vivido y por lo que han relatado. Un golpe de Estado, un terremoto, una movilización social, una quiebra bancaria son asimiladas como trofeos de guerra, que han incrementado sus capitales y han compensado ciertas ausencias, como un título universitario. En contrapartida, este grupo, que se reconoce abiertamente como trabajadores y no como periodistas, mira a los novatos como profesionales en formación, a quienes les hace falta lo que a ellos les sobra, es decir, trayectoria.

En definitiva, periodistas o no periodistas, los trabajadores de Radio Quito han optado por una identificación gremial, en la que se reconocen como integrantes de un mismo sistema, el cual requiere de la participación y competencia profesional de todos sus miembros para funcionar correctamente y preservar su estructura.

Capítulo 5. Habitus, prácticas y rutinas periodísticas analizadas desde la base material de la comunicación. Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: análisis de resultados

5.1 Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: participación y pertenencia al campo periodístico

El campo periodístico está determinado por las presiones del mercado, la política y la historia del periodismo. Para mantenerse como campo, este espacio reproduce, en el orden antes descrito, la estructura que lo estructura, es decir, reivindica y promueve la conservación del pensamiento liberal. A primera vista podría decirse que ERPE no forma parte de este campo, porque sus principios se contraponen de forma radical con los preceptos liberales del periodismo clásico. Bien podría decirse que lo individual rompe con lo colectivo y de esta forma se genera un conflicto, en teoría, irresoluble. Sin embargo, ERPE, a pesar de rechazar este modelo, no abandona el campo periodístico, porque encuentra en la comunicación y en sus canales de difusión un mecanismo para plasmar su proyecto comunitario. Desde esa perspectiva, ERPE no se excluye, ni se margina arbitrariamente, sino que se perfila como un agente contrahegemónico que, debido a su posición subalterna en el campo, disputa y confronta con los actores dominantes. Su apuesta gira en torno a una resistencia activa, que busca reivindicar los principios negados por la comunicación comercial. Por ello, su forma de existencia es distinta, se efectúa en otros términos y bajo otras condiciones, aunque la disputa con los actores hegemónicos sigue siendo la misma.

Los integrantes de ERPE se sienten más cómodos ubicándose en una posición antagónica que a la vez los posiciona y margina del campo de forma interesada. Los posiciona cuando se afirma que la radio forma parte de un espacio mediático históricamente constituido y consagrado, a partir del reconocimiento del Estado y la sociedad. Y los margina cuando se ponen en juego los intereses propios del campo periodístico, los cuales están dirigidos hacia la producción de contenidos con fines comerciales. En definitiva, ERPE es una institución con presencia subalterna en este microcosmos, pues se reconoce como un agente profano, que disputa ciertos capitales desde una posición subordinada. Esto se debe a que sus motivaciones e intereses buscan subvertir el orden del campo, buscan generar cambios, buscan crear un espacio dinámico, donde el proyecto del común sea reconocido y valorado de forma amplia.

Sin embargo, debido a la prevalencia histórica de los medios privados, que han ejercido el dominio de las regularidades del campo, sus luchas han sido relegadas. Ahora bien, a pesar de esta desventaja, ERPE no se aparta de este espacio, no claudica en su lucha, no abdica en las disputas por la obtención de reconocimiento. Su rol en el campo periodístico es de subversión, de resistencia a las propiedades distintivas de este espacio, que condiciona y determina las posiciones de forma desigual.

Aunque también podría decirse que en ese espacio difuso donde se desempeñan los medios comunitarios, ERPE ejerce un rol dominante, debido a que a lo largo de los tiempos ha acumulado una serie de capitales, que la han posicionado como el medio comunitario más fuerte del país. Esta denominación viene dada no solo por ser fundadora de su ámbito de acción, sino también por las múltiples variaciones e innovaciones que ha experimentado en el transcurso de su existencia y que la han posicionado como un referente de las radios comunitarias del Ecuador. En términos de Bourdieu (1976) se podría decir que el volumen global de capital de este medio de comunicación le permite poner en juego sus recursos para utilizarlos de manera estratégica y ubicarse en una posición privilegiada, donde se ejerza un particular dominio de las condiciones que están a su alcance.

La presencia de ERPE en el campo periodístico, sea como agente subversivo o como agente dominante de lo comunitario, está dada a partir del reconocimiento de una *illusio*, cuyos principios son esbozados por la filosofía del común. Esto supone, que todos sus integrantes han naturalizado el *habitus* del común, que garantiza la reproducción y conservación de los principios, prácticas y representaciones que dan sentido al ser y hacer de este proyecto comunicacional.

5.2 Propiedad difusa de los medios comunitarios: el ser y hacer colectivo

La noción del común ha sido tildada como utópica e idílica desde diferentes sectores del liberalismo económico, debido a su interés reiterativo por la organización social y reivindicativa con base comunitaria. En las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, la

práctica rutinaria de las organizaciones comunitarias muestra una correspondencia integral con sus principios fundacionales. En ERPE, la filosofía del común atraviesa todos los estadios de acción y reflexión social y profesional en una especie de espíritu evangelizador, que insta a naturalizar y defender los preceptos que hacen de lo participativo una realidad constante y absoluta.

“Los medios comunitarios no tienen dueño específico. Su historia, su existencia misma, tiene que ver con el ser y el hacer colectivo. En ese sentido creo que la radio se define a sí misma en la medida que ayuda a la gente que la necesita” (Bélgica Chela. Entrevista Personal N. ° 3. Riobamba, 9 de marzo de 2020). Lo señalado por Bélgica Chela da cuenta de que el interés primigenio de los medios comunitarios, de la propiedad comunitaria, es contribuir con el desarrollo social, a través de recursos y acciones comprometidas con la conservación y la sostenibilidad de la naturaleza y de los colectivos que la habitan. La propiedad exclusiva, la titularidad de un bien o un servicio no tienen cabida en este modelo alternativo, que se piensa a sí mismo como una estructura de organización localizada, que, sin ser propiedad de nadie, produce para todos. Graziano (1980), al pensar las posibilidades y alcances de la comunicación alternativa, sostiene que existe una conciencia organizativa que atraviesa transversalmente todas las prácticas y sentidos, con el objetivo de transformar la estructura social. Ahora bien, la transformación, sostiene Bélgica Chela, no siempre procura alterar las bases mismas de la civilización, pero sí intenta dar acompañamiento a las demandas sociales, con el objetivo de que sus intereses reivindicativos puedan ser materializados. Entonces, encausar la palabra de los agentes sociales, a través de herramientas mediáticas, es la forma en que ERPE hace uso efectivo de los recursos que se encuentran a su disposición. Básicamente, la propiedad de los medios comunitarios no es sino la suma de las capacidades y herramientas comunicacionales al servicio de la población.

El régimen de propiedad de los medios comunitarios, el régimen de propiedad de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador se inscribe sobre la base de un modelo de desarrollo social comunitario, que adecua sus principios y su filosofía de acuerdo con las demandas y necesidades de sus miembros. Y aquellas demandas, sostiene Rodrigo Arroba, programador y locutor de ERPE, no son estáticas, sino que se modifican constantemente.

Ahora, por ejemplo, nos encontramos en la época de la radio popular y agroecológica. Antes, atravesamos etapas distintas como la radio educativa, la radio exclusivamente popular e indígena y la radio de asistencia social. Actualmente somos un poco de todos esos momentos, pero nos concentramos más en lo ecológico, en lo agrario y también en los derechos de las mujeres, de los colectivos sociales y de las comunidades indígenas (Rodrigo Arroba. Entrevista Personal N.º 4. Riobamba, 10 de marzo de 2020).

Durante los 60 años de existencia de ERPE han cambiado varias cosas. Han cambiado los enfoques, los públicos y las demandas ciudadanas. Sin embargo, la esencia de lo colectivo se ha preservado casi intacta, debido al vínculo inmanente entre la práctica cotidiana y la filosofía del común, implementada por su fundador, Monseñor Leonidas Proaño. De hecho, es tal la identificación de la radio con Proaño que varios de sus objetivos actuales son una prolongación de su palabra y sus principios. El enfoque agroecológico, por ejemplo, parte del anhelo de reivindicar la agricultura local y de pequeña escala de los indígenas de las provincias de Chimborazo y Bolívar, quienes históricamente fueron marginados y excluidos de las grandes reformas agrarias que experimentó el Ecuador. Es justamente esta situación la que llevó a Proaño -y actualmente a ERPE- a defender los procesos agroecológicos y rechazar la agricultura industrial y la introducción de químicos y transgénicos como prácticas agrarias en los campos rurales de la serranía ecuatoriana.

Desde la época de Proaño tenemos en la radio al equipo de ingenieros agrónomos y ellos son lo que preparan varias capacitaciones sobre temas ecológicos. Ahora, por ejemplo, enseñan a la gente a preparar insecticidas naturales, sin el uso de químicos. Y todo eso sale por la radio. Los campesinos pueden venir y aprender a prepararla. La idea es mantener la perspectiva de lo natural, de lo orgánico, tal como lo planteaba Proaño. Con eso no se depende de nadie. Nosotros podemos auto sustentarnos con estas técnicas naturales y dejar de lado a los pesticidas químicos y transgénicos (Rodrigo Arroba. Entrevista Personal N.º 4. Riobamba, 10 de marzo de 2020).

Ahora bien, la perspectiva agroecológica es uno de los pilares primordiales de la radio. Sin embargo, esta no podría sostenerse sin la base estructural de ERPE, la cual está determinada por su anclaje social y reivindicativo. Esto implica que todos los proyectos que se desplieguen deben buscar la participación política de los colectivos, es decir, debe existir una

correspondencia entre lo que se piensa, se dice y se hace en la radio. Entonces, es posible que las condiciones históricas actuales demanden un énfasis en lo agroecológico, pero también demandan, por instinto o por vocación, un énfasis en lo social. Vinelli (2014) sostiene que los medios alternativos, populares o comunitarios, sea cual fuere su autodefinición, generan las herramientas para que la ciudadanía pueda empoderarse de sus derechos y con ello alcanzar visibilidad y reconocimiento público. En este sentido, los canales comunitarios como ERPE juegan un rol decisivo, ya que funcionan como un catalizador de las demandas colectivas. Y esa puesta en escena de lo común, a través de la palabra compartida, permite a quienes aparecen en el medio de comunicación cuestionar el poder establecido y al mismo tiempo exigir un resarcimiento de las omisiones y distorsiones que violentan sus derechos. Esta sensación de inclusión, de protección legítima no solo es percibida por los integrantes de ERPE, sino, fundamentalmente, por sus oyentes, quienes sostienen que la proximidad, la alteridad, el trabajo de campo y en conjunto hacen posible el desarrollo social, con base comunitaria.

Más que nada a través de la radio tenemos más contacto con la comunidad porque estamos a diario con las noticias y no solo de las autoridades sino de la gente. Por ejemplo, aquí en ERPE sale la historia de la gente de la calle, de los que venden en los mercados, de los que no aparecen en los otros medios. Ser parte de ERPE es distinto a todo, porque sus notas ayudan. El fin de la radio es ayudar y solo se puede ayudar educando y compartiendo con las personas (Silvia Sánchez. Entrevista Personal N. ° 9. Riobamba, 16 de marzo de 2020).

La radio trabaja para el pueblo y para para cumplir con eso debe estar en contacto con el pueblo porque si no hacen eso ¿de qué hablarían? La radio tiene que dar espacio a los que quieren hablar y contar lo que les pasa. En otro lado no dejan invitar a fiestas de comunidad o, qué se yo, denunciar si están vendiendo la papa más cara en un mercado (Xavier Armijos. Entrevista Personal N. ° 6. Riobamba, 16 de marzo de 2020).

Cerbino y Belloti (2015) señalan que este modelo busca incidir sobre lo público para incluir a actores que tradicionalmente han sido excluidos de los medios convencionales. Y son justamente esos agentes sociales no visibles para la opinión pública los que le dan sentido a la propiedad difusa de la radio y a los objetivos que persigue. En este sentido, ERPE se define a sí misma no solo por su filosofía comunitaria sino también por los individuos a quienes

representa. A diferencia de los medios comerciales, que representan a su propietario o a sus accionistas, las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador representan a su comunidad, se deben a ella y trabajan por ella. La propiedad comunitaria y su uso social se adecuan a los requerimientos de la colectividad. Es ahí cuando resulta necesario decir que lo difuso no es tan difuso si existe una vinculación territorial e identitaria con la gente. En el caso de ERPE, por ejemplo, ese vínculo, esa pertenencia afectiva y localizada entre la comunidad y la radio se ha construido a partir de elementos como la asistencia social, la educación, la capacitación agrícola y la inclusión social. Este conjunto de factores ha hecho que la población indígena y mestiza de los sectores rurales y urbanos de la provincia de Chimborazo -y antiguamente de Bolívar- sientan a la radio como suya, como parte de su vida y de su entorno, como una extensión de su propiedad, puesto que sus funciones y servicios siempre están a su libre disposición.

Sin embargo, plasmar este proyecto y mantenerlo activo ininterrumpidamente durante 60 años requiere mucho más que la vocación comunitaria de sus miembros y la solidaridad de sus oyentes. Juan Pérez, ex director de ERPE y cofundador de CORAPE, siente que los medios comunitarios, desde hace más de una década, atraviesan una crisis sin precedentes, porque los colectivos a los que tradicionalmente representaban, mediante proyectos de teleeducación y asistencia social, han sucumbido ante la indiferencia de las multitudes y ahora se mueven en terrenos fijos y unipersonales. La crisis de representación que atraviesan los MPAC, a decir de Juan Pérez, afecta directamente al uso social de la propiedad comunitaria, la cual se ha visto seriamente limitada, debido a las difusas directrices que le impone la comunidad a la que pertenece, es decir, sin una necesidad social y comunitaria que atender, los MPAC se ven atormentados por una sombra de incertidumbre, que no les permite avanzar ni sostenerse.

Actualmente los medios comunitarios atravesamos una crisis. Y es complicada la situación. Pero, claro, en esos momentos de oscuridad se tiene la esperanza de que la crisis nos va a llevar a algo. ¿Qué es ese algo? No sabemos. ¿Es privatizar todo esto, es volverse medios comerciales o de repente sale algo por ahí que nos da claridad hacia dónde ir? No sabemos. Los que somos más viejos en esto sabemos que la dirigencia de la organización social, de la organización indígena -con la que siempre trabajamos en ERPE-, se sienten muy cómodos con el tema de la protesta. Pero más allá de eso no se ve otro rol propositivo. En algún momento se trabajó con las bases, pero luego ya se descuidó esa parte. Entonces, el confort de estar en la

protesta, en el reclamo, en la lucha fue el rol de esos sectores sociales durante buena parte el siglo pasado y unos pocos años de este nuevo milenio. Y nosotros como radio no hacíamos mayor esfuerzo que acompañar esos reclamos. Y es más o menos lo que pasó en octubre [movilizaciones sociales en rechazo a las medidas económicas adoptadas por el gobierno de Lenin Moreno-2 al 13 de octubre del 2019]. Varios medios alternativos y comunitarios, incluyéndonos a nosotros mismos, nos sentíamos como pez en el agua en esas luchas, porque siempre íbamos con los compañeros a la protesta, a cubrir, a traer información. Pero pasa ese momento y nos preguntamos ¿Qué hacemos? Así que discutimos aquí y dijimos vamos a empezar a traer a los jóvenes que estuvieron en la protesta, tanto del campo como de la ciudad. Y sí, vinieron algunos, pero después se acabó. Y ¿cómo seguimos con esa historia? Siguen aquí los viejos dirigentes. Y los viejos dirigentes siguen muy peleados, muy en broncas con intereses particulares y tal. Entonces, temas como la ecología, probablemente, nos llaman y son muy potentes para trabajarlos desde la comunicación. Pero no solo eso, porque detrás de todo esto hay un tema social y económico complejo que sí hay que toparlo. Pero también la gente está dejando pasar muchas cosas. Y con eso se pierde la perspectiva, la razón social de la radio comunitaria. ¿A quién o quiénes representamos ahora? Ya no sabemos (Juan Pérez. Entrevista Personal N. ° 1. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

La crisis de representación (definición acuñada por sus propios miembros) por la que atraviesa ERPE da cuenta de que la fragmentación del espacio de producción y organización comunitaria ha mermado las posibilidades de acción comunitaria y con ello el uso social de los recursos y capacidades de los MPAC. Y es que si la comunicación alternativa y disidente no encuentra un proyecto político o cultural sobre el cual asentarse pierde gran parte de su poder transformador y corre el riesgo de entrar en acefalía. En este contexto, Juan Pérez señala que, para subsistir como institución, la radio ha tenido que tomar dos decisiones. Una, aprovechar los momentos de efervescencia social para obtener el mayor beneficio posible, comunicacional y comunitariamente hablando. Dos, asumir una especie de liderazgo social para infundir valores comunitarios y reivindicativos en la población. Ambas decisiones, pensadas como paliativos ante la crisis identitaria de los colectivos que conformaban la radio, persiguen un mismo objetivo: generar un sentido de apropiación comunitaria, que mantenga latentes los principios de acción comunitaria.

Segura (2015) sostiene que el eje fundamental para promover la identificación, pertenencia, acceso y participación social en los medios comunitarios es la producción conjunta de

contenidos, estrategias proyectos de interés colectivo. La interrelación corporal y mayéutica entre los agentes comunitarios determina las posibilidades del medio de comunicación. Pero, ¿Qué pasa cuando la participación ciudadana se merma? ¿Qué pasa cuando los ciudadanos, las comunidades, los colectivos ya no participan, no quieren, no pueden o son impedidos de participar? ¿Cómo hacer comunicación comunitaria con una comunidad que va perdiendo el espíritu del ser y hacer colectivo? La incertidumbre ante estos fenómenos sociales ha hecho que ERPE deba volver a sus raíces primarias para encontrar respuestas ante la crisis. Esto significa que ya no actúa exclusivamente como un catalizador de las demandas sociales, es decir, ya no acompaña a los procesos históricos de la misma forma en que lo hizo durante varias décadas. Ahora, más bien, asume una importante cuota de liderazgo para organizar a los pueblos que están dispersos.

Guardando las distancias históricas, la crisis actual de los medios comunitarios ha hecho que ERPE ya no siga a las comunidades, sino que las organice en torno a los principios que aprendió de esas comunidades cuando mantenían procesos sostenidos de reivindicación social. La actual planificación de la radio forma parte de un legado que antecede a la crisis y que tiene entre sus objetivos una serie de ejes temáticos sobre los cuales trabajar. Esto significa que lo que a primera vista parecería un trabajo realizado por inercia es más bien un proyecto institucional que encuentra sentido no solo en el acompañamiento a la comunidad, sino también en el aterrizaje y reflexión de los fenómenos sociales y políticos propios de las condiciones históricas y materiales del Ecuador.

5.3 Repensando la institucionalidad de los medios comunitarios. ERPE se transforma en fundación. La crisis continúa

Los medios comunitarios parecen ser acosados permanentemente por el fantasma de la crisis. Y las crisis son variadas. Las existen políticas, sociales, identitarias y, sobre todo, económicas. A inicios de la década de los noventa, los problemas financieros golpearon con feroz vehemencia a ERPE, que, en aquellos años, había perdido buena parte del apoyo eclesiástico a raíz del retiro y posterior muerte de Leonidas Proaño. Esta situación significó el fin de una época de bonanza y el advenimiento de una crisis que hizo tambalear los cimientos

de la organización. Eduardo Imanante, trabajador de ERPE, sostiene que, a finales del siglo pasado, luego de extensas jornadas de discusión entre los miembros de la comunidad, se decidió que la radio no podía depender permanentemente de instituciones externas y que era imprescindible emanciparse para administrar de manera sostenible y responsable los recursos materiales y simbólicos de la radio. Esta medida permitió a ERPE convertirse en una fundación sin fines de lucro, pero con personería jurídica. Esto significó que era capaz de autosustentarse y generar recursos propios sin dejar de lado su vocación comunitaria y de asistencia social.

Las transformaciones jurídicas experimentadas por ERPE tienen profundas implicaciones al momento de pensar en el uso social de la propiedad comunitaria. Y es que ser una fundación con personería jurídica implica asumir de forma integral la administración de la organización, sin la necesidad de aprobación o legitimación de agentes fiscalizadores externos. Sin embargo, la independencia administrativa no contempla ningún tipo de privatización, sino una libre disposición de los recursos, según las necesidades de la colectividad. En el caso de ERPE, tanto sus miembros fundadores, como los trabajadores y la ciudadanía forman parte de una mesa directiva que delibera y decide sobre las estrategias y acciones a ser implementadas en la radio.

En América Latina y en Ecuador la comunicación comunitaria nació y creció bajo la tutela de instituciones religiosas, que administraron los recursos con los que funcionaron los medios comunitarios. De hecho, ese legado histórico de dependencia organizativa se mantiene hasta la actualidad en forma de padrinazgos y contribuciones socioeducativas de diversas instituciones eclesiásticas. En este contexto de subordinación dirigencial, ERPE decide independizarse y con ello no solo alcanza una anhelada autonomía económica y jurídica, sino que rompe con el paradigma convencional de administración de los medios alternativos. Y sin que esa independencia implique una negación de su pasado fundacional, ERPE ha decidido organizarse libre y democráticamente, con la finalidad de contribuir con el desarrollo de la población chimboracense.

Somos una organización social e intercultural que construye condiciones para una vida digna con las personas, comunidades y barrios en situación de pobreza de la provincia de

Chimborazo implementando procesos económico-empresariales, asociativos, comunicativos y el desarrollo de capacidades, todo ello, inspirados en los principios y valores liberadores de nuestro fundador Mons. Leonidas Proaño (ERPE. Misión organizacional).

La libertad administrativa de ERPE no desconoce los principios comunitarios de la organización social. Debido a ello, todos los proyectos de sostenibilidad económica trazados por la radio contemplan la filosofía propia del común. El caso más emblemático de esta correspondencia estructural de valores, principios y acciones está relacionado con la creación de Sumak Life, una empresa productora y comercializadora de frutas y hortalizas, constituida por el Consorcio Fundación ERPE y 700 pequeños productores de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo. Sumak Life, en un primer momento, agrupó a varios colectivos de agricultores locales, quienes formaban parte de los procesos organizativos y comunicacionales llevados a cabo por la radio. Posteriormente ERPE y los campesinos de las comunidades próximas a Riobamba se asociaron para emprender en un proyecto agroecológico y de comercio justo, que, al mismo tiempo, viabilice la sostenibilidad económica de ambos grupos y promueva la producción y consumo de productos orgánicos libres de pesticidas y transgénicos.

La granjita que tenemos pertenece a la comunidad de Airón [ubicada en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo]. Aquí se cultivan productos orgánicos, hortalizas (zanahoria, lechuga, nabos, cebolla, tomate, frejol, habas, arveja). También hay una granja avícola y leche, pero la última solo vendemos a los que acopian, no al público en general en la tienda. Hace algunos años empezamos con la producción de quinua. Luego innovamos en otros productos. Todo eso lo sembramos acá y lo comercializamos a través de la tienda Sumak Organic, que es parte de nuestra empresa Sumak Life (Eduardo Imanante. Entrevista Personal N. ° 2. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

Actualmente buena parte de los ingresos económicos de ERPE provienen de Sumak Life. Con las ganancias obtenidas a través de la comercialización de productos agroecológicos se pagan salarios, servicios básicos y equipamiento de la radio. Otra fuente de ingresos es la venta de paquetes publicitarios. Usualmente se oferta pauta a comercios locales y, de vez en cuando, a entidades públicas, que utilizan la radio como canal de comunicación con la población. Jofre Negrete, programador de ERPE, (Entrevista Personal N. ° 7. Riobamba, 9 de marzo de 2020)

asegura que contar con una fuente de ingresos fijos le permitió a ERPE sostenerse sin los aportes de la iglesia católica y de las Organizaciones No Gubernamentales, que también financiaron ciertos proyectos emprendidos por la institución.

La autonomía organizativa le permitió a las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador ampliar su campo de acción y subsistir sin depender de nadie. Sin embargo, no le garantizó un proceso de estabilidad financiera a largo plazo. Las fluctuaciones del mercado, la reducción de la capacidad adquisitiva de la población, además de la abrumadora competencia en el campo mediático, han conspirado en contra del proyecto administrativo de ERPE, que, a raíz de estas eventualidades, entró nuevamente en crisis.

Ahora no nos resultan ganancias muy altas provenientes de la tienda. Más bien estamos ajustados con las compras. Lo que pasa es que el comerciante nunca quiere perder en precios, nunca quiere bajar. Eso pasa en toda la provincia. Hoy en la radio hablaban con los agricultores de papa y lo que pasa es que toca hasta casi regalar el producto para que le vayan comprando, sino no quieren comprar. ERPE es el mayor accionista de Sumak Life y también es el mayor afectado si la tienda no vende (Eduardo Imanante. Entrevista Personal N. ° 2. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

El pastel publicitario para radio está disminuyendo. Quizá hace 8 años atrás la radio tenía una participación mayor al 20% de todo el pastel publicitario. Ahora no sé. La tv se llevó la mayor parte. Y también empezaron a aparecer los medios digitales y cada vez hay más instituciones compitiendo por publicidad. La radio ahora está en el 14% y es la radio en general. Entonces, claro, pensar en financiar la radio y que hubiera perspectivas de luchar en el mercado se vuelve complicado. Además, las nuevas tecnologías han ganado mucho espacio y eso lógicamente merma las posibilidades de acción de las radios. Aquí mismo que estamos en provincia y somos chagritas es difícil porque en una ferretería dicen “no, no, yo no pongo publicidad en la radio. Yo tengo en redes sociales, en Facebook”. Y claro eso va a ser un problema para financiar las radios en general y para las comunitarias aún más (Juan Pérez. Entrevista Personal N. ° 1. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

En este medio de comunicación trabajan alrededor de 15 personas, quienes realizan actividades cooperativas, a fin de mantener en funcionamiento a la radio. Sin embargo, en los

últimos 20 años, ERPE ha sufrido una reducción del 80% de su personal, debido a la carencia de recursos económicos. Y, posiblemente, la respuesta a este déficit se halle en los sistemáticos recortes que ha sufrido su presupuesto, a raíz de la baja en la venta de sus productos, tanto orgánicos como comunicacionales. Vinelli (2014) piensa que los extremismos ideológicos, que rechazan la sostenibilidad económica de los MPAC, han marchitado las posibilidades de preservación y crecimiento de este modelo de comunicación disidente.

Esto se debe, básicamente, a que existe una errada comprensión conceptual y pragmática de la rentabilidad económica y de la sostenibilidad social. Y es que el conservadurismo 'comunitario' considera que los medios populares no deben lucrar de ninguna forma, pero, al sostener esta afirmación de forma tajante y absolutista, se desconoce que estos canales comunicacionales también requieren de recursos para sustentarse y así garantizar el libre acceso de la ciudadanía a la palabra pública. En el caso de ERPE, la decisión de convertirse en una fundación significó una ruptura permanente con los planteamientos fundamentalistas de ciertos sectores de comunicación alternativa; significó un salto cualitativo, que le otorgó a la radio la posibilidad de trabajar con eficiencia para las comunidades; significó una nueva forma de hacer comunicación comunitaria sin depender de entidades externas; significó una reconversión del paradigma comunitario, donde ya no se sancionan los intereses comerciales, sino que se trabaja comunitariamente para alcanzarlos y darles un uso social y colectivo.

Vinelli (2014) sostiene que la crisis económica de los medios comunitarios no se circunscribe exclusivamente a las dificultades financieras, sino también a las limitaciones institucionales, derivadas de las omisiones del Estado. La inexistencia de políticas públicas ha hecho que los medios comunitarios se encuentren en un estado de indefensión legal y jurídica, puesto que no cuentan con las mismas posibilidades de organización y gestión que los medios privados. A decir de Octavio Aucancela, actual director de ERPE, el no contar con un cuerpo legal y administrativo que garantice la protección de los medios comunitarios, los obliga a actuar en desventaja y a competir con grandes industrias mediáticas, a pesar de que su objetivo primario se aleje de la lógica comercial.

Más allá de las irregularidades ocurridas en el último Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión, organizado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL); más allá de la coerción burocrática que se ejerce sobre los medios alternativos; más allá de la hegemonía mercantil y técnica propia de las industrias comerciales⁴, la desventaja más flagrante a la que se enfrenta el sector comunitario, sostiene Beltrán (2018), tiene que ver con la omisión de las acciones afirmativas estipuladas en la Ley Orgánica de Comunicación, donde se indica que los medios comunitarios gozarán de un trato preferencial para zanjar las desigualdades históricas del sistema mediático ecuatoriano. Una de ellas, por ejemplo, tiene que ver con el pautaaje publicitario y promocional de las actividades realizadas por entidades estatales. Sin embargo, a pesar de que esté normado este mecanismo de protección financiera, la realidad muestra una situación diferente en la que los grandes medios privados, usualmente televisivos, se alzan con la publicidad, dejando sin oportunidades a los sectores comunitarios, que no pueden competir en las mismas condiciones, debido a la débil infraestructura humana y técnica que poseen. Y es que la contratación pública y las gestiones burocráticas no solo demandan esfuerzo institucional, sino también múltiples inversiones para cumplir con los requisitos estipulados por el Estado, el cual no ha logrado diferenciar entre procesos comunicacionales privados y comunitarios.

En las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador buena parte de las dificultades financieras se derivan de esta errada aplicación de la ley, que conspira en contra de la sostenibilidad económica de la radio.

Nosotros tuvimos un problema burocrático con el Estado. Tanto nosotros como CORAPE estamos restringidos de entrar a contratación pública. Y eso está en juicios en Quito. Por eso en las anteriores elecciones no pudimos acceder al pautaaje electoral. No pudimos. Ahí lo que hicimos es lo siguiente: les dijimos a los candidatos, personalmente, que les ofrecemos servicios por entrevistas y así sacamos algo si quiera. No dicen que es mucho el pautaaje electoral. Pero ya ayuda. Porque según la ley, el Estado debe pautar con todas las radios inclusive las comunitarias. Bueno, con las que tienen autorización. Nosotros estamos

⁴ Las irregularidades presentadas en el Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión, las desventajas administrativas y meritocráticas a las que se enfrentan los MPAC y la desleal competencia ejercida por los medios privados están detalladas en el segundo capítulo, en los apartados III, IV y V.

restringidos⁵, multados. No hay cómo (Eduardo Imanante. Entrevista Personal N. ° 2. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

La sanción que recae sobre ERPE, sumada a las diversas complicaciones institucionales por las que atraviesa la organización, la llevaron a renunciar en el 2017 a la frecuencia 710 kHz en Amplitud Modulada, con la que llegaban a las comunidades rurales de la provincia de Chimborazo y Bolívar. Los elevados costos de mantenimiento y la permanente reducción de personal dejaron en acefalía a la radio en AM, la cual tenía una producción comunicacional y un equipo periodístico independiente, distinto al que se desempeñaba en Frecuencia Modulada. Además, sostienen los trabajadores de ERPE, las preferencias de los públicos también han cambiado y han contribuido a agravar la crisis, pues muchos de ellos se trasladaron a FM a y otros tantos a la radio digital, abandonando así a la frecuencia que vio nacer los proyectos de teleeducación y asistencia social.

Por esta crisis dimos de baja a la onda media. De alcanzar lejos, sí, alcanzaba lejos. Pero en otros sectores ya tienen otras radios. Los viejitos reclaman que ya no transmitimos, pero igual son pocos. Los hijos, los nietos son FM. Pero ya no tenemos cobertura adentro, en comunidad, por ejemplo, en Bolívar. Pero, sin embargo, para Bolívar, por carnavales, sí vienen a participar de la radio. La gente nos escucha y nos ve por Facebook Live. Entonces por internet ya están viendo, por ahí un poquito salvamos. Esperamos, chuta, no dejar morir la radio (José Eduardo Yuquilema. Entrevista Personal N. ° 5. Riobamba, 11 de marzo de 2020).

La muerte es un escenario posible para los medios comunitarios. Incluso para aquellos que han tratado de darle un giro al modelo alternativo. Para las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador la crisis no es un acontecimiento ajeno a su historia. Más bien, a decir de Silvia Sánchez, presentadora del noticiero “Voces”, ha sido una constante, con breves intervalos de sosiego económico y administrativo. De hecho, la realidad de los medios populares, alternativos y comunitarios es la realidad de sus contextos. Desde esta perspectiva, es posible

⁵ El 08 de julio del 2015, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPLEDES) dio por terminada de forma unilateral y anticipada un contrato de servicio con las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, entidad que se había comprometido a “elaborar programas radiales para difundir contenidos del Buen Vivir en su versión para jóvenes”. Tras la decisión de la SEMPLEDES, ERPE figuró como contratista incumplido y durante 5 años no pudo pautar con el Estado ecuatoriano. Los representantes de este medio de comunicación comunitario afirman que no fueron asesorados de manera óptima y que las trabas burocráticas ocasionaron que se incumpla con los plazos de entrega de los productos acordados.

leer a la crisis de los canales comunitarios no como el reflejo de una administración deficiente, como usualmente se dice desde las altas esferas, sino más bien como sostiene Beltrán (2005) o Sel (2009) un reflejo de las inequitativas condiciones materiales, históricas, políticas y económicas que los determinan.

Ante esta situación, ERPE ha tenido que asumir, como una forma de resistencia, una práctica contrahegemónica, que exprese la inconformidad de su comunidad con un sistema que los margina y los obliga a vivir en un entorno de absoluta precariedad y exclusión. Sel (2009) sostiene que la crisis latente que se ha impregnado en la piel de los MPAC no es genética, sino provocada, es decir, tiene una raíz sociohistórica que, por acción u omisión, ha dificultado su crecimiento y sostenibilidad.

5.4 Estructuras organizacionales en las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador: la comunicación del común como motor de cambio social

En ERPE, la estructura organizativa está configurada en torno a la comunicación del común, pensada como un catalizador de las demandas colectivas, en busca de una reivindicación o un resarcimiento. A diferencia de los mass media liberales, cuya estructura responde a los intereses de un propietario o un grupo de accionistas con vínculos políticos o comerciales, las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador responden a las necesidades comunitarias emanadas de los diálogos, negociaciones y disputas entre los miembros de una comunidad. Esto quiere decir que la participación colectiva determina las atribuciones y característica de aquello que se hace y se dice en el medio de comunicación.

Para Juan Pérez, ex director de ERPE, la estructura organizativa se traduce en “la discusión de las necesidades cotidianas de la población y la forma en que los miembros de la radio trabajan para visibilizarlas públicamente” (Juan Pérez. Entrevista Personal N. ° 1. Riobamba, 9 de marzo de 2020). Básicamente, la estructura organizativa es parte del ordenamiento del común, que contempla como esencia comunicativa la deliberación de múltiples subjetividades, que se expresan colectivamente. Ahora bien, la estructura organizativa de la que habla Juan Pérez

también puede ser leída como una forma de recabar información y demandas de diversas latitudes para procesarlas, ordenarlas y transmitir las, con la finalidad de que puedan crear escenarios de contienda en beneficio de su localidad.

La estructura organizativa en ERPE se visibiliza en la sistematización de los requerimientos comunitarios, es decir, en la forma en la que se articula el motor colectivo para dar cuenta de las necesidades sociales. El funcionamiento de esta estructura se observa con claridad en el siguiente ejemplo: un grupo de productores de papa, pertenecientes a la comunidad de Airón Cruz, en la provincia de Chimborazo, se contactaron con los periodistas de la radio para denunciar la explotación que sufrían por parte de los intermediarios del mercado de Riobamba, quienes ofertaban por una arroba del producto la mitad de su costo real. Tras recibir la queja, los periodistas la discuten en dos instancias: en la reunión de asignaciones de ERPE y en la comunidad. La primera marca una especie de plan estratégico para analizar el suceso a través de una perspectiva comunitaria de reivindicación de los afectados; mientras que la segunda, genera una aproximación a la realidad, mediante una comunicación próxima y vinculante entre quienes forman parte de la vida local de Airón Cruz y del mercado de Riobamba. Una vez efectuado el relacionamiento se elabora un producto periodístico, con enfoque de derechos, que da cuenta del sentir de la comunidad. Y una vez finalizado el reportaje, se realiza una suerte de seguimiento, que busca determinar si lo demandado a través de la radio tuvo efecto en la vida de los pobladores. En definitiva, la estructura organizacional es el común en acción, es la práctica de vida llevada a los medios de comunicación.

Tal como se evidenció en el ejemplo, en las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador buena parte de la estructura organizativa está destinada a definir los parámetros y directrices que serán parte de la agenda semanal de noticias, pues en ella están inscritas las demandas colectivas, que se deliberarán en escenarios contenciosos.

Alrededor de las preocupaciones cotidianas y cercanas a uno y a la gente de la comunidad se va armando una especie de agenda que no es tan agenda mediática, porque no es una lista de mercado en la que se desarrollan los mismos temas que salen en los grandes medios. Aquí se trabaja una agendita donde se plasman los problemas de todos: de los productores, de los intermediarios, de los comerciantes, de los consumidores, de los organizadores de ferias, de

todas las caras que forman parte de la ciudad y de los pueblos. Yo diría que la agenda que acá se construye nace de la experiencia cotidiana. Se parte de la idea de que los problemas de los demás también son mis problemas. Entonces hay que abrirles la radio para que puedan comunicarse y encontrarles solución (Juan Pérez. Entrevista Personal N. ° 1. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

La agenda trazada por ERPE tiene una vocación comunitaria y subalterna, ya que procura tratar realidades negadas por los medios de comunicación privados. De hecho, la radio reconoce abiertamente tener un enfoque de derechos, que a la vez integra y excluye ciertos temas de la realidad ecuatoriana. Integra, por ejemplo, derechos laborales, de género, de la naturaleza, de los niños, niñas y adolescentes, de la comunicación, entre tantos otros. Excluye, en cambio, tópicos y enfoques sexistas, discriminatorios, homofóbicos, machistas, violentos, etc. La proyección de agenda, sostiene Bélgica Chela, contempla una interacción constante y recíproca con los grupos reivindicados y los grupos que buscan una reivindicación. Por ello, la agenda visibiliza las complejas relaciones que suceden al interior de las estructuras de organización comunitarias.

La contienda de la que habla Bélgica Chela tiene lugar en lo público y comprende la interacción entre agentes sociales en disputa por derechos y reclamaciones. Y justamente ERPE es el canal que aglutina esas relaciones reivindicativas, a través de una agenda incluyente que es negociada y, en algunos casos, impuesta por los miembros de la comunidad. Rodrigo Arroba, programador y locutor de ERPE, considera que la agenda comunitaria, a pesar de seguir ciertas directrices marcadas por el proyecto del común, es flexible y adaptativa, pues alberga miradas y voces, que interpelan la realidad de distintas formas. En este sentido, apunta Rodrigo Arroba, el negar el acceso a un medio que es propiedad de todos, sería incurrir en una gravísima violación a los principios políticos y filosóficos de la radio. No obstante, tanto él como varios trabajadores de ERPE, creen que esta agenda disidente y reivindicativa no es una concesión de la radio. “No es como saben decir que ERPE es la radio que da voz a los que no tienen voz. ¡Para nada! En las comunidades todos tienen voz, hasta los (perdóname el término) muditos [discapacidad del habla] tienen voz. Lo que hacemos desde la radio es dar cabida a esas voces y organizarlas medianamente para que sean audibles para quienes escuchan” (Rodrigo Arroba. Entrevista Personal N. ° 4. Riobamba, 10 de marzo de 2020).

El objetivo de generar contiendas políticas, con fines reivindicativos, es lo que mueve a los trabajadores de ERPE, quienes se agrupan y se organizan en torno a estas estructuras más o menos estables, que perduran en el tiempo y guían las prácticas y actividades propias de la radio.

La agenda de coberturas y las actividades realizadas por ERPE dan cuenta de que en el día a día la estructura organizacional reivindicativa tiene, al menos, dos formas de plasmarse. La primera, a través de un modelo de coordinación laboral, es decir, todas aquellas acciones derivadas de la planificación interna del medio de comunicación, que proyecta la construcción sistemática de temas locales. La segunda, en cambio, está trazada mediante acciones compartidas, las cuales son concebidas entre diversas entidades comunitarias, que entablan relaciones cooperativas para generar transgresiones sobre el sistema político y mediático.

La primera forma tiene como objetivo central preservar y potenciar la cultura local, anclada a un territorio histórico e identitariamente situado. Para ello, ERPE ha organizado a su personal en cuatro grupos de trabajo, que participan continuamente en los procesos de elaboración de contenidos de manera recíproca. El equipo de prensa está dividido, según el idioma. El noticiero en castellano “Voces Uno y Dos” está conformado por tres personas, quienes realizan coberturas, generan contenidos y presentan los informativos. El noticiero en quichua “Minka” [Minga] está conformado por 2 (y a veces 3) personas, quienes se desplazan a las diversas comunidades de la provincia de Chimborazo para construir información y transmitirla. Las funciones de ambos equipos de prensa son bastante similares, según plantea Bélgica Chela, quien considera que, sin importar el idioma, el periodismo debe contar bien las historias, con la finalidad de visibilizar las necesidades humanas y canalizarlas hacia una posible solución, basada en la comunicación reivindicativa. El tercer grupo, conformado por tres personas, realiza el trabajo de edición y programación técnica. El cuarto grupo tiene un estatus diferente a los ya descritos. Esto se debe a que no forman parte de la nómina fija de ERPE, sino que colaboran en la realización de programas informativos, de opinión, entretenimiento y educación como asociados, es decir, son sujetos externos a la radio quienes tienen espacios temáticos, los cuales se transmiten en el segmento “Cabina Abierta”.

Durante el desarrollo de esta investigación, seis personas participaban de este proceso comunicacional comunitario, generando contenidos con enfoque psicológico, histórico, político, homeopático, religioso y musical (juvenil). La dirección y administración de la radio bien podría ser un grupo diferente de trabajo. Sin embargo, el carácter comunitario de ERPE hace que todos los trabajadores estén involucrados en la gestión de la radio.

La segunda forma en que se plasma la estructura organizativa en ERPE tiene que ver con la coordinación conjunta y solidaria entre la radio e instituciones mediáticas comunitarias externas, las cuales prestan su contingente para la consolidación del proyecto del común. Debido a esta actitud cooperativa, la programación de ERPE se nutre de dos productos diarios. Uno, proveniente de la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE) y otro, de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Ambas entidades, que agrupan a varios MPAC de Ecuador y el mundo, producen noticieros con un enfoque alternativo y disidente, anclado al común, los cuales son retransmitidos por ERPE en el noticiero Voces Uno y Voces Dos.

“Ecuador en Contacto” es el noticiero producido por CORAPE. Allí se desarrollan temas nacionales, a partir de una red de comunicadores situados en diversas provincias del país, quienes diariamente envían sus aportes o se enlazan con la cabina central para rendir informes locales. “Contacto Sur”, en cambio, es el noticiero comunitario internacional producido por ALER, el cual integra las voces de las naciones asociadas, las mismas que presentan en dos informes diarios la realidad económica, política, social y cultural de su país.

Ahora bien, estos dos modelos organizativos (cooperativo interno-cooperativo externo) están estructurados en torno a una categoría propia del común: la reciprocidad. Y es que tanto el trabajo de reportaría, emprendido por los trabajadores de ERPE, como los materiales compartidos por CORAPE y ALER, entrañan una práctica sistemática y continua de intercambios simbólicos y materiales. En el primer caso, la reciprocidad se observa a partir de la canalización de las demandas colectivas de los miembros de la localidad, a través de la radio. En el segundo caso, la reciprocidad se origina en un intercambio bilateral de contenidos informativos. Esto supone que ERPE recibe el material de CORAPE y ALER, pero al mismo

tiempo comparte su producción con estas cadenas mediáticas, a fin de que incluyan sus relatos y narraciones en los informativos nacionales e internacionales.

La reciprocidad periodística tiene mucho más sentido en el análisis de los medios comunitarios, ya que allí los intercambios se producen de forma desinteresada, debido a las relaciones cooperativas emprendidas entre sus miembros. Este intercambio implica una transferencia pura y recíproca de almas, es decir, supone el otorgamiento no solo material, sino espiritual de elementos simbólicos, que están a disposición de quien los necesite. Ahora bien, ese habitus vinculante entraña una práctica consciente de restitución de favores, es decir, el recibir se transforma automáticamente en una obligación por dar, por devolver. En ERPE, a diferencia de los medios comerciales, la devolución de favores no entraña una medición compleja de capitales y recursos, sino, más bien, la creación de relaciones solidarias entre los participantes del intercambio. En última instancia, lo que se valora es el beneficio percibido, a través del intercambio de dones. En la radio comunitaria, este fenómeno se materializa como una circulación constante de material y servicios informativos, con los miembros de la comunidad o con otros medios de comunicación que han asumido un enfoque alternativo, popular y comunitario.

La estructura organizacional en las Escuelas Radiofónicas es la estructura del común. La gente, los recursos, las actitudes y las actividades están configuradas a partir de un espíritu solidario y vinculante, que reivindica a la comunicación de proximidad como un mecanismo para generar contiendas y, al mismo tiempo, provocar transformaciones sociales. El sostenimiento de ERPE y su proyecto comunitario durante 60 años se debe fundamentalmente a que los subgrupos y los individuos que forman parte de la comunidad han sabido estabilizar sus relaciones, dar, recibir y, por último, devolver. Todo ello sobre la base de una sólida estructura organizativa que potencia la interacción entre los sujetos, a partir de la asunción y naturalización de los preceptos establecidos por la comunicación del común.

La reciprocidad y la solidaridad son principios que configuran una estructura organizacional horizontal, donde todos los miembros de la comunidad participan democráticamente, disolviendo así los niveles o grados jerárquicos. En el deber ser la solidaridad anula las relaciones desiguales en el ejercicio del poder, ya que estas implican prácticas de exclusión,

que coartan la palabra compartida y coaccionan la toma de decisiones, las cuales, al no ser consensuadas, son impuestas. Para Hardt y Negri (2009) el común y su proyecto biopolítico tienen un carácter rebelde, puesto que siempre exceden los límites del poder. El común, sostienen, comprende la construcción de todas las figuras de creación colectiva que ponen en funcionamiento la cooperación y la colaboración de múltiples subjetividades agrupadas en torno a un objetivo solidario, el cual es incompatible con el sistema dominante. Esto implica que se rompe completamente con el ordenamiento establecido, a través de la asunción de un espíritu liberador, que conspira en contra de las jerarquías y trabaja por un modelo democrático y participativo, que fomenta la producción de subjetividades.

En las Escuelas Radiofónicas la clásica y vertical estructura organizacional de los medios de comunicación comerciales se tambalea, debido a que se privilegia la participación libre y solidaria de los actores sociales en desmedro de la palabra individual e indiferente. Es justamente esa vocación comunitaria la que magnifica el deseo de ser y hacer colectivamente. Bélgica Chela considera que en ERPE se garantiza la participación horizontal tanto de los periodistas como de los actores sociales que forman parte de la radio. Sin embargo, apunta, hay límites “editoriales” en cuanto a la inclusión de temas que puedan violentar los derechos y libertades civiles.

Para que no haya censura, todo debe estar incluido en la planificación. Pero siempre se trata de cumplir con los objetivos trazados por ERPE. Pero de ahí, la aprobación como tal, no hay. Las temáticas generales ya las sabemos y esas temáticas principales se piensan bajo ciertos criterios que nos permiten estar capacitados para salir adelante. Entonces, no hay aprobación exclusiva. Pero si se quiere hacer un tema nuevo, que aquí no tratamos como farándula o crónica roja, ahí si necesita tener una aprobación de quienes conformamos la radio (Bélgica Chela. Entrevista Personal N. ° 3. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

Lo indicado por la periodista de ERPE da cuenta de que en el día a día los miembros de esta radio trabajan como una unidad en movimiento, cuya estructura solo puede ser accionada mediante consensos y prácticas colaborativas. No obstante, esa apertura al diálogo y a la acción comunicativa no implica que se acepte todo contenido o información, sino únicamente aquella que responde a la filosofía del común.

5.5 El habitus del común: la práctica de vida llevada a los medios de comunicación

El habitus del común podría entenderse como un conjunto de prácticas vivenciales, que viabilizan la concreción de un proyecto multisectorial de solidaridades recíprocas, las cuales se evidencian en el enfoque del medio y en la forma en la que actúan sus miembros. Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador son un espacio donde se plasma el sentir de la comunidad: se proyectan demandas, anhelos, inconformidades, intereses, dudas y certezas, a través de mecanismos plurales que encuentran en la comunicación participativa una forma de materializarse. Ahora bien, ese espíritu solidario y reivindicativo no está dado por imposición, sino por interiorización, es decir, los preceptos comunitarios, planteados por Leonidas Proaño y reelaborados a lo largo de los años, se han enquistado de forma natural en los miembros de la radio, quienes llevan consigo la idea de servir como una colectividad constituida y ensamblada. El habitus de la radio es el habitus del común, y este se mueve con sus agentes, se reproduce con ellos porque portan una suerte de identificativo, que les permite conocer y reconocerse como un proyecto de reivindicación, que canaliza el sentir de los otros y lo transforma en el sentir de nosotros.

Yo he escuchado y también he trabajado en radios evangélicas allá en comunidad y es diferente porque uno siente que no hablan para uno, ¿sabe?, uno siente que ellos hablan para ellos. Las Radiofónicas son distintas. Yo creo que acompañan y uno se acostumbra a eso, a no estar solo, a saber que alguien nos escucha y nos comprende y nos ayuda y también ayudamos (José Eduardo Yuquilema. Entrevista Personal N. ° 5. Riobamba, 11 de marzo de 2020).

Tanto los trabajadores como los habitantes de las localidades que han crecido junto a ERPE comparten códigos comunitarios, los asumen vivencialmente y los plasman en sus actividades cotidianas. Podría decirse que tienen un apego nato a los principios que definen a la radio, pues no la consideran como una entidad externa o una frecuencia en el dial, sino como parte de ellos, como parte de su comunidad, por eso afirman que ERPE se comunica coloquialmente con ellos y “los acompaña”.

El habitus de los miembros de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador es un modelo generador y ordenador de prácticas y disposiciones emanadas de la historia y los principios comunitarios, que forjaron a este medio de comunicación en el tiempo. El habitus de ERPE asume la estructura simbólica de un pasado actuante, que en el presente se reconfigura y se adapta, pero siempre en concordancia con los dos principios que determinaron su existencia: la Teología de la Liberación y la pedagogía freiriana. Esta herencia, legada por Leonidas Proaño, se ha constituido en una brújula histórica y atemporal, que reivindica un habitus participativo y democratizador, que permanentemente se reproduce en las rutinas de producción informativa.

En las rutinas de producción informativa de ERPE se visibilizan varias lecturas del mundo. La programación incluye temáticas y actores vinculados a espacios religiosos (católicos), ancestrales, académicos, científicos, comerciales, médicos, políticos, económicos, culturales, artísticos, sociales, educativos, agrícolas, psicológicos, humorísticos, de género, entre tantos otros. Esa variedad de temas y de personas no entran en conflicto, debido a un elemento crucial y dirimente: todos quienes pasan por las cabinas de la radio, reconocen ser parte de una comunidad, que les confiere una identidad y los llama a honrar esa identidad. Esto quiere decir que asumen de forma consciente la pertenencia a una colectividad, cuyo enfoque está vinculado a la promoción y defensa derechos humanos y de la naturaleza, a través de una apuesta política, que busca restituir derechos negados y pugnar por la conquista de mejores oportunidades, mediante la educación liberadora.

Esto supone que hay principios, representaciones y prácticas que forman parte de su vida y de su relación con el medio de comunicación y la comunidad. Ahora bien, hay un detalle que no es tan visible en el quehacer cotidiano y que da sentido al ser y hacer de los miembros de ERPE: la asimilación cuasi instintiva de los principios comunitarios esbozados en la Teología de la Liberación y la pedagogía freireana. Y es que hay muchos integrantes, quienes ingresaron a la radio hace poco y no conocieron de primera mano la labor evangelizadora y liberadora del fundador de esta organización. A pesar de ello, se refieren a ese pasado como un elemento constitutivo de sus prácticas y principios. Esto supone, que han interiorizado un

saber heredado y lo han convertido en una fuente de preservación de la estructura, que ahora los estructura.

Acá buena parte del trabajo se lo piensa y lo realiza mirando al pasado, pero proyectándose al futuro. Con esto quiero decir que las ideas de Proaño siguen presentes. No sabría decir cómo o por qué, pero nuestros pasantes llegan con una imagen de la radio que la aprendieron porque son de aquí o porque escucharon alguna vez de Radiofónicas y luego cuando vienen aprenden más cosas y cuando salen siguen vinculados porque nunca dejaron de creer en el valor de la comunidad (Rodrigo Arroba. Entrevista Personal N. ° 4. Riobamba, 10 de marzo de 2020).

La Teología de la Liberación es para ERPE el germen político que guía sus acciones. Y es que, a pesar de ya no ser una radio religiosa, aún mantiene una vocación de asistencia social, basada en la protesta y la crítica al sistema dominante. La reivindicación de los sectores excluidos, la asistencia comunitaria, la liberación y formación del pensamiento son preceptos ontológicos constitutivos de la Teología de la Liberación, que, actualmente, siguen siendo empleados por los trabajadores de ERPE, quienes construyen información sobre la base de estos criterios filosóficos, los cuales, de forma inconsciente, se han tatuado en la piel de radio y de sus colaboradores.

El legado que nos ha dejado Proaño es un legado lleno de proyectos educativos y sociales. Esos dos ejes son el fuerte de Radiofónicas. Actualmente seguimos trabajando durísimo con esos ejes. Ahora mismo estamos con programas educativos y no solo con los grandes sino también con los niños. Entonces, es un trabajo que todos los días hay que alimentarlo; todos los días hay que estar en constante interrelación con las personas. Para nosotros la parte educativa es la más fuerte, pero, eso sí, no dejamos de lado la parte social. Aunque yo creo que ambas están conectadas (Silvia Sánchez. Entrevista Personal N. ° 9. Riobamba, 16 de marzo de 2020).

La influencia de la Teología de la Liberación está latente en las Escuelas Radiofónicas, debido a que varios de sus trabajadores fueron cercanos colaboradores de Leonidas Proaño; y las nuevas generaciones de periodistas, que ya no compartieron con el fundador de ERPE, se formaron junto a sus seguidores, preservando así su filosofía de vida y acción social. El legado de Proaño cubre buena parte del trabajo en la radio. Por un lado, se erige como un

modelo ordenador de las prácticas periodísticas; y, por otro lado, se erige como una voz que supera la barrera del tiempo para generar contenidos y comunicar el proyecto comunitario a los públicos. “Ver, juzgar y actuar”, el método de planificación pastoral, puesto en práctica por Proaño, se mantiene vigente hasta la actualidad en forma de principios y contenidos radiales, que narran el proyecto del común ejecutado desde el medio de comunicación cuyo enfoque fue y es colectivo.

“Ver, juzgar y actuar” fue un programa radial conducido por Monseñor Leonidas Proaño, mientras se desempeñó como obispo de la ciudad de Riobamba. Todos los domingos por la mañana, Proaño llegaba a las instalaciones de ERPE para dirigirse a las comunidades y predicar su evangelio crítico e irreverente, materializado en la alfabetización de las zonas rurales de Chimborazo y Bolívar. El proyecto comunicacional y comunitario emprendido por ERPE, desde 1962, consideró a la educación como el medio esencial e imprescindible para generar desarrollo social. No obstante, esta convicción no solo se sustentó en los preceptos trazados por la Teología de la Liberación, sino también en la pedagogía freireana, que instaba a la población a educarse para comprender e interiorizar su realidad, con la finalidad de transformarla. El pensamiento de Freire, planteado en la Pedagogía del Oprimido, significó para las Escuelas Radiofónicas un proyecto revolucionario, ya que permitió a las comunidades indígenas (en proceso de alfabetización) desvelar el mundo, identificar los focos de opresión y, mediante la educación y la acción colectiva, criticar al sistema para cambiar la vida íntima y colectiva de los pueblos.

Tanto el proyecto político instituido por la Teología de la Liberación como el proyecto socioeducativo planteado por la pedagogía freireana siguen siendo las líneas de pensamiento y acción que dan forma a las prácticas y reflexiones de quienes trabajan en ERPE. Ambos paradigmas dan forma a un habitus transversal que garantiza la continuidad del proyecto del común.

El fin de la radio es educar. Cada canción, cada noticia, cada palabra que se dice en esta cabina tiene un por qué. Con una noticia ayudamos a que alguien solucione un problema o una necesidad, con una canción también, con un segmento de enseñanza agrícola ni se diga. La radio debe informar para educar y también debe educar de forma entretenida. Si la radio no

educa, ¿para qué sirve la radio? (Silvia Sánchez. Entrevista Personal N.º 9. Riobamba, 16 de marzo de 2020).

El habitus del común, que da sentido al ser y hacer de ERPE, tiene un espíritu participativo y democratizador. Para los periodistas de ERPE el habitus del común se erige como un faro, que determina y ordena las prácticas a seguir. En el proceso de producción informativa, por ejemplo, se construye un amplio abanico de posibilidades y fuentes, que garantizan la participación de todos los actores involucrados. Con ello, no solo se da cabida a múltiples visiones, sino que se dignifica el derecho a la comunicación y al uso de la propiedad comunitaria, que, en este caso, vendría a ser la radio. Octavio Aucancela, desde hace 25 años, construye sus notas con un enfoque inclusivo. A decir de él, “se busca generar noticias en las que se sienta que hablaron todos los involucrados y no solo una parte. En Radiofónicas tratamos de equilibrar las voces, pero sí damos más oportunidad a aquellas que no salen en los grandes medios de la provincia” (Octavio Aucancela. Entrevista Personal N.º 8. Riobamba, 11 de marzo de 2020). La afirmación del reportero y actual presidente de ERPE tiene una implicación trascendental en cuanto a habitus se refiere. Y es que, al mismo tiempo que se desarrollan contenidos de forma responsable con la ética pública, se procura privilegiar a los agentes sociales que representa la radio.

La selección de fuentes en este medio de comunicación tiene, al menos, tres criterios dirimientes y ordenadores. Primero: deben reflejarse las demandas e intereses de la comunidad. Segundo: debe receptarse la voz institucional para dar cuenta a los públicos sobre su posición en torno a un determinado caso, es decir, las demandas sociales deben ser puestas en conocimiento de las autoridades, con el objetivo de generar respuestas. Tercero: debe primar en todos los contenidos un enfoque de derechos, anclado a la filosofía del común. Ahora bien, estos tres ejes no solo son empleados en la producción de noticias, sino también en la creación de contenidos educativos y de entretenimiento como radioclips, radiorevistas, radionovelas, radioteatros, etc. En estos productos, las fuentes también juegan un papel crucial, pues adoptan un rostro y una problemática propia de la comunidad, la cual es visibilizada y analizada a través de la radio.

Siempre hemos trabajado según las necesidades de la gente. Por ejemplo, lo que está haciendo el compañero es algo único de esta radio. Muy pocos entrevistan a los actores indígenas, a los actores que no salen en los grandes medios. Nosotros tenemos en todos los programas varias versiones: la del sector comunitario y la del oficialismo: Gobernación, Municipio, Gobierno, etc. Pero no tenemos esas versiones por tenerlas. Las tenemos para que algo cambie, para que las cosas no se mantengan igual (Rodrigo Arroba. Entrevista Personal N.º 4. Riobamba, 10 de marzo de 2020).

El proceso de selección y cobertura de fuentes en ERPE busca sobrepasar los límites del idioma. Si bien es cierto, hay dos noticieros en la radio (uno en español y otro en quichua), eso no significa que uno esté desconectado del otro. Más bien, la producción bilingüe se retroalimenta recíprocamente para crear contenidos altamente inclusivos, que den cuenta de la realidad local (urbana y rural), sin distinción de zonas, culturas o etnias. Los noticieros fusionan los contenidos, con la finalidad de llevar información intercultural en dos idiomas distintos. Esto se debe a que las formas narrativas del español y del quichua tienen propiedades y características particulares y únicas, que de ser generalizadas perderían su esencia y sentido ulterior. La descripción en quichua, por ejemplo, es más rica y requiere de un amplio relato cronológico para adquirir significado. La descripción en español, en cambio, es más simple y directa y se consume el sentido argumental antes de concluir la construcción sintáctica.

Los trabajadores de ERPE naturalizan, de forma instintiva, este tipo de prácticas, que son pensadas como estrategias periodísticas para enfrentarse al trabajo de campo. Y es que la reportería en ERPE no es una acción funcional y mecánica, que se resuelve en la producción y transmisión de noticias, sino, más bien, una conquista permanente de espacios comunitarios, que pueden convertirse, por acción de sus habitantes, en un lugar de enunciación mediática, es decir, cualquier pueblo, cualquier barrio o comuna pueden transformarse en una cabina radial móvil.

La notable diferencia con el medio comunitario es el acceso que el público puede tener al medio y la posibilidad de que la radio salga de la cabina para visitar a las fuentes en su propio terreno y construir desde ahí la información y los contenidos; aquí es más importante el

proceso de apropiación del medio por parte de las poblaciones. La radio comunitaria es la respuesta a la carencia de espacios de expresión y reconocimiento. (Cerbino 2018, 134)

La cabina móvil y deslocalizada es una propiedad o, si se quiere, una práctica distintiva e inherente a los medios de comunicación comunitarios, que han rebasado las fronteras de las salas de redacción para generar contenidos inclusivos y participativos desde los distintos escenarios en los que se vislumbran acciones colectivas y populares. El habitus del común obliga a los reporteros de ERPE a ejercer una comunicación deliberante al servicio de la colectividad. Esto quiere decir que la radio no se circunscribe a su territorio, sino que está en todos los lugares para acompañar a actores y procesos sociales desde su lugar de acción y enunciación. Esta práctica solidaria y disruptiva ha sido una constante en las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador a lo largo de su historia, ya que sus trabajadores nunca dejaron de desplazarse a las comunidades para dar cuenta de sus actividades, necesidades y proyectos.

Sin embargo, debido a la crisis económica e institucional, que atraviesa ERPE se han reducido notablemente los desplazamientos y coberturas. Jofre Negrete, programador de esta radio, considera que este fenómeno tiene una sola explicación: la carencia de recursos económicos. Esta dificultad sustantiva ha obligado a los trabajadores a limitar su rango de acción a la ciudad y a las comunidades cercanas a Riobamba, puesto que el desplazamiento a lugares lejanos requiere una suma de dinero con la que ya no cuentan. Ante esta situación, la radio y sus colaboradores han tenido que replantear ciertas prácticas, con el objetivo de mantener vigente el habitus del común. Han tenido, por ejemplo, que implementar más espacios de participación ciudadana en la parrilla de programación de ERPE. Actualmente, de las 17 horas de programación diaria, 4 horas son otorgadas a la colectividad, en un formato de cabina abierta, donde cualquier individuo o agremiación puede disponer de los recursos de la radio (que son los recursos de la comunidad) para expresarse libremente. A más de ello, en las 13 horas restantes se trabajan contenidos con enfoque comunitario, que abordan temáticas locales, a través de actores locales, marginados de la programación de los canales de comunicación masiva.

Las limitaciones económicas han mermado las posibilidades creativas de ERPE, pero no han fracturado la estructura del común. Los trabajadores de esta radio, para mantener el ritmo de coberturas y asistencia social, han coordinado con las comunidades rurales la implementación de redes de comunicación virtual, con la finalidad de mantener una interacción medianamente activa entre las poblaciones del interior de la provincia de Chimborazo y la cabina central de ERPE, ubicada en Riobamba. La asistencia tecnológica se ha erigido como una alternativa para solventar las distancias y las carencias. Sin embargo, apunta Bélgica Chela, la comunicación vía mensaje de texto o WhatsApp no debe ser considerada como un reemplazo a la reportería presencial y próxima, sino, más bien, un paliativo para enfrentar la crisis sin perder contacto con la comunidad.

Graziano (1980) concibe a los medios alternativos como escenarios de resistencia cultural. Esto se debe fundamentalmente a que la comunicación comunitaria se adapta a realidades complejas para satisfacer demandas colectivas, sin claudicar en su afán por reivindicar la palabra hablada y compartida. Xavier y Andrea, productores y conductores del programa psicológico de ERPE “Desnudando el Alma”, sostienen que la radio, a lo largo de la historia, se ha acomodado a distintas realidades sin perder la mística participativa y liberadora que los identifica. “Lo que cambia es lo de afuera, lo que tiene que ver con la administración, pero adentro nosotros seguimos pensando que hay que dar todo de uno para sacar adelante un programa que será de ayuda para todos” (Desnudando el Alma. Entrevista Personal N. ° 10. Riobamba, 11 de marzo de 2020).

Más allá de un compromiso salarial o laboral, en ERPE se observa un compromiso comunitario por generar desarrollo local. Este programa, por ejemplo, lleva más de 5 años al aire, generando contenidos educativos y de asistencia psicológica para los públicos. Los creadores de este espacio son dos psicólogos de Riobamba, quienes, buscan, a través de la comunicación, “hacer reflexionar a la gente para que se conozca, conozca al resto y se empodere de su mente y de su cuerpo (Desnudando el Alma. Entrevista Personal N. ° 10. Riobamba, 11 de marzo de 2020). “Desnudando el Alma” aborda casos cotidianos a la luz de la teoría psicológica. Con ello, busca desmontar ciertos flagelos sociales como el machismo y la violencia intrafamiliar, que, a decir de sus productores, han afectado enormemente los derechos y la integridad de la población chimboracense. La resistencia cultural, propuesta por

Graziano (1980), se observa claramente en estos núcleos comunicacionales de asistencia comunitaria, puesto que construyen una agenda transgresiva, que imbrica educación con desarrollo local.

Un aspecto sustantivo de este programa y de buena parte de los contenidos de ERPE es que, a diferencia de los medios comerciales, de los medios públicos y de otros medios comunitarios, no simplifican el lenguaje, es decir, mantienen una explicación densa pero detallada del mundo y sus fenómenos. El objetivo de esta estrategia es que los públicos puedan formarse y crecer cognitivamente y conductualmente con tan solo escuchar la radio. Y es que no se trata de crear un ambiente sonoro vacío, sino de construir un campo de interrelaciones fértiles, que puedan abonar al desarrollo comunitario. En este sentido, el lenguaje juega un papel trascendental, pues, sea en español o en quichua, las explicaciones mantienen un elevado nivel argumentativo basado en evidencia científica, que permite a los públicos formarse sobre diversas temáticas como agricultura, ganadería, ecología, política, arte, cultura, etc.

En las explicaciones tratamos de complejizar y descomplejizar al mismo tiempo. A veces se da el término específico y los sinónimos. Entonces ahí no estamos diciendo “no es que no nos van a entender”, porque no se trata de eso, sino más bien de seguir avanzando, porque si solo hablamos coloquialmente no crecemos. Andreita es muy buena en la parte terminológica, entonces, ella suele darnos el concepto y yo trabajo con los ejemplos. Así es mucho más fácil identificar la depresión y su concepto. Con esa estrategia la gente dice “¡Ah!, yo estuve triste, me pasó esto”; y con esos ejemplos la gente comprende de mejor manera qué es el maltrato, qué es la depresión y se identifica con la situación. Entonces, la asimila y busca ayuda para superarla (Desnudando el Alma. Entrevista Personal N.º 10. Riobamba, 11 de marzo de 2020).

Esta práctica cotidiana de reivindicación y conquista de derechos comunitarios no es una mera casualidad o un logro marginal de ERPE. Es parte de un habitus que atraviesa toda la cadena productiva, dejando rastros visibles de su presencia. Desde los niveles estructurales más complejos, hasta los detalles más simples, el habitus del común mantiene una presencia activa. Un caso curioso es el de la selección musical. En ERPE, los temas, los artistas y los géneros no son simples elecciones, pues entrañan un proceso de valoración y evaluación sumamente complejo. Las canciones que forman parte de la parrilla de programación deben cumplir con

ciertos parámetros como, por ejemplo, contar con una lírica cuyo enfoque esté relacionado con la defensa y promoción de derechos sociales en su más variado tipo (género, niñez y adolescencia, ecología, interculturalidad). También deben tener una posición política, que tome partido por lo comunitario y lo vinculante y rechace abiertamente lo individual, lo violento y lo discriminatorio. Además, las canciones deben representar e identificar histórica y culturalmente a las comunidades con su historia y sus principios. Lo antes descrito permite señalar que ningún elemento es gratuito en ERPE, debido a que todo lo que allí aparece debe estar en armonía con el común.

A veces pensamos que el programa puede estar muy largo y también aburrido. Entonces, dijimos: en la radio, la gente escucha música. Así que ¿por qué no buscar música que sea acorde al tema y cambiamos de tónica? Así le damos otro estímulo que viene con la música y seguimos con base a eso. Lo que nosotros vimos es que debemos mezclar mucho los contenidos, aunque nos cueste un montón buscar canciones específicas para el tema que estamos hablando y que también concuerden justo con el siguiente tema (Desnudando el Alma. Entrevista Personal N.º 10. Riobamba, 11 de marzo de 2020).

Así como se evalúa la pertinencia de la música, también se evalúa la pertinencia y validez de los formatos radiales. Rodrigo Arroba, programador de ERPE, considera que sobre los medios comunitarios se levanta un imaginario de improvisación y marginalidad operativa, que nada tiene que ver con la realidad, puesto que los contenidos son pensados sobre la base una rigurosidad creativa, que conecta las rutinas de producción informativa con las prácticas propias del común. Esto quiere decir, que se seleccionan formatos de acuerdo con las necesidades operativas. Por ejemplo, si se va a cubrir una rueda de prensa del movimiento indígena o de la prefectura de Chimborazo, se trabajan reportajes. Si se va a investigar las variaciones de precios de la papa, se trabaja una crónica donde se plasmen las vivencias, sensaciones y percepciones de quienes cultivan, comercializan y consumen este producto. Sin embargo, existe un detalle, una variación con respecto a los formatos tradicionales del periodismo liberal y es que se trabaja permanentemente con entrevistas. Esto supone que se privilegia la voz próxima de los agentes sociales en desmedro de comunicados e informes de relaciones públicas.

Segura (2015) sostiene que hay, al menos, dos prácticas manifiestas en las rutinas de producción informativa de los canales populares y comunitarios. La primera, reconoce el uso de formatos provenientes de los medios masivos, siempre y cuando se asuma el desafío de llenarlos de contenidos y valores propios del ámbito alternativo. La segunda, en cambio, se inclina por la construcción de nuevos formatos y contenidos, que visibilicen lo invisibilizado por las prácticas comerciales. En relación con la propuesta de Segura (2015) es posible señalar que en ERPE se utilizan ambas estrategias de producción informativa. Por un lado, se emplean prácticas clásicas del periodismo tradicional como la contrastación de fuentes, la verificación de datos, la identificación de actores y espacios, con la finalidad de construir información verosímil. No obstante, esta suerte de reproducción profesional de prácticas constitutivas del oficio no cumple a cabalidad la aspiración liberal de la objetividad, puesto que ERPE asume una defensa innegociable de derechos, lo cual supone una toma de postura política no relacionada con la imparcialidad. Además, se rompen formatos temporales y espaciales para describir sin presiones y censuras los acontecimientos de su realidad local. Por otro lado, ERPE también ha creado nuevos formatos como la cabina abierta, la radio parlante o la narración inferencial (basada en la experiencia y la anécdota) para dar cuenta de las vivencias del común, las mismas que no podrían explicarse a través de prácticas o formatos que reivindican la individualidad.

En definitiva, la radio comunitaria no ejecuta una suerte de vale todo, aplicada a la práctica cotidiana. Lo que hace es crear y adaptar su estructura y sus acciones a múltiples realidades con la firme convicción de reivindicar indefectiblemente los valores del común, que hacen a la radio en la radio y a la radio en la comunidad. Esto se debe a que su vocación comunitaria desancla a sus agentes de espacios y asignaciones fijas y los ubica en escenarios móviles, donde se desenvuelven sin ataduras para dar cumplimiento a los objetivos que persigue la colectividad. López Vigil (2004) considera que el trabajador de medios comunitarios debe ser un comunicador integral, es decir, un sujeto capaz de hablar en público, dirigir eventos, locutar programas, realizar entrevistas, producir reportajes, seleccionar música y dominar el manejo de la consola. El desarrollo de múltiples capacidades le otorga al trabajador de los MPAC la posibilidad imbricarse en diferentes proyectos, que no contemplan la división del trabajo, sino la unificación de actividades en función de prácticas solidarias y colaborativas.

Bélgica Chela considera que la práctica integral no es solo una característica profesional, derivada de la falta de personal en la radio, sino una manifestación de conciencia colectiva, que busca adaptarse a las diversas necesidades de la colectividad, tal como sucede en una minga, donde no hay trabajo individual sino una mutua correspondencia de subjetividades en acción. Este principio de vida llevado a la radio rompe con la rigurosidad academicista y profesional de los medios privados, que no asimilan una práctica distinta a la liberal. En desmedro de esta estrategia elitista, que excluye a toda manifestación contraria a sus principios, los medios comunitarios se sostienen en la práctica directa y en el ejercicio de hablar. Rodrigo Arroba considera que la vocación integral del trabajador de ERPE no debe confundirse con una práctica superficial e irresponsable, porque en el día a día se actúa en función de una ética mística, que guía las actividades en concordancia con los valores del común, los cuales en ningún momento se desentienden de la calidad y la calidez comunicativa.

Los trabajadores de ERPE, conscientes de la necesidad de mejorar sus capacidades para servir con mayor solvencia a su comunidad decidieron formarse progresivamente en las aulas universitarias. Actualmente el 100% de los trabajadores de este medio de comunicación cuenta con un título de tercer nivel y varios de sus miembros poseen maestrías y especializaciones, las cuales están íntimamente relacionadas con el desarrollo local, a través de la radio. Además de aportar a su territorio con nuevos conocimientos teóricos y pragmáticos, los trabajadores de ERPE aseguran que la profesionalización les permitió oponerse y combatir las prácticas excluyentes impulsadas por los periodistas del sector privado, quienes, al ser parte de una élite profesional, marginaban a todo aquel que no se identifique con los valores de su campo mediático.

La formación académica ha aportado mucho, porque garantiza el reconocimiento, eso que desde occidente se valora, es decir, el título. Y eso suele convertir a las personas en miembros autorizados. Sin ese título también manejaba y coordinaba la radio, pero no podía dar un veredicto, no podía participar activamente de las conferencias de prensa en la gobernación o la alcaldía por falta de título. Siempre necesitaba que otro que tenga título dé diciendo lo que yo sabía que estaba bien. Y la academia misma ya tiene establecidos los parámetros que en el periodismo se deben considerar. Entonces, aprendí a contrastar fuentes, a buscar fuentes, a dudar de las fuentes, a que las fuentes no son mis amigas, a no caer en activismo. Entonces eso

sí ayuda. Personalmente creo que sí ayuda, aunque ya sabemos que el título no hace el periodista, pero con eso me siento más segura de lo que estoy haciendo y diciendo y ya nadie puede decir que los trabajadores de ERPE no están preparados para hablar y preguntar en público (Bélgica Chela. Entrevista Personal N. ° 3. Riobamba, 9 de marzo de 2020).

La profesionalización de los trabajadores de ERPE tiene una larga data. En un primer momento, se trabajó con capacitaciones y talleres informales, donde se instruía a los colaboradores en tareas operativas y también en estrategias de producción informativa. Todo ello, era parte del legado educativo que había dejado Leonidas Proaño. Sin embargo, las necesidades de la comunidad fueron superiores a lo que podían entregar los talleres radiales. Por ello, ERPE en colaboración con diferentes organizaciones de medios comunitarios en el Ecuador inició un proceso de instrucción formal de sus trabajadores, con la finalidad de ampliar los horizontes y posibilidades de la radio, la cual ha estado y está administrada íntegramente y de forma horizontal por sus trabajadores. A diferencia de los medios privados, que pueden elegir a sus colaboradores, según características y capacidades profesionales, en la radio comunitaria son los mismos miembros de la colectividad, quienes se vinculan con las actividades comunicacionales y que buscan conocer y dominar diferentes áreas de acción para brindar un soporte a su comunidad. En este contexto, los procesos de formación académica abrieron la posibilidad de incrementar los conocimientos y repensar ciertas estructuras radiales desde el interior de la radio y no desde modelos importados o ejemplos lejanos, que no siempre son reproducibles.

Desde CORAPE y ALER nos dijeron: los que estén trabajando en radio y quieran estudiar comunicación hay una posibilidad en la Universidad del Azuay. Entonces recibíamos las clases aquí y también en Ambato, en la radio Paz y Bien. Venían de Guaranda, de Ambato, del Puyo y de aquí de Riobamba. Hicieron descentralizar. Y también había otros grupos por regiones. Los de costa y los de sierra norte. Éramos alrededor de unos 200 estudiantes y egresamos todos. Ser profesionales nos hace sentirnos más seguros de lo que hacemos. Teníamos un profesor holandés que nos daba producción radial y un día le pregunté ¿cómo hacer un deber? Y él me dijo tú haces todos los días ese trabajo. Yo estoy admirado de todos ustedes. Lo que les hace falta es que tengan claro un par de cosas de manera formal, pero saben todo. Cuando entramos a la universidad nos fue facilito porque conocíamos todos los formatos. Y los profesores quedaban asombrados. A nosotros solo nos faltaba el título, nada

más. La experiencia en la radio no sirvió muchos. La experiencia en terreno nos definió a nosotros (Rodrigo Arroba. Entrevista Personal N. ° 4. Riobamba, 10 de marzo de 2020).

La profesionalización en ERPE tiene, al menos, dos objetivos. Uno, potenciar las capacidades de la radio. Dos, promover un intercambio permanente de conocimientos entre los miembros de la organización, quienes se instruyen y capacitan en diferentes áreas de forma colaborativa, es decir, la educación formal permitió a esta institución comunitaria convertirse en una fuente inagotable de conocimientos compartidos, los cuales no encuentran sentido en la vanidad personal, sino en el desarrollo local, a través de un proceso cíclico de aprendizaje-enseñanza-aprendizaje.

La mística de aprender y enseñar ha hecho que ERPE sea reconocida en la provincia de Chimborazo como un núcleo de desarrollo humano y colectivo, porque los conocimientos no se quedan en la radio o en sus trabajadores, sino que trascienden los micrófonos para compartir conocimientos y experiencias con los habitantes de la comunidad. Desde las tradicionales radioescuelas hasta las modernas radionovelas, la programación de ERPE siempre se ha preocupado por promover y defender la educación, la cual es considerada un motor de transformación social. Y la práctica profesional se nutre de esa mística, que, atemporalmente, condiciona y guía las rutinas de producción informativa.

Los periodistas de las Escuelas Radiofónicas reivindican la experiencia próxima, localizada y emotiva como motor de desarrollo local. Y también exaltan las posibilidades de la formación académica como medio de legitimación y tecnificación profesional. Esta serie de convergencias y rupturas están atravesadas por el habitus del común que, sin importar las modificaciones estructurales, organizativas o pragmáticas, mantiene vigente la apuesta por una comunicación viva, que, independientemente de cómo se defina o cómo sea definido el periodista, busca combatir el “yo” y trabajar por el “nosotros.

Capítulo 6. Regímenes, estructuras y habitus comparados

6.1 El campo periodístico en Ecuador, un mundo fragmentado

El campo periodístico en el Ecuador se presenta como un mundo fragmentado, pues su estructura está permeada por una serie de condicionamientos y determinaciones de origen económico y político, que inciden en su autonomía y funcionamiento. Las posiciones en este microcosmos están dadas por la jerarquía y el volumen global de capitales acumulados por parte de los agentes e instituciones participantes. Y es que mientras unos gozan de un rol protagónico dado por la posesión de recursos y reconocimiento, otros afrontan la subordinación a causa de la desposesión y la marginación. En este escenario, aunque de formas distintas y distantes, se encuentran las unidades de análisis seleccionadas por este estudio. Radio Quito, por ejemplo, habita en este mundo y goza de un pleno dominio de sus regularidades, debido a que reproduce las características con las cuales se ha construido el campo, es decir, se apega sus propiedades y determinaciones para obtener una posición privilegiada. Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, en cambio, habitan este campo de forma subalterna y disputan en desiguales condiciones los capitales en juego. La posición subalterna de ERPE está dada por la reivindicación de la comunicación del común, la cual se opone al proyecto liberal de los medios comerciales y, por tanto, a varias de las regularidades del mismo campo.

A partir de las concordancias encontradas a lo largo de la investigación es posible señalar que los medios privados y los medios comunitarios forman parte del campo periodístico como agentes contrarios, quienes se disputan la apropiación de los capitales que nutren a su proyecto comunicacional. En definitiva, lo que los define y los diferencia son sus intereses y motivaciones, los cuales, debido a su estructura, son significativamente distintos. Mientras Radio Quito busca conquistar y ampliar su dominio económico y político a través de la producción de contenidos informativos, ERPE busca construir un proyecto comunicacional basado en el común para democratizar y dignificar la vida de los colectivos a través de solidaridades compartidas y recíprocas. Sí, el campo periodístico ecuatoriano está

fragmentado, pues el sentido del juego marca francas disputas entre dos modelos que, a pesar de integrar el mismo sistema mediático, se repelen y se desvinculan.

6.2 Regímenes de propiedad comparados

Este apartado bien podría resolverse con una sentencia definitiva y absoluta: la forma de concebir la propiedad de los medios privados y comunitarios es totalmente antagónica. A primera vista no parecería existir un vínculo que relacione la propiedad privada con la propiedad comunitaria, no parecería existir razón alguna para vincular intereses privados con intereses solidarios. Sin embargo, al ser estos medios miembros constitutivos de un mismo entorno mediático, tienen ciertas características singulares que los contraponen abiertamente pero que los definen. Esto quiere decir que el sistema mediático nacional, con sus rasgos concentradores, oligopólicos y clientelistas determina las posibilidades y límites de cada modelo comunicacional.

El régimen de propiedad de Radio Quito se erige como una estructura ordenadora de todos los procesos administrativos, laborales y profesionales del medio de comunicación. Esto implica que el régimen de propiedad se ha constituido a través de “disposiciones duraderas para reconocer y efectuar las exigencias inmanentes a ese campo” (Bourdieu 2007, 94). La posibilidad de controlar la estructura de producción mediática le otorga al régimen de propiedad el poder de esgrimir habitus y directrices en su ámbito de acción y reflexión. Esto supone que el reconocimiento irrestricto del lucro privado configura, a *per se*, la ontología y la práctica de quienes conforman el medio de comunicación. Ahora bien, ese apego identitario por el lucro no solo está dado por la autoidentificación de la empresa y los periodistas, sino también por las condiciones históricas en las cuales está inserta. Por ello, resulta imprescindible indicar que el campo periodístico ecuatoriano, tal y como se describió en los capítulos II, III y IV, reivindica como propio el modelo comunicacional privado, el cual recibe un sinnúmero de prerrogativas y prebendas, debido a su cercanía con la élite política y económica dominante.

El régimen de propiedad comunitario, que no siempre es pensado como régimen de propiedad, sino como una estructura de propiedad difusa, construye su esencia ontológica sobre la base de la concepción biopolítica del común (Negri y Hardt 2009), que reivindica la idea de producir y utilizar la propiedad de forma natural, contemplando objetivos colectivos y no necesariamente particulares. Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) se sostienen sobre la base de esta teoría para justificar su proyecto sociocomunicacional, que, a diferencia del modelo mediático comercial, busca la construcción de solidaridades recíprocas, contiendas reivindicativas y acciones próximas y localizadas en beneficio de su comunidad. Y es precisamente el desconocimiento del lucro privado y el clientelismo político lo que ha hecho que este campo sea excluido y marginado por el sistema mediático ecuatoriano, cuya estructura responde y respalda al poder dominante.

En este contexto, el régimen de propiedad no solo que permite identificar el ser de los medios y sus propietarios, sino que también posibilita leer la situación institucional de cada ámbito mediático desde las complejas relaciones entre medios de comunicación, élites políticas, élites económicas y el Estado. La forma en la que se piensa y concibe la propiedad de los medios de comunicación determina cada una de las instancias mediáticas. Determina, por ejemplo, los intereses y ambiciones institucionales, los cuales son canalizados mediante el enfoque editorial y el proyecto empresarial. Determina también, los procesos de organización laboral y las mecánicas de trabajo. Y determina, sobre todo, las prácticas, valores y principios con los que cada agente actúa y se desenvuelve, a fin de que los contenidos que produce reflejen el ser del régimen de propiedad del medio de comunicación que los ordena y los condiciona.

En Radio Quito, el régimen de propiedad permite comprender cómo opera el lucro privado en el campo periodístico ecuatoriano. Sus propiedades y características conglomeradas, transnacionales, familiares y privatizadoras dan cuenta de que las estructuras comerciales se perfilan como instituciones hegemónicas, ya que basan su proyecto empresarial y político en torno a la reproducción de las regularidades que definen su campo. El régimen de propiedad también hace posible comprender cómo funciona este medio de comunicación, hace posible aprehender sus intereses comerciales y ambiciones políticas, hace posible descifrar estructura empresarial y organizacional, y visibilizar sus valores y principios liberales, los cuales son reproducidos por sus trabajadores. El régimen de propiedad, en este particular caso de estudio,

también posibilita entender cómo se produjeron los cambios administrativos en Grupo El Comercio sin alterar sustancialmente la estructura institucional, jurídica y económica de los medios integrantes del conglomerado mediático de la familia Mantilla.

La concepción biopolítica del común, aunque es diametralmente opuesta al sistema mediático comercial, también persigue la autoconservación y reproducción de sus principios rectores, sin importar las crisis y modificaciones institucionales que haya experimentado. ERPE, tal como se mencionó en los capítulos II, III y V, ha sufrido un notable resquebrajamiento económico, lo cual la obligó a convertirse en una fundación, que, si bien persigue un objetivo comunitario, no se desentiende de la rentabilidad social, entendida como un mecanismo de sostenibilidad del proyecto del común. Esto quiere decir, que, aunque ciertos elementos administrativos se transformen, la naturaleza colectiva y solidaria del medio prevalece.

En las unidades de análisis presentadas en esta investigación, el régimen de propiedad (concepción biopolítica del común, en el caso de los medios comunitarios) diagrama los hábitos de los individuos, es decir, determina sus modos de ser y hacer en función de aquello que está en disputa, en función de las regularidades y normas que rigen sus prácticas y representaciones. En Ecuadoradio, por ejemplo, los periodistas son configurados sobre la base de un modelo comercial, que impone pautas procedimentales y conductuales de obligatorio cumplimiento como: el posicionamiento editorial, el respeto a los valores del periodismo liberal (característicos de Radio Quito) y el apego a las normativas gremiales. Esto se debe fundamentalmente a que el ordenamiento del medio de comunicación tiende a construir agentes que operan de forma individual, es decir, operan tal y como lo hace el medio de comunicación: precautelando intereses particulares. En ERPE, a diferencia de los grandes conglomerados liberales, los periodistas, el medio de comunicación y la colectividad están situados en un mismo nivel de reconocimiento e identificación. Esto implica que todos ellos actúan sobre la base de un objetivo plural, mayéutico y comunitario; todos ellos se definen y reconocen como miembros de una misma estructura, cuyos intereses son colectivos. Esto implica que lo que está en juego es lo diverso, lo vinculante, lo esbozado en los principios reivindicativos y liberadores planteados por Leonidas Proaño. En última instancia, lo que se disputa es un proyecto político, que busca resarcir los derechos negados por la comunicación

tradicional a las comunidades indígenas, a la ciudadanía chimboracense y a aquellos quienes se sienten representados por su proyecto comunitario.

Y así como la superestructura del medio define a los trabajadores, también define a sus potenciales públicos. En el caso de Ecuadoradio, la institución mediática piensa a las audiencias a partir de relaciones comerciales, pues el público bien puede ser consumidor de contenidos mediáticos o comprador de pauta publicitaria. En ERPE los públicos están determinados por la concepción biopolítica del común, que busca la construcción de solidaridades recíprocas y situadas entre los integrantes de una comunidad.

En definitiva, tal como se señaló en los capítulos IV y V, en los apartados sobre regímenes de propiedad y estructura de propiedad difusa, ambos modelos mediáticos (el privado y el comunitario) se repelen mutuamente, pues sus intereses y disputas van por caminos separados. Sin embargo, esa contradicción permite comprender que forman parte de un mismo espacio y su antagonismo responde a una pugna natural por conquistar los capitales en juego. Ahora bien, lo que podría entenderse como una exclusión mutua entre estos proyectos, no es más que una desigual distribución de posiciones en el campo. Esto quiere decir que el relacionamiento, la jerarquización, los confronta, pues mientras Radio Quito se perfila como un actor hegemónico y dominante, ERPE se ubica como un actor subalterno, que cuestiona y disputa el ordenamiento del campo periodístico ecuatoriano.

6.3 Estructuras organizacionales y empresariales comparadas

Del régimen de propiedad y de la concepción biopolítica del común se desprenden múltiples procesos, que ambicionan con materializar en la realidad las expectativas e intereses trazados por la matriz ontológica de cada modelo comunicacional. Estas estructuras no solo que canalizan y conectan el ser del medio de comunicación con el hacer del medio de comunicación, sino que también generan modelos operativos, que permiten poner en marcha la producción mediática, sea cual fuere su *leitmotiv* institucional.

En Radio Quito este tipo de procesos comunicacionales funcionan mediante dos estructuras: la empresarial y la organizacional. La primera está encarnada por la línea editorial del medio, la cual refleja, con suma precisión, la matriz ideológica de la compañía. Al mismo tiempo que esta estructura asimila el ser institucional, también canaliza y transmite los principios y valores de la industria a los trabajadores, quienes naturalizan dichas directrices en forma de *habitus* y disposiciones que ordenan y regulan las prácticas y rutinas cotidianas. Sin que este hallazgo pueda ser una generalización extensiva a otros medios liberales, en este particular escenario la línea editorial se erige como un eje fundamental de reconocimiento y organización del espíritu corporativo de este conglomerado mediático. La segunda estructura, en cambio, está determinada por los procedimientos operativos que ponen en marcha la maquinaria productiva del medio de comunicación, es decir, son aquellas disposiciones que asignan, distribuyen y evalúan las acciones y funciones de los trabajadores y sus áreas de desarrollo profesional.

Ambas estructuras se encuentran íntimamente relacionadas, debido a que actúan secuencialmente. En la línea editorial se aterrizan los dictámenes emanados desde el régimen de propiedad y, mediante los procesos organizacionales y operativos, se naturalizan dichas disposiciones en el quehacer rutinario de los periodistas y trabajadores de la radio, con la finalidad de que cada acción, cada procedimiento responda a las directrices emanadas desde el régimen de propiedad.

A diferencia de estos niveles verticales de asimilación, comprensión y ejecución del espíritu rector del modelo mediático comercial, el modelo comunitario no ejerce una división estructural, sino, más bien, una organizacional horizontal, basada en el consenso y la deliberación entre los miembros de la colectividad. Dicha horizontalidad del campo comunitario no segmenta sus estructuras; las unifica, debido a que la propiedad comunal (el proyecto biopolítico del común) marca una serie de objetivos, que son compartidos y trabajados en conjunto. La radio comunitaria asimila y ejecuta sus proyectos como una entidad total, sin niveles de coacción o intermediación de las políticas institucionales, es decir, fluye en su estructura una comprensión natural de lo que se hace y se dice. En Radio Quito, en cambio, debido a su ontología liberal, deben existir, de forma imperativa, estructuras de

control, evaluación y formación, que hagan de la empresa una entidad articulada y autopoietica de lucro privado.

En este sentido, Radio Quito requiere de una compleja estructura para lucrar. Y lo hace a través de una organización que, si bien trabaja en equipo, lo hace para el beneficio de un particular, que reconoce salarialmente a los miembros de la empresa. El ámbito comunitario, por otro lado, está configurado en torno a la organización solidaria entre colectivos, quienes pugnan por obtener reivindicaciones comunes en escenarios contenciosos. Por ello, la agenda mediática en ERPE no está determinada por la selección de actores y escenarios por parte de los periodistas, sino, más bien, por las necesidades y demandas de los individuos y grupos que habitan los diversos pueblos y ciudades de la provincia de Chimborazo.

A diferencia de esta agenda de intereses comunes, la agenda de los medios comerciales está determinada por los intereses comerciales y políticos, que reflejan los intereses privados, establecidos en el régimen de propiedad. Incluso, en los temas de actualidad, que son cubiertos tanto por ERPE como por Ecuadoradio, se percibe un enfoque totalmente distinto, pues cada espacio lee la realidad en consonancia con los principios que lo definen y lo determinan. En Radio Quito se traza una agenda donde prima la instantaneidad, la espectacularidad y la diferenciación productiva con respecto a la competencia. En las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, en cambio, se planifica una agenda temática que, inclusive en los contenidos de coyuntura, toma posición política por el proyecto del común, es decir, la inmediatez y la diferenciación (primicias), son reemplazadas por la pertinencia y aterrizaje comunitario. En este sentido, resulta hasta tautológico señalar que los medios de comunicación comerciales y toda su estructura empresarial y organizacional apuntan al lucro privado y a la competencia mercantil.

En los medios comunitarios el espíritu colectivo trasciende el ser institucional y atraviesa transversalmente todas las reflexiones, prácticas y principios propios de su campo para reivindicar su naturaleza solidaria y colaborativa. Desde ambas perspectivas comunicacionales es posible entender que la diferencia sustancial entre la estructura organizacional y la estructura organizativa está determinada por las condiciones económicas y materiales inherentes a cada modelo mediático. Esto significa que el poderío económico y

político del medio de comunicación influye directamente en la configuración, distribución y administración de sus posibilidades y recursos.

El conglomerado empresarial al que pertenece Radio Quito posee un andamiaje empresarial y organizacional sumamente complejo, debido a que su alcance político, económico, cultural, técnico y empresarial es de escala nacional. Eso implica que se ejecuten diariamente múltiples procesos para articular en las transmisiones a las diversas áreas, que constituyen el medio de comunicación. Radio Quito, por ser parte de la cadena Ecuadoradio y del conglomerado mediático de Grupo El Comercio, obedece a un sistema de producción altamente dependiente y corporativo. Las características mencionadas dan cuenta de que esta estructura empresarial y organizacional es de carácter industrial. Esto supone que su accionar está inserto en un sistema mercantil de raigambre liberal, que configura un esquema administrativo donde prima la división del trabajo y la instrumentalización de funciones.

La estructura organizativa de ERPE es completamente diferente a la lógica industrial de Radio Quito y de todos los medios de comunicación privados del Ecuador. En primer lugar, la radio no responde a un propietario en específico, sino a la colectividad. Por ende, la administración y organización del medio requiere de un ejercicio permanente de participación entre individuos, con la finalidad de articular un proyecto sociocomunicacional de índole comunitaria. En segundo lugar, la radio es de alcance local, lo cual posibilita la creación de espacios de diálogo y disputa que den cuenta de las necesidades, demandas, problemas y expectativas de un territorio situado. Esto implica que los contenidos comunicacionales producidos en la radio no son universalistas, sino que contemplan la proximidad y la cercanía como motores de entendimiento, colaboración y transformación.

Ahora bien, el modelo de producción y administración industrial de Radio Quito no solo se circunscribe a relaciones organizacionales internas. Su proyecto, más bien, busca generar vínculos comerciales y corporativos con otras industrias mediáticas de condiciones similares, a fin de ampliar la perspectiva de cobertura y consumo (McQuail 1992). Históricamente, Radio Quito y el grupo mediático al que pertenece han entablado relaciones cercanas con grandes transnacionales mediáticas como la CBS o La Voz de América. Todo ello ha contribuido para la expansión y tecnificación del sistema de producción comunicacional.

Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador también poseen acuerdos y tratados colaborativos con otras instituciones comunitarias. El objetivo de estas relaciones también está vinculado con la tecnificación y expansión de la cobertura informativa. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede en Radio Quito, la cooperación es recíproca y no condicionada, es decir, no busca réditos comerciales. Al contrario, busca compartir otras perspectivas de análisis sobre la realidad local y mundial. Los lazos construidos entre ERPE y ALER y entre ERPE y CORAPE se mueven en esta lógica, donde lo fundamental es compartir, no consumir.

Obviamente, las distancias entre ambos espacios están determinadas por el proyecto ulterior que persigue cada modelo comunicacional. Mientras, Grupo El Comercio ratifica su rol conglomeral y transnacional en el campo periodístico ecuatoriano, a fin potenciar su alcance y, por ende, amplificar su consumo; ERPE, construye relaciones comunitarias solidarias, con el objetivo de nutrirse de otras visiones similares a la suya y fortalecer el interés común en otros espacios y niveles cooperativos. Con ello, no solo amplían su producción periodística, sino también su relacionamiento y perspectiva comunitaria del mundo.

6.4 Habitus, prácticas y rutinas comparadas

Para Bourdieu (2007) el sentido común, necesidad social vuelta naturaleza, convierte a las prácticas inadvertidas en esquemas motores, que, aunque no sean del todo voluntarios, determinan completamente la constitución de los individuos y los grupos. Aquello que da sentido a lo que parece no tener sentido son los habitus, esos principios generadores de disposiciones, que se deben a las estructuras sociales de las que son producto y que tienden a reproducirlas mediante relaciones simbólicas construidas y reconstruidas a lo largo de la historia.

El campo periodístico ecuatoriano, debido a su marcada fragmentación, alberga principios, valores y prácticas diversas, que, aunque integren un mismo universo, no pueden ser generalizadas ni extendidas a todas las instituciones y agentes que lo habitan. Radio Quito, al

ser un actor dominante y hegemónico, concentra un habitus distintivo, marcado por las presiones de un régimen de propiedad abiertamente liberal, cuya vocación comercial se plasma en la piel y la sangre de sus integrantes, quienes reproducen voluntaria e involuntariamente sus regularidades. La posición que ocupan los periodistas de este medio de comunicación en el campo demanda un ordenamiento particular que tiende a industrializar su proceso productivo, en una serie de procesos que sistematizan y materializan los intereses comerciales, conglomerales y transnacionales. No obstante, también hay una suerte de habitus gremial, que, aunque esté fuertemente coaccionado por la estructura empresarial, permite a los trabajadores relacionarse y producir, a fin de resguardar su integridad personal y profesional.

ERPE, por su parte, al ser un actor subalterno y marginal en el campo periodístico ecuatoriano tiende a construir un habitus que permita a sus agentes entrar en disputa por los capitales en juego y a la vez posicionar, reconocer y resguardar los preceptos del común. Esto quiere decir que su habitus está conformado por una posición política abiertamente anclada a la reivindicación y defensa de derechos y también por una mística productiva comunitaria, basada en la reproducción de principios participativos y solidarios, que permitan solventar las demandas y requerimientos de los colectivos.

Los espacios físicos, las interacciones sociales y los capitales simbólicos de ERPE y Radio Quito presentan propiedades y características independientes y distintivas, marcadas por su proyecto ulterior. Por ejemplo, ambos sectores, a pesar de tener una sala de redacción, donde se producen y procesan contenidos mediáticos, conciben el significado y utilidad de sus áreas de trabajo de diferente forma. En Radio Quito, los espacios son fijos e inamovibles, pues en torno a ellos se construyen y legitiman discursos. La centralidad física y simbólica de este medio de comunicación radial se construye en torno a la sala de redacción y, sobre todo, a las cabinas de grabación, donde se generan los grandes relatos. ERPE, por otro lado, concibe a sus espacios comunicacionales como áreas deslocalizadas, donde cualquier escenario, cualquier localidad, cualquier pueblo o barrio de la provincia de Chimborazo puede convertirse en una cabina radial. Sin embargo, actualmente la movilidad de la cabina se encuentra golpeada por una prolongada crisis económica, que ha mermado las posibilidades de desplazamiento de los periodistas. A pesar de ello, esta radio comunitaria, con la finalidad de mantener su esencia participativa, ha optado por la construcción de un espacio mediático

mixto, donde se conjugan las salidas de campo con el modelo radial del micrófono abierto. De esta forma se ha logrado saldar las deudas de cobertura y proximidad con la comunidad.

Ahora bien, el uso social de los espacios mediáticos está determinado por las mecánicas distintivas del habitus que norma su campo de acción. En Radio Quito, el habitus permite la autopreservación y la autoreproducción de las regularidades de su espacio de juego, de su estructura empresarial, de su estructura organizacional y de sus prácticas periodísticas. Para cumplir con un objetivo tan complejo, las disposiciones, prácticas y representaciones de la institución mediática son interiorizadas por los agentes de este campo, quienes fusionan sus intereses personales y profesionales con los intereses del medio de comunicación (Tuchman 1996).

En la radio de Grupo El Comercio cada acción, reflexión u omisión está condicionada por el proyecto económico, político, empresarial y periodístico del medio hecho ritual. Entonces, las prácticas condicionadas, son asimiladas y reproducidas como rutinas por los trabajadores del medio de comunicación. Solo así es posible sostener un proyecto que funcione a largo plazo como una estructura autopoietica. La dinámica de autopreservación de Radio Quito precautela la estabilidad del medio en su campo de acción. Es por ello que sus periodistas obedecen y reproducen las disposiciones del medio y tratan de cumplirlas a cabalidad, garantizando fundamentalmente la efectiva operatividad de la empresa para la que laboran.

Las prácticas periodísticas en la cadena Ecuadoradio están definidas por el ideal del buen periodismo, de ese periodismo basado en valores y principios universales, que apuntan a la realización de los trabajadores y del medio para el que trabajan. Breed (1955), al decir que la línea editorial y las rutinas de producción informativa se aprenden por ósmosis, da cuenta de que buena parte de las relaciones laborales están normadas por una especie de saberes generalizados que forman las conductas, prácticas y conocimientos de los periodistas en el medio de comunicación. Su propuesta calza oportunamente en el presente caso de estudio, ya que la cadena Ecuadoradio se vale de ese aprendizaje, de esa naturalización de valores y principios de forma involuntaria para preservar y reproducir su habitus de manera atemporal en la sala de redacción.

El habitus de las Escuelas Radiofónicas, sin que tengan algún tipo de cercanía o herencia del habitus de los medios liberales, permite construir en la práctica vivencial de sus agentes esquemas participativos y colaborativos, que buscan, mediante contiendas, la consecución de reivindicaciones sociales. Y dentro de ese ambicioso proyecto está contemplada la relación próxima y emotiva entre los miembros de la comunidad y los miembros de la radio, que, en definitiva, son un mismo cuerpo social, normado por los valores y principios del modelo mediático popular, alternativo y comunitario.

Tuchman (1996) sostiene que en el mundo de los medios hay un arsenal homogéneo de prácticas y valores, que hacen al periodista en el periodismo. Desde esta perspectiva, es posible afirmar que la puesta en escena de esas prácticas y valores viabiliza la autodeterminación, el reconocimiento y la legitimación del periodista por parte de los agentes que habitan su campo.

En Radio Quito, la consecución de este objetivo está dada por la reproducción de disposiciones, emanadas desde la superestructura mediática. En ese sentido, el enfoque comercial, al que responde este sector, impone criterios de acción para la creación de contenidos. Por ejemplo, la inmediatez y la actualidad no son únicamente formas de llevar al público la información de manera rápida y oportuna; también son un mecanismo de competitividad en el mercado, pues, a través de la distinción, se logra reconocimiento y consumo. La objetividad, no es solo una guía profesional y ética del trabajo en la radio; también es un procedimiento de validación institucional. Por ello es que constantemente la cadena Ecuadoradio reivindica la contrastación, la verificación y la neutralidad como elementos de legitimación profesional y empresarial, que le permitirán pugnar por nuevas y mayores conquistas en el mercado mediático.

Refiriéndose a las instituciones comunitarias, Cerbino (2018) indica que la vocación colectiva de este periodismo alternativo ha obligado a sus actores a encontrar nuevos criterios de valoración comunicacional e informativa y a reconstruir los criterios provenientes de los medios liberales, con la finalidad de ajustarse a los requerimientos que impone el proyecto del común. En este sentido, la inmediatez y la actualidad no tienen cabida, porque no hay ningún afán comercial. Lo que sí existe es una reivindicación constante de la oportunidad y la

pertinencia informativa, entendidas como catalizadoras de las demandas de la colectividad. La objetividad es anulada por una toma consciente de postura política, donde se privilegia la defensa de derechos de grupos subalternos como indígenas, obreros, mujeres, niños, niñas y adolescentes. Por ello, aunque exista la intención de contrastar fuentes, de verificar datos, siempre está presente un enfoque ideológico, que da cuenta de los objetivos que persigue la radio. Por otro lado, los criterios de producción informativa deben apegarse a la territorialidad, con la finalidad de satisfacer necesidades localizadas y reconocibles. A la par de esta iniciativa, se desarrolla una reportería de contacto y de diálogo cara a cara con los miembros de la comunidad para rescatar sus experiencias, emociones y percepciones sobre los distintos ámbitos de la vida social.

Ahora bien, el habitus de Radio Quito y de las Escuelas Radiofónicas determina la relación con los agentes constitutivos de su espacio de juego. Por un lado, en el medio de comunicación privado, los vínculos son fundamentalmente verticales, puesto que responden a una estructura mediática construida en torno a jerarquías institucionales. En definitiva, las relaciones del medio comercial obedecen a un poder organizativo, que divide, por grados de autoridad, a los sujetos y a sus acciones. En ese sentido, las relaciones entre los sujetos de la misma organización están determinadas por la autoridad y el poder que recae sobre cada uno de sus miembros. Las relaciones entre periodistas y fuentes están estructuradas mediante intereses particulares, que son satisfechos a través de favores e intereses. Los vínculos entre el medio de comunicación y las empresas auspiciantes están definidos por una lógica eminentemente comercial. Los lazos entre periodistas y audiencias están delimitados por una desigual relación de poderes, en la que el medio no ve al público como ciudadanos sino como potenciales consumidores.

Por otro lado, en las Escuelas Radiofónicas las interacciones son de carácter horizontal, puesto que no hay jerarquías coactivas, que ejerzan un dominio sobre otros miembros de la comunidad. A diferencia de los medios comerciales, los medios alternativos no segmentan sus relaciones, sino que las unifican en torno a intereses grupales. Esto supone que las relaciones entre periodistas y periodistas, periodistas y públicos, periodistas y fuentes estén articuladas por un proyecto comunicacional y comunitario que reemplaza el “yo” por el “nosotros”.

Conclusiones

Detenerse a pensar sobre las cosas dadas, sobre las estructuras constituidas, sobre las prácticas ultimadas es lo que da sentido a esta investigación, que trata de comprender cómo se concibe y organiza la propiedad de los medios de comunicación privados y comunitarios en el Ecuador y de qué manera esta definición configura la forma de trabajar de los periodistas y construye sus "modos de ser y hacer" en la práctica comunicacional.

El hallazgo más significativo de este estudio muestra una absoluta correspondencia entre cómo se piensa el proyecto ontológico e institucional del medio de comunicación y cómo se organiza y funciona en la realidad. Esto quiere decir que el régimen de propiedad o la concepción biopolítica del común condiciona el espacio mediático y construye habitus y disposiciones que permitirán la preservación y reproducción de sus intereses fundamentales.

En Radio Quito, el régimen de propiedad se manifiesta como una superestructura que emana de sí disposiciones, principios y valores, los cuales abonan en la consolidación de su proyecto fundacional, que busca el lucro privado y el dominio de los espacios de deliberación pública. De hecho, la conquista y construcción de nuevos espacios mediáticos, la concentración de la propiedad y la transnacionalización corporativa son estrategias que se ajustan los objetivos que persigue esta institución. En el capítulo IV se señala con detalle las transformaciones que experimentó Radio Quito a raíz de la venta de las acciones de Grupo El Comercio al emporio mediático internacional Telglovisión S.A., presidido por el empresario mexicano, Ángel Remigio González González. Las dos observaciones más importantes de esta modificación societaria muestran que: sea quien sea el propietario del conglomerado mediático, este mantiene su filosofía liberal de lucro privado y que la apropiación de los medios de la familia Mantilla por parte del Grupo González hizo que la estructura económica y organizativa del medio adopte un sistema de producción corporativo, dependiente y, sobre todo, transnacional.

Esto implica que los trabajadores de Radio Quito no solo trabajan para dicha empresa, sino también para el resto de los medios de comunicación que forman parte del conglomerado nacional y para las cadenas internacionales de distribución aliadas. Este fenómeno no solo

tiene un rostro organizativo, sino también operativo, es decir, los equipos tecnológicos también son multitarea, pues sirven para acrecentar las posibilidades de cobertura de los medios aliados. Ahora bien, dichas estrategias están inscritas en una lógica comercial de tipo conglomeral, donde el principal objetivo del régimen de propiedad es generar plusvalor en el trabajo de los periodistas al interior de la empresa mediática.

Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador no se piensan a sí mismas desde la noción de régimen de propiedad, puesto que su ontología rechaza la apropiación de un bien o un servicio de forma individual o privada. ERPE, más bien, se autoafirma como una institución determinada por la concepción biopolítica del común, la cual establece que todos los espacios de vida están impregnados de un espíritu colectivo, que permanentemente busca la preservación de los valores, representaciones y prácticas comunitarias, entendidas como una reivindicación de la producción natural y comprometida del “nosotros”. La propiedad del común es difusa porque no admite titularidades sino solidaridades compartidas. En este contexto, la presente investigación encontró que los principios sobre los cuales se funda la radio comunitaria atraviesan, determinan y condicionan todo tipo de acción y reflexión profesional, operativa y contenciosa. Esto quiere decir que el común está impregnado, como la piel al cuerpo, en todas las instancias del medio comunitario, pues es el motor con el que se pone en marcha su estructura.

Las estructuras organizacionales y empresariales están constituidas en torno la filosofía que define al medio de comunicación. En Radio Quito funcionan como catalizadoras de las demandas ontológicas de la empresa, es decir, aterrizan vivencialmente los principios institucionales, con la finalidad de ordenarlos y así garantizar la preservación y reproducción del proyecto ulterior de medio de comunicación. En este caso, la configuración de acciones y estrategias humanas y operativas está anclada a una lógica de acumulación y concentración transnacional de la propiedad mediática. En definitiva, la estructura empresarial y la estructura organizacional no pueden ser leídas por separado. Necesariamente deben integrarse a un complejo aparato de interacciones corporativas, con la finalidad de consumir los objetivos fundamentales trazados por el régimen de propiedad del medio de comunicación, el cual diagrama principios y preceptos de ineludible cumplimiento, con la finalidad de

establecer sistemas de planificación y acción para los agentes que integran la industria mediática.

En ERPE no es posible hablar de estructuras empresariales, porque la radio no funciona como una industria sino como una agrupación de intereses colectivos. Debido a ello, su estructura es absolutamente participativa, ya que organiza la producción comunicacional sobre la base de los principios del común, con la finalidad de generar contiendas y reivindicaciones. Bien podría decirse que la estructura organizacional en esta radio también canaliza el ser del medio. Y lo hace mediante la interacción entre los miembros de la comunidad, quienes buscan solventar sus demandas e intereses. Las concordancias encontradas durante la investigación dan cuenta de que en el día a día los miembros de esta radio trabajan como una unidad en movimiento, cuya estructura organizacional solo puede ser accionada mediante consensos y prácticas colaborativas, que responden a la filosofía del común.

Esta investigación buscó comprender la forma en la que se configuran los habitus periodísticos en los medios privados y comunitarios del Ecuador. Y los hallazgos muestran un resultado ciertamente curioso. El habitus a la vez garantiza la conservación de la estructura que lo estructura y se adecúa a nuevos entornos y no solo para salvaguardar la preservación de la institución generadora de ese habitus, sino también para permitir la supervivencia de quienes son determinados por aquella institución. Esto quiere decir que el quehacer en medios, sean privados o comunitarios, tiene una amplia gama de posibilidades, donde se conjuga la imposición ontológica del medio con la resistencia cultural y profesional de los trabajadores.

Los habitus, al ser estructuras estructuradas y estructurantes, funcionan como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones” (Bourdieu 2007, 86). Radio Quito, por ejemplo, modela a sus periodistas a imagen y semejanza de lo que es y cómo es el medio de comunicación, con sus características comerciales, liberales, conglomerales y transnacionales. Pero también los periodistas piensan y materializan estrategias, disposiciones y prácticas para amoldarse al paradigma mediático al que pertenecen sin poner en riesgo su legitimidad y estabilidad profesional.

El habitus de los periodistas de ERPE también busca resguardar la ontología primaria del medio de comunicación. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede en Radio Quito, donde los intereses de la institución no siempre son asumidos como propios por sus trabajadores, en el medio comunitario cada acción, cada reflexión, cada palabra busca reivindicar el común, busca justificar la noción próxima y vinculante del nosotros, del estar juntos.

Lista de referencias

- Abad, Gustavo. 2006. El periodismo olvidado. Las instituciones mediáticas ante la rebelión de las audiencias. Quito: UASB.
- Acosta Buenaño, Ana; Calvopiña, Verónica; Cano, Jorge. 2017. Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el Concurso Público de Frecuencias. (Vol.1). Friedrich Ebert Stiftung.
- Agustín Cueva. 1977. El desarrollo del capitalismo en América Latina. México: Siglo XXI Editores.
- Alonso, Luis. 2004. Pierre Bourdieu, el lenguaje y la comunicación: de los mercados lingüísticos a la degradación mediática. Navarra: Universidad de Navarra.
- Alsina, Miquel. 1989. La producción de la noticia. Barcelona: Paidós.
- Altschull, Herbert. 1984. Agents of power: The role of the news media in human affairs. New York: Longman.
- Amado, Adriana y Bongiovanni, Maximiliano. 2014. Periodismo en entornos condicionantes: el vínculo del periodismo argentino con fuentes institucionales. Memorias del XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación: 989-994.
- Ávalos, María Belén. 2017. Comunicación contrahegemónica, ventriloquía y lenguaje de contienda en Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador y Movimiento Indígena de Chimborazo 1960- 1990. Quito: FLACSO-EC.
- Ballesteros, Carlos y García, César. 2020. Mapa de medios comunitarios en América Latina. Revista Enfoques de la Comunicación. Vol. 1. Consejo de la Comunicación: 43-58.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini. 2009. Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI. Buenos Aires: Prometeo.
- _____. 2017. Concentración y convergencia de medios en América Latina. Comunicar N° 20: 104-120.
- Becerra, Martín. 2014. Medios de comunicación: América Latina a contramano. Revista Nueva Sociedad. N° 249: 61-74.
- Beltrán, Gioconda. 2018. Crisis de las radios comunitarias en el Ecuador. Universidad de las Américas. Quito: UDLA.

- Beltrán, Luis Ramiro. 1985. "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina". En *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, compilado por Miquel de Moragas i Spa. Barcelona: Gustavo Gilli.
- _____. 2005. *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. III Congreso Panamericano de Comunicación. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires.
- Bolaño, César. 1999. A Economia política da televisão brasileira. *Revista Latina de Comunicação Social*, ISSN-e 1138-5820, N. °. 17.
- Bolaño, Narváez y López. 2019. Apuntes sobre la Economía Política de la información, la comunicación y la cultura latinoamericana. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación* N. ° 141: 215-234.
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic. 1995. *Respuestas por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre. 1976. *Sociología y Cultura*, México: Grijalbo.
- _____. 1999. *Meditaciones pascalianas*. Barcelona: Anagrama.
- _____. 2000. *Cosas Dichas*. Madrid: Gedisa Editorial.
- _____. 2000. *Sobre el campo político*. Lyon: Universidad de Lyon.
- _____. 2001. *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Bilbao: Ed. Desclée de Brouwer.
- _____. 2007. *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Breed, Warren. 1955. *Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis*. North Carolina: University of North Carolina Press.
- Califano, Bernardette. 2013. "Políticas públicas de comunicación: historia, evolución y concepciones para el análisis". *Revista Brasileira de Políticas de Comunicação*. Universidade de Brasilia.
- Cerbino, Mauro y Francesca Belotti. 2015. *Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: Experiencias desde Argentina y Ecuador*. *Comunicar* N° 47.
- Cerbino, Mauro. 2018. *Por una comunicación del común, medios comunitarios, proximidad y acción*. Ciespal, Quito.

- Cervantes, Cecilia. 1994. ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?
Investigar la comunicación: propuestas latinoamericanas. Guadalajara: ALAIC.
- Champagne, Patrick. 1998. La doble dependencia. Algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (comp) Comunicación y política. Barcelona: Gedisa.
- Chavero, Palmira y Oller, Martín. 2014. La profesionalización del periodismo y el profesionalismo de los periodistas en Ecuador. Revista Prisma 25: 23-49.
- _____. 2015. Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador, en Barredo, D., Oller, M. Y Hernández, S. (ed) Comunicación y Periodismo en Ecuador frente a los desafíos contemporáneos. Cuadernos Artesanos Latina /74.
- Checa Godoy, Antonio. 2012. La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador. Revista Latina de Comunicación Social, 67: 125-147.
- Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de Radio y Televisión (2009), Informe definitivo y recomendaciones, Quito, 494 pp.
- Conferencia sustentada por Monseñor Víctor Corral Mantilla en el Teatro Universitario “Carlos Crespi” de la Universidad Politécnica Salesiana, 2008.
- Constitución de la República del Ecuador. 2018. Ecuador: Tribunal Constitucional.
- Contraloría: informe halla Tres grupos monopolizan las frecuencias de radio y TV. El Telégrafo. 29 de mayo del 2019.
- De León, Salvador y Hernández, María. 2015. La violencia en el periodismo de Aguascalientes, en C. del Palacio. Violencia y periodismo regional en México. México: Juan Pablos Editor.
- De Moraes, Denis. 2013. Sistema mediático y poder. En Medios, poder y contrapoder, coordinado por Denis de Moraes, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano. Buenos Aires: Bibios.
- El libreto ficticio de la invasión marciana a Quito. Por: Mendizábal, Iván. El Telégrafo. 16 de febrero del 2015.
- Entrevista a Jorge Yunda, Teleamazonas, 20 de diciembre del 2017.
- ERPE. Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador. ¿Quiénes somos?
<http://www.erpe.org.ec/index.php/nosotros/mision-vision-y-valores>

- Fiol, Ana. 2001. Propiedad y acceso a los medios de comunicación en el mundo. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (74): 20-27.
- Frecuencias: las irregularidades fueron advertidas. Susana Morán. Plan V. 11 de junio del 2018.
- García, María. 2013. "El futuro del espectro radioeléctrico. Entre las políticas de comunicación y el mercado". En Las políticas de comunicación en el siglo XXI, editado por Guillermo Mastrini, Ana Bizberge y Diego de Charras. Buenos Aires: La Crujía.
- Garfinkel, Harold. 2006. Estudios en Etnometodología. Madrid: Editorial Anthropos.
- Girard, Bruce. 2002. Radio apasionados. Experiencias de Radio Comunitaria en el mundo. Quito: Ciespal.
- Golding, Peter y Elliot, Phillip. 1979. Making the news. New York: Longman.
- Gomis, Lorenzo. 1991. Teoría del periodismo. Cómo se forma. Brcelona: Paidós.
- Graziano, Margarita. 1980. "Para una definición alternativa de la comunicación". Revista ININCO. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Guber, Rosana. 2004. El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo. Buenos Aires: Paidós.
- Gumucio, Dragón. 2001. Haciendo Olas. La Paz: Plural Editores.
- Gutiérrez, Alicia. 2005. Las prácticas sociales: una introducción a Pierre Bourdieu. Buenos Aires: Ferreyra Editor.
- Hallin, Daniel y Manccini, Paolo 2004. Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Barcelona: Editorial Hacer.
- Herman, Edward y McChesney, Robert. 1999. Los medios globales. Madrid: Editorial Catedra.
- Herrán Gómez, J., Sastre Merino, S. y Torre-Toukoumidis, Á. 2017. Radio mensaje para la gestión del sistema de riego en comunidades rurales indígenas de Ecuador. Equidad & Desarrollo, (28): 43-60. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ed.4212>.
- Kapuściński, Ryszard. 2003. Autorretrato de un reportero. Buenos Aires; Anagrama.

- Kuncar, Gridvia y Lozada, Fernando.1984. Las voces del coraje: radios mineras de Bolivia. Revista Chasqui N°10.
- Las Sociedades de Capital en el Área Andina. 1976. Superintendencia de Compañías del Ecuador e ILDIS. Quito.
- Ley Orgánica de Comunicación. Ecuador. 2013. Publicada en el registro oficial el 25 junio de 2013.
- Ley Orgánica de Comunicación. Ecuador. Reforma 2019. Publicada en el registro oficial el 20 de febrero de 2019.
- Lippmann, Walter. 1922. Public Opinion. New York: Harcourt Brace and Company.
- López Vigil, Ignacio. 2014. Manual urgente para radialistas apasionados. Quito: Paulinas.
- Loreti, Damián y Lozano, Luis. 2012. “El rol del estado como garante del derecho humano a la comunicación”. Revista Derecho Público. Año 1, N°1. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos Presidencia de la Nación, Ed. Infojus, Buenos Aires.
- Marino, Santiago. 2017. “Conclusiones”. En Políticas de la comunicación del sector audiovisual: modelos divergentes, resultados equivalentes: la televisión por cable y el cine en la Argentina 1989-2007. 1ª ed. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Márquez, Mireya. 2012. Valores normativos y prácticas de reporteo en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México. Cuadernos de Información N.30. Ciudad de México.
- Marradi, Alberto; Archenti, Nélica y Piovani, Juan Ignacio. 2010. Manual de metodologías de las ciencias sociales. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Marx, Karl. 1988. Una contribución a la crítica de la Economía Política. Madris: Siglo XXI Editores.
- Mata, María Cristina. 2009. Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Matrone, Davide. 2019. Cómo la pedagogía crítica de P. Freire fue interpretada por parte del Monseñor Leónidas Proaño durante la implementación de la radiofónica del Chimborazo en términos educativos. Tesis de maestría, Flacso Ecuador.
- McQuail, Dennis. 1992. Introducción a la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.

- Mellado, Claudia. 2009. Periodismo en Latinoamérica: Revisión Histórica y Propuesta de un Modelo de Análisis. *Revista Comunicar* 33 (17).
- Merchant-Ley, Diana. 2017. Relaciones de cortesía en el campo periodístico de Baja California, México: El caso de los periodistas de periódicos y oficinas de comunicación social. *Revista Argumentos*. UAM-Xochimilco, México.
- Miege, Bernard. 2006. La concentración en las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. Vol. 11 Universidad Complutense de Madrid.
- Monitor de la Propiedad de los Medios (MOM) "¿Quién controla los medios en América Latina?" presentado por Reporteros sin Fronteras e Intervozes. 4 de diciembre del 2019.
- Mora, Andrés. 2010. América Latina, el gran latifundio mediático. *Ensayos Pedagógicos* Vol.5, 5-18.
- Mosco, Vincent. 2006. *La Economía Política de la Comunicación. Una actualización 10 años después*. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. Vol. 11 Universidad Complutense de Madrid.
- Murdock, Graham. 1990. *Redrawing the map of communications industries: concentration and ownership in the era of privatization*. New York: Sage.
- Murillo, Javier y Martínez-Garrido, Cynthia. 2010. *Investigación etnográfica*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Negri, Antonio. 2007. Para las críticas interesantes de esta declinación "productiva de la liberación del biopoder. "The Unrequited Love of Power: Biopolitical Investment and the Refusal of Care", *Foucault Studies* 4 (2007): 59-67.
- Negri, Toni y Cesare Casarino. 2012. *Elogio de lo común: conversaciones sobre filosofía y política*. Barcelona: Paidós.
- Negri, Toni y Michael Hardt. 2009. *El trabajo de Dionisos*. Madrid: Akal.
- _____. 2009. *Commonwealth: el proyecto de una revolución del común*. Madrid: Akal.
- Nolla Cao, Nidia. *Etnografía: una alternativa más en la investigación pedagógica*. *Educ Med Super* [online]. 1997, vol.11, n.2, pp.107-115. ISSN 0864-2141.

- Parra Sabaj, María Eugenia. 2015. Síntesis comparativa de componentes principales de los paradigmas cualitativo y cuantitativo de investigación en Ciencias Sociales. En Fundamentos epistemológicos, metodológicos y teóricos que sustentan un modelo de investigación cualitativa en las ciencias sociales. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Sociales y Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile.
- Peruzzo, Cecilia. 2015. Comunicación popular, comunitaria y ciudadana: ejes de investigación y fundamentos teóricos. En Bolaño, C. La contribución de América Latina al campo de la Comunicación: historia enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de investigación. Buenos Aires: Prometeo.
- Radio Quito cumple hoy 74 años siendo la Voz de la Capital. El Comercio. 17 de agosto del 2014.
- Ramírez, María José. 2019. La comunicación comunitaria en el Ecuador. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Ramos, Isabel. 2013. "Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador". Iconos. Revista de Ciencias Sociales No 45. Quito, FLACSO.
- Restrepo, Javier. 2001. La objetividad periodística: utopía y realidad. Chasqui, N°74.
- Retegui, Lorena. 2017. La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking. Revista Mexicana de Opinión Pública N.23, Ciudad de México.
- Rosenberg, Laura. 2017. Etnografía del trabajo periodístico. Apuntes sobre la inserción del investigador en la sala de redacción de un diario argentino. Comunicación y Sociedad, N°28: 87-109.
- San Martín, Raquel. 2008. Contra la objetividad. El mito de la neutralidad periodística y las alternativas para repensarlo. Perspectivas de la Comunicación. Vol.1, N° 1: 73-80.
- Schleifer, Pablo. 2017. La socialización periodística o sobre los principios de producción de la creencia en la objetividad. Revista Correspondencias y análisis. Universidad Nacional de Comahue, Argentina.
- Schlesinger, Phillip. 1972. The Sociology of Knowledge, ponencia presentada al 1972 Meeting of the British Sociological Association. New York: Langdom.

- Segovia, Diego. 2010. "El oligopolio mediático y las políticas públicas en Paraguay". En Políticas públicas en el capitalismo contemporáneo, editado por Susana Sel. Buenos Aires: CLACSO.
- Segura, María. 2015. Los medios populares, comunitarios y alternativos de Argentina desde la ley audiovisual. De la lucha por la legalidad al debate sobre la sostenibilidad. Revista Diálogos. FELAFACS. Edición N°. 92.
- Sel, Susana. 2009. "Comunicación alternativa y políticas públicas en el combate latinoamericano" En: La comunicación mediatizada: hegemonías-alternatividades-soberanías. Buenos Aires: CLACSO.
- _____. 2010. "Actores sociales y espacio público. Disputas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. En Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas, coordinado por Susana Sel. Buenos Aires: CLACSO.
- Shoemaker, Pamela y Reese, Stephen. 1991. Mediating the message. Theories of influences on mass media content. Nueva York: Longman.
- Simpson, Máximo. 1986. Comunicación alternativa y cambio social. México: Premia.
- Stange, Hans y Salinas, Claudio. 2009. Rutinas periodísticas. Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena. Santiago: Universidad de Chile.
- Sunkel, Guillermo. 2002. "Una mirada otra. La cultura desde el consumo" en Estudios y otras prácticas latinoamericanas en Cultura y Poder. CLACSO y CEAP, FACES-Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Tuchman, Gaye. 1996. Making news by doing work: routinizing the unexpected, American Journal of Sociology. Minnessota: University of Minnesota Press.
- _____. 1999. La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 4.
- Van Dijk, Teun. 2008. El discurso como interacción en la sociedad en Teun A. Van Dijk, compilador, El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria. Barcelona: Gedisa.
- Vázquez, Salvador. 2004. Prácticas periodísticas en Aguascalientes: estructuras de interpretación para acercarse al acontecer. Comunicación y Sociedad, (2).

- Vinelli, Natalia: 2014. La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Walton Charles y Layton, Mary. 2001. El periodismo Ecuatoriano bajo el microscopio. En: La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador, en. Revista Latina de Comunicación Social. Extraído de:
http://www.revistalatinacs.org/067/art/950_Sevilla/06_Checa.html. DOI: 10.4185/RLCS-067-950-125-147. Consulta 19/02/13.
- Williams, Raymond. 1997. Cultura y sociedad. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Wolf, Mauro. 1987. “El estudio de los efectos a largo plazo”, La investigación de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- Zallo, Ramón. 2006. La Economía de la Cultura (y de la Comunicación) como objeto de estudio. País Vasco: Euskal Herrico Unibertsitatea. Portal de la Universidad del País Vasco.
- _____. 2016. Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder. Anexo 1: Las industrias creativas a discusión. Barcelona: Gedisa.
- Zúñiga, Viviana y Gómez, Miguel. 2018. El habitus periodístico: pautas teórico-metodológicas para su estudio en medios cubanos. ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación.

Entrevistas

Radio Quito

- Entrevista N. °1 a Periodista 1, Quito, 10 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °2 a Periodista 2, Quito, 5 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °3 a Periodista 3, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °4 a Periodista 4, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °5 a Periodista 5, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °6 a Periodista 6, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °7 a Periodista 7, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °8 a Periodista 8, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °9 a Periodista 9, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °10 a Periodista 10, Quito, 6 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °11 a Periodista 11, Quito, 12 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °12 a Periodista 12, Quito, 12 de noviembre de 2019.
- Entrevista N. °13 a Periodista 13, Quito, 14 de marzo de 2019.
- Entrevista N. °14 a Periodista 14, Quito, 12 de marzo de 2019.

Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador

- Entrevista N. ° 1. a Juan Pérez, director de ERPE, Riobamba, 9 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 2 a Eduardo Imanante, periodista de ERPE, Riobamba, 11 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 3 a Bélgica Chela, periodista de ERPE, Riobamba, 9 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 4 a Rodrigo Arroba, periodista de ERPE, Riobamba, 10 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 5 a José Eduardo Yuquilema, periodista de ERPE, Riobamba, 11 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 6 a Xavier Armijos, pasante de ERPE, Riobamba, 16 de marzo de 2020.

- Entrevista N. ° 7 a Jofre Negrete, periodista de ERPE, Riobamba, 9 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 8 a Octavio Aucancela, director de programación de ERPE, Riobamba, 11 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 9 a Silvia Sánchez, periodista de ERPE, Riobamba, 16 de marzo de 2020.
- Entrevista N. ° 10 a Andrea y Xavier, productores del espacio Desnudando el Alma de ERPE, Riobamba, 11 de marzo de 2020.