



**MISAEEL ACOSTA**  
INSTITUTO UNIVERSITARIO

**“LA COBERTURA MEDIÁTICA DE LA MEDICINA  
NATURAL, UN ESTUDIO EXPLORATORIO PARA CREAR  
UN NUEVO ESPACIO INFORMATIVO”**

**Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de  
Tecnólogo en Naturopatía Mención masaje terapéutico**

**Autor:**

**ALEX ALFREDO MORENO MUSO**

**Tutor:**

**MSC. RENATA LEÓN**



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, ALEX ALFREDO MORENO MUSO autor de la presente investigación, con cédula de ciudadanía N° 1716824626 libre y voluntariamente declaro que el trabajo de titulación: “La cobertura mediática de la medicina natural, un estudio exploratorio para crear un nuevo espacio informativo.”; es de mi plena autoría, original y no es producto de plagio o copia alguna, constituyéndose en documento único, de acuerdo a los principios de la investigación científica. El patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece al Instituto Superior Universitario Dr. Misael Acosta Solís.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.

Riobamba, 20 de enero de 2023

---

Alex Alfredo Moreno Muso

C.C. 1716824626

AUTOR/A



## ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Riobamba, 20 de enero de 2024

Yo, Renata León , en mi calidad de tutor/a, certifico que el estudiante Alex Alfredo Moreno Muso del año lectivo 2022-2023, ha trabajado conmigo en el desarrollo del Trabajo de Titulación: La cobertura mediática de la medicina natural, un estudio exploratorio para crear un nuevo espacio informativo, certifico que el mencionado trabajo cumple con todos los requisitos legales y tecnológicos; en virtud de éllo le asigno la calificación de 9,75/10, con 3 % de plagio, revisado a través del sistema de anti plagio que maneja la institución, particular que pongo a consideración para los fines pertinentes.

Atentamente,

CI: 0603017179

MSc. Renata León



## ACTA DE EVALUACIÓN

Riobamba, 2 de Febrero de 2024.

El tribunal de Evaluación del Trabajo de Titulación, previa la obtención del título de **TECNÓLOGO EN NATUROPATÍA MENCIÓN MASAJES TERAPÉUTICOS**

POR CONSENSO ADJUNTA LA CALIFICACIÓN DE:

.....100.....

**Al Trabajo de Titulación: “LA COBERTURA MEDIÁTICA DE LA MEDICINA NATURAL, UN ESTUDIO EXPLORATORIO PARA CREAR UN NUEVO ESPACIO INFORMATIVO”**

**AUTOR:** Alex Alfredo Moreno Muso

**TUTOR:** MSc. Renata León

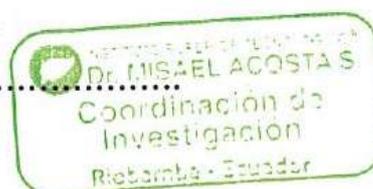
Código de proyecto N.º .....

Por el TRIBUNAL.

f. ....Renata León.....

Por el DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN.

f. ....Renata León.....



## **DEDICATORIA**

*En todo lugar; inclusive en la distancia, estoy pensando en aquellas personas que se  
constituyen en el motor de mi vida.*

*en tal virtud, con amor incondicional dedico mi trabajo a los 2 seres que me dan la  
motivación para vivir,*

*y la fuerza para seguir adelante. porque no son solo mis hijos; sino, mis dilectos amigos  
en el trajinar de la vida, este artículo es de ustedes: "ALEX Y MIGUEL".*

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron de manera significativa a la realización del presente artículo. En primera instancia, agradezco a la MSC Renata León, por su orientación experta y constante a lo largo del proyecto. Sus valiosas sugerencias y comentarios han sido fundamentales al momento de darle forma a mi investigación.

No puedo pasar por alto el respaldo de las autoridades del INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR UNIVERSITARIO DOCTOR MISAEL ACOSTA SOLIS, para que las personas con discapacidad visual puedan abrirse camino en el área de la medicina natural; y sobre todo la asistencia logística brindada por EL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN, que facilitó las condiciones necesarias al llevar a cabo este estudio. La infraestructura y recursos proporcionados han sido esenciales en el desarrollo exitoso de mi investigación.

Por último, pero no menos importante, agradezco a mi familia y seres queridos por su inquebrantable apoyo emocional y comprensión a lo largo de la carrera. Su paciencia y aliento siempre serán fundamentales para mantenerme enfocado y motivado.

Este artículo no habría sido posible sin la valiosa contribución de cada uno de ustedes. A todos, mi más sincero reconocimiento.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	II
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	III
ACTA DE EVALUACIÓN .....	IV
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	VII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	VIII
1. RESUMEN.....	IX
2. ABSTRACT .....	X
3. INTRODUCCIÓN .....	1
4. MATERIALES Y MÉTODOS .....	3
5. RESULTADOS.....	5
6. DISCUSIÓN .....	12
7. CONCLUSIONES .....	19
8. RECOMENDACIONES .....	21
9. BIBLIOGRAFÍA.....	22
10. ANEXOS.....	24

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevistas .....	24
Anexo 2: Formato de entrevista .....	26
Anexo 3: Lista de medios de comunicación más grandes del país .....	27

## 1. RESUMEN

El presente artículo examina el problema de la subrepresentación de la medicina natural en los medios de comunicación tradicionales y digitales. esta falta de difusión tiene un impacto negativo en la capacidad de las personas para acceder a información completa y confiable sobre las opciones de atención médica alternativa.

Haciendo una revisión de la literatura sobre el tema, Los estudios existentes han encontrado que la cobertura mediática de la medicina natural es significativamente menor que la de la atención médica convencional. Además, a menudo es inexacta o sesgada.

Hay una serie de factores que contribuyen a este problema, entre los que se incluyen:

- 1 La falta de conocimiento y comprensión de las diferentes alternativas de tratamiento, por parte de los periodistas y editores.
- 2 La influencia de intereses comerciales y farmacéuticos en la narrativa mediática.
- 3 La ausencia de una plataforma dedicada al tratamiento a profundidad de la naturopatía, o una disposición dentro del marco de la ley de comunicación, en radio prensa y televisión, que exija implementar en sus parrillas de programación, espacios dedicados a la medicina natural, tomando en cuenta que nuestro país es megadiverso, y difundir su cosmovisión andina debe ser una política de estado.
- 4 La subrepresentación de la medicina natural en los medios de comunicación es un problema importante que debe abordarse. por ello, se propone la creación de un nuevo espacio informativo como una posible solución al problema, con la premisa que, desde el instituto tecnológico universitario Misael Acosta Solis, se debe tomar la iniciativa al generar un proyecto donde se conjugue la salud y la comunicación en beneficio de la ciudadanía.

### **PALABRAS CLAVE:**

Medicina, natural, cobertura, espacio informativo.

## **2. ABSTRACT**

This article examines the problem of underrepresentation of natural medicine in traditional and digital media. This lack of dissemination has a negative impact on people's ability to access complete and reliable information about alternative healthcare options.

Doing a review of the literature on the topic, existing studies have found that media coverage of natural medicine is significantly less than that of conventional medical care. Furthermore, it is often inaccurate or biased.

There are a number of factors that contribute to this problem, including:

The lack of knowledge and understanding of the different treatment alternatives on the part of journalists and editors. The influence of commercial and pharmaceutical interests on media narrative.

The absence of a platform dedicated to in-depth treatment of naturopathy, or a provision within the framework of the communication law, in radio press and television, that requires the implementation of spaces dedicated to natural medicine in their programming schedules, taking into account Keep in mind that our country is mega diverse, and spreading its Andean worldview should be a state policy.

The underrepresentation of natural medicine in the media is a major problem that needs to be addressed. For this reason, the creation of a new information space is proposed as a possible solution to this problem, with the premise that, from the Misael Acosta Solis University Technological Institute, the initiative must be taken to generate a project where health and communication for the benefit of citizens.

### **KEYWORDS:**

Natural medicinal, coverage, information space

### 3. INTRODUCCIÓN

La medicina natural es una práctica médica que utiliza hierbas, suplementos dietéticos, terapias físicas y otros métodos no convencionales para tratar enfermedades y promover la salud (1). Ha existido durante épocas milenarias, siendo practicada por muchas culturas diferentes (2).

En los últimos años, ha ganado popularidad en todo el mundo. Esto se debe a una serie de factores, que incluyen: aumento de la conciencia sobre la salud y el bienestar, sobre todo luego de la pandemia; la insatisfacción con la atención médica alopática y la disponibilidad de información a través del internet, aunque esta última siempre tendrá la desventaja que, al no estar regulada a nivel nacional, tampoco es confiable en su totalidad (3).

Sin embargo, a pesar de su creciente popularidad, la naturopatía y todas las terapias que implica sigue siendo subrepresentada en los medios de comunicación tradicionales y digitales (4).

#### **Importancia de la cobertura mediática de la medicina natural.**

En primera instancia, los medios de comunicación desempeñan un papel vital en la formación de la opinión pública. La manera en que se presenta su contenido influye directamente en como las personas la perciben y la aceptan (5).

En segundo lugar, pueden ayudar a obtener información precisa y equilibrada sobre esta práctica. Esto es importante para que se tome decisiones informadas sobre nuestra salud (6).

Finalmente, la difusión de este tipo de medicina ayudaría a promover la investigación y su desarrollo, conduciéndonos a nuevos tratamientos y terapias que mejorarán significativamente, la salud de las personas (7).

#### **La subrepresentación de la medicina natural en los medios**

Nos queda clara la idea de que la práctica de las terapias alternativas está subrepresentada en los medios de comunicación, tal como se pudo observar luego de una exhaustiva revisión a la casi nula literatura y medios de comunicación tradicionales y digitales. Su cobertura a

menudo es inexacta o sesgada, destacándose dos principales factores que exponemos para su análisis (8).

- La falta de conocimiento y comprensión por parte de los periodistas y editores.

Muchos de ellos son solamente presentadores, modelos o reinas de belleza, y aunque la ley de comunicación exige su profesionalización aún no se cumple del todo, y abordar una temática de estas características requiere de conocimientos en medicina natural.

- La influencia de intereses comerciales y farmacéuticos en la narrativa mediática.

Las empresas farmacéuticas solo buscan promover la atención médica convencional, con la finalidad que los productos de origen industrial sean consumidos (9). Todos conocemos que estas grandes transnacionales tienen un crecimiento, bastante significativo en el mercado financiero mundial, desplazando terapias alternativas y medicina natural que, al ser suministrada por naturópatas, aliviarían diversas patologías evitando al público gastos innecesarios y sobre todo la reducción de daños colaterales en su salud.

A eso se suma que al manejar cantidades exorbitantes de recursos destinan altos presupuestos anuales para contratar publicidad, en horarios de mayor audiencia para estar en las preferencias del público.

De allí que el presente proyecto revisará las parrillas de programación de los medios de comunicación con cobertura nacional más importantes en el país (10).

Así como exponer criterios tanto de profesionales de la salud como productores de radio o televisión, que hablarán sobre esta temática. Demostrando que se hace urgente un programa dedicado al tratamiento de las terapias alternativas.

## 4. MATERIALES Y MÉTODOS

### **Metodología.**

Diseño Metodológico

Tipo de investigación: cualitativa

Enfoque: Descriptivo

Métodos de recolección de datos:

Entrevistas.

Se realizaron entrevistas tanto en forma presencial como virtual a diferentes especialistas en el campo de la medicina natural y de la comunicación en el país, a fin de conocer de primera mano la información sobre la accesibilidad que se tiene a la hora de hablar de terapias alternativas.

### **Materiales.**

Para esto, se utilizaron los siguientes materiales:

Un celular, una cámara, un computador.

Análisis de contenido: Se analizaron las páginas web de medios de comunicación de Ecuador, incluyendo medios impresos, digitales, televisión y redes sociales. Se analizaron las siguientes variables:

Frecuencia de cobertura: Número de noticias, reportajes y programas relacionados con la medicina natural.

Perspectiva: Perspectiva desde la que se presenta la medicina natural.

### **Instrumentos de medición:**

Guía de análisis de contenido: La guía de análisis de contenido se utilizó para codificar los datos recopilados a través del análisis de contenido. La guía de contenido incluía las siguientes categorías:

Frecuencia de cobertura: Se codificaron las siguientes categorías:

Muy frecuente (más de 10 noticias, reportajes o programas)

Frecuente (5 a 10 noticias, reportajes o programas)

Poco frecuente (menos de 5 noticias, reportajes o programas)

Temas: Se codificaron las siguientes categorías:

Medicina tradicional

Medicina alternativa

Otros

Perspectiva: Se codificaron las siguientes categorías:

Positiva

Negativa

Neutral

**Análisis de datos:**

Los datos recopilados a través del análisis de contenido se analizaron utilizando los siguientes métodos:

Frecuencia de cobertura: Se calculó la frecuencia de cobertura de la medicina natural en los medios de comunicación de mayor rating.

Temas: Se identificaron los temas más frecuentes en la cobertura de la medicina natural.

## 5. RESULTADOS

La presente investigación se centra en dos aristas con el objetivo de demostrar que la medicina natural no tiene espacios de difusión.

### **Revisión documental:**

Al no existir publicaciones, libros, revistas especializadas en salud o comunicación que aborden esta temática (11), el presente estudio realiza una búsqueda a través de la cual, se revisa diferentes portales web, entre ellas:

- La página oficial del consejo de comunicación (ARCOTEL) para obtener un listado completo de radio y televisión y posteriormente extraer los de alcance nacional, con la mayor cantidad de repetidoras, es decir presencia en provincias de las tres regiones del país. La obtención de estos datos nos permitió ingresar a sus respectivos portales y revisar las parrillas de programación actualizada, extrayendo una muestra de cinco medios de comunicación televisivos y cinco radiales de alcance nacional.
- El análisis refleja un porcentaje reducido de la parrilla, de dichos medios dedicados al campo informativo y de allí se visualiza una cobertura marginal a la medicina natural. A excepción de la radio y televisión pública que de acuerdo con las políticas del gobierno de turno estructura su programación direccionada a la difusión de sus actividades y las carteras de estado respectivas.
- Los cuatro medios audiovisuales restantes durante mañana tarde y noche llenan su espacio con programación negociada proveniente de otros países de habla hispana, como novelas, series de corta duración, películas, espacios de entretenimiento, y como lo analizaremos en el capítulo de discusiones, solo uno de los canales tiene programación de medicina el fin de semana donde la franja se hace más informativa.
- En lo que tiene relación a la radio, medio de comunicación más cercano a la gente, ya que puede ser escuchada tanto en hogares como en sitios de trabajo, salvo la mañana (6-9 horas), donde se transmiten los noticieros informativos y deportivos, el resto del día lo llenan con música, pues resulta más económico que costear programas hablados.

- Con el objetivo de recabar mayores datos se accedió a la página web del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), sin embargo, la entidad en mención no analiza la opinión de los habitantes en cuanto a preferencias audiovisuales, pues se basa más en estudios demográficos.
- De acuerdo con la hipótesis planteada en el presente trabajo investigativo, diferentes artículos fueron revisados, donde claramente se puede advertir una gran influencia a nivel nacional y mundial de las empresas farmacéuticas, las cuales cuentan con recursos exorbitantes que invierten en publicidad promocionando las diferentes marcas que producen.

La estrategia implementada por estas transnacionales ha ido evolucionando de forma que se puede hablar inclusive del marketing emocional (12), el cual maneja un método de conexión audiovisual, que busca ir más allá de la promoción generando en el individuo una cercanía o pertenencia de la marca, evidenciándose más en medicina ya que si un fármaco logra aliviar una dolencia entonces lo preferirá por siempre.

A esto se suma la cantidad de plazas de empleo que generan, ya que, según estudios publicados en diversos portales especializados, a nivel mundial, las más fuertes económicamente hablando son Roche, Vayer, Pfyzer, siendo Walgreens Boots Alliance, con sede en estados unidos, la cadena de farmacias más grande del mundo; moviendo en el mercado más de 20 mil millones de dólares al año (13), mientras que en Ecuador las más importantes son Difare y Fybeca, con presencia en 24 provincias (14).

Por otro lado, era menester acceder a información sobre que prefieren los ecuatorianos para ver o escuchar a la hora de encender el radio o la televisión. Lamentablemente las páginas de agencias de publicidad o encuestadoras no tienen información al respecto, debido a que los datos proporcionados por dichas empresas se emiten en beneficio de quien las contrata; lo que acontece, con un caso muy palpable en los actuales momentos en donde un candidato contrata determinada empresa para que de acuerdo con sus estudios lo ubique en los primeros sitios de intención del voto, sucediendo lo mismo con los medios en el mercado ecuatoriano.

Finalmente, la página web del ITSMAS así como sus redes sociales fueron analizadas encontrando que:

En YouTube cuentan con 559 suscriptores, TikTok 459 suscripciones y en Facebook una cantidad similar o superior de seguidores; en cuanto a los contenidos se refiere, la mayor cantidad de material subido, tiene que ver con la promoción de las carreras que dispone el instituto, además de entrevistas abordando diversas áreas de la medicina natural como la quinesiología aplicada, la barroterapia, apiterapia entre otros talleres de importancia, mientras la red social tiktok los videos cortos nos muestran diversas prácticas desarrolladas por docentes y estudiantes.

### **Realización de entrevistas**

De acuerdo con los objetivos el presente artículo plantea llevar a cabo entrevistas tanto a expertos de la naturopatía, como a productores o presentadores de radio y televisión, los cuales aportarán con su criterio a que se debe la subrepresentación de la medicina natural en medios de comunicación; en tal virtud, presentamos al lector, un extracto de cada una de las entrevistas:

#### **Alejandro Gomes:**

Es naturópata y sanador energético con una carrera de 25 años de experiencia. Su actual proyecto se denomina sanando las estrellas, y se encuentra alojado en la plataforma de YouTube.

En el contexto de la falta de espacios de medicina natural en los medios, el entrevistado en primer lugar nos indica que la terapia que practica es de carácter complementario y no alternativo, dejando claro que todo profesional se debe referir a las diversas técnicas de esa forma, y que se requiere de muchos años de estudio especializado y experiencia para darse a conocer y alcanzar la credibilidad del público.

La infraestructura también juega un papel importante y es que Gomes define un medio de comunicación convencional como un negocio, que debe ser correctamente administrado, y que, por su naturaleza de lucro, elegirá a empresas y presentadores, con mucha trayectoria y

extensa credibilidad adecuada para obtener un buen material que pueda solventar las inquietudes y necesidades de su público objetivo.

Otra de las exigencias a la que se enfrenta alguien que practique terapias complementarias al momento de tocar puertas en radio o televisión, es el comprobar con hechos su terapia, su nivel de efectividad ya que las diversas técnicas, han sido puesta en tela de duda a causa de personas empíricas.

Para finalizar, se nos recomienda que al momento de trabajar en algún tratamiento sepamos defender un tema con conocimientos científicos que demuestren nuestro nivel de estudios, enfatizando que debemos hablar con la verdad, tanto al momento de brindar un diagnóstico, como para explicar la durabilidad del tratamiento.

### **Licenciado Cristian Salinas**

Ex productor de radio pública del Ecuador y actual miembro del consejo nacional de la judicatura en Pichincha.

periodista con discapacidad visual, que ha tenido trayectoria profesional en diferentes medios de carácter nacional, entre los que se puede mencionar la radio pública del Ecuador. actualmente, se desempeña como subdirector del área de comunicación en el consejo de la judicatura.

En primera instancia, el entrevistado nos explica la diferencia entre radios públicas y privadas, dentro del contexto de nuestro país donde una radio privada debe tener productos publicitarios, mientras que una radio pública, se sustenta de un presupuesto asignado por el estado.

Más adelante, Salinas nos habla también sobre el hecho de una fuerte competencia entre la medicina natural y la tradicional, teniendo esta última un fuerte nivel de inversión especialmente de parte de las farmacéuticas, mismas que poseen intereses evidentes de que haya enfermedades que curar para así poder funcionar.

Siguiendo el contexto de intereses, Christian menciona también el tema de las patentes, otra desventaja de la medicina natural porque quienes realizan esta tarea, son las farmacias multinacionales, por su gran capacidad adquisitiva.

Refiriéndonos ahora a las preferencias económicas de las personas que casi siempre apuntan al ahorro y a medicina efectiva con precios accesibles al público, esta sería según el entrevistado, otra situación de desventaja para la gama de productos que oferta la medicina natural, y que son costosos debido a su modo de preparación y en ocasiones también por su alto nivel de efectividad si se utilizan de manera adecuada.

Complementando el tema y en relación con los medios convencionales de comunicación y específicamente en la radio, Christian nos habla de una de las características más destacadas que es el mensaje efímero, cargado a veces de empirismo que no despierta interés en la gente, lo que significa que no hay un nivel de persuasión adecuado para adquirir un producto natural pese a sus múltiples beneficios.

Finalmente asegura que una de las posibles soluciones para que las terapias complementarias puedan ser reconocidas se requiere de una buena organización, poniendo en el tapete la conformación de una organización nacional de expertos en naturopatía, ya que aparentemente cada persona trabaja por separado.

### **Entrevista al Doctor Julio Vicencio.**

El doctor julio Vicencio, es fundador de la empresa Mayu Ecuador, que cuenta con 15 años en ofrecer calidad en terapias alternativas.

Los principales pilares de MAYU son la fitoterapia, la endocanavinología la educación y la oferta de diferentes espacios terapéuticos.

Como lo más destacado, la endocanavinología, es un proceso que se encarga de demostrar el uso de este sistema, en la regulación de la temperatura y el apetito en nuestro cuerpo a través de las propiedades de dicha planta.

En Ecuador específicamente, Julio relata el avance paulatino que se ha tenido al introducir el uso de dicha planta, con paciencia ante las explicaciones sobre su uso que se le debe al público objetivo.

El cannabis es una planta cuyo estudio data de hace 200 años aproximadamente. Posee diversas actividades terapéuticas, siendo comprobado su uso ante casos de inflamación, e incluso de epilepsia, cáncer, enfermedades articulares entre otras.

Sin embargo y pese a los múltiples beneficios antes mencionados, la información que se puede ofrecer al respecto de este tema no ha sido muy explotada, aunque serían los medios de comunicación los encargados de realizar esta tarea de conocimiento, no se lo ha hecho tan a profundidad. Para lograrlo, el entrevistado sugiere hacerlo estratégicamente, persuadiendo a las personas a la prevención a través del correcto consumo de los alimentos, mismos que en muchas ocasiones ya vienen sobre elaborados.

Al ser consultado sobre la presencia de espacios de medicina natural, el doctor indica que ha realizado diferentes giras de medios con gran aceptación para la modalidad de entrevistas y que pueda presentar sus productos a los oyentes y televidentes, sin embargo, un programa que se haya establecido como tal no existe, ya que los medios se plantean otros objetivos para captar audiencia, y es el naturópata quien tiene que abrirse camino tocando puertas.

Al ser consultado sobre la incidencia de las transnacionales afirma que en el país y el mundo no es rentable la prevención y ahorrar gastos, pues la industria no tiene interés en la fitoterapia como tratamiento y cura definitiva.

Finalmente recomienda tanto a naturópatas como estudiantes y docentes, luchar por nuestros derechos no solo como profesionales sino como pacientes que debemos tener acceso a una medicina complementaria y preventiva exhorta también a registrar los productos creados pues existen ideas excelentes, pero son otras empresas las que logran capitalizar.

## **Entrevista al Licenciado Cristian Sánchez**

Comunicador social, presentador de radio y televisión, así como productor de gama tv, Cristian sanches tiene más de 20 años de experiencia en medios audiovisuales.

Al ser consultado sobre la presencia de espacios de medicina natural, refiere que, salvo los medios públicos y comunitarios, los demás buscan un rédito económico y como toda empresa se maneja de acuerdo con sus ingresos económicos, en tal virtud si no existen espacios de esta índole, se debe a que no cuentan con los recursos suficientes para contratar un programa en horario triple a.

Por otro lado, aborda la problemática social ya que irónicamente la mayor cantidad de televidentes prefieren ver programas basura, y es que para los medios es más barato comprar estos programas.

Con relación a la incidencia de grandes transnacionales farmacéuticas, insiste que como toda empresa radio y televisión necesitan generar ganancias por ende no tendrán inconveniente en recibir y aprobar la mejor propuesta económica.

La entrevista finaliza con la interrogante de qué recomendaría a los profesionales de la medicina complementaria para abrirse camino en el área de la comunicación, a lo cual responde que es necesario la unión de los profesionales para dar a conocer terapias y tratamientos que pueden prevenir las enfermedades de los ecuatorianos.

## 6. DISCUSIÓN

En mi calidad de comunicador social titulado en la Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión AERT, he desarrollado el presente artículo académico con el objetivo de demostrar que existe una disparidad entre los estudios logrados por la medicina y la aplicación de estos saberes por la sociedad

Mientras que los profesionales de la salud tienen grandes conocimientos sobre la prevención de las enfermedades, no saben necesariamente cómo brindar una información tan vital para un conglomerado. En ese sentido, la falta de programas que aborden esta temática sin buscar créditos económicos debería constituir, un foco central de interés en el área de comunicación, es decir, el estudio de la naturaleza y la función de los medios necesarios para hacer que los temas de salud lleguen y produzcan un efecto en las audiencias. según nuestro capítulo de resultados, el enorme poderío económico de empresas dedicadas a la elaboración de fármacos busca opacar la difusión de la medicina natural. Para estos grupos empresariales, es más rentable tratar una patología específica en los pacientes, antes que buscar una prevención integral, pues bajarían ostensiblemente sus utilidades, y un crecimiento exponencial, como se pudo advertir luego de la pandemia.

Tanto médicos como naturópatas, sabemos que los medicamentos de laboratorio siempre tendrán incidencia negativa en otros órganos, es decir supuestamente alivian una dolencia, pero afectan otros órganos, lo que no sucede con la medicina natural donde los riesgos y las contraindicaciones son mínimas.

### **Los medios de comunicación y sus programaciones**

En un mundo cada vez más enfocado en la búsqueda de alternativas de atención médica y bienestar, la medicina natural se erige como una disciplina ancestral con raíces profundas en la tradición y la sabiduría de la naturaleza. En Ecuador, esta forma de tratamiento y curación ha sido adoptada por una parte significativa de la población, pero a pesar de su crecimiento en el país, enfrenta un desafío crucial: la falta de representación y especialización en radio y televisión.

Esta carencia plantea cuestiones fundamentales acerca de la difusión de información verídica, la promoción de una comprensión adecuada y el fomento de la investigación en terapias complementarias. En este contexto, el capítulo de discusiones explora la necesidad y los beneficios potenciales de establecer un espacio (programa radial o televisivo), producido y dirigido por profesionales titulados en naturopatía.

Un análisis de medios de comunicación nos revela que solamente dos de ellos, es decir, Ecuador TV y Teleamazonas, ofrecen alternativas de salud que abordan superficialmente temas relacionados con medicina natural. En el espacio "Doctor 7/Salud," se presentan terapias, consejos y prácticas alimenticias basadas en medicina natural. No obstante, no son abordadas con la profundidad, precaución ni el respaldo de datos científicos sólidos.

En cuanto a Ecuavisa, hacia un nuevo estilo de vida tiene años de ser transmitido pero su conductor es un médico alópata, y su perspectiva de la salud tiene otro contexto.

En cuanto a otros canales, se advierte que posterior a las 23 horas, se difunden testimonios pagados los cuales exponen los veneficios de diversos productos para la cura de ciertas patologías, con la premisa que son cien por ciento naturales.

En radio, medio que se encuentra más cercano al público, durante el monitoreo de sus propuestas, los resultados son más preocupantes, reflejando un incumplimiento de los principales objetivos que son orientar y educar a la sociedad, poniendo a consideración del radioescucha, emisiones contratadas para la venta de productos y sobre todo espacios de medicina tradicional, financiados por charlatanes o supuestos profesionales que son los responsables de generar en la ciudadanía esa percepción que la naturopatía tiene que ver con prácticas relacionadas con la brujería.

Con relación a la prensa, dejó de tener una marcada influencia como hace 20 años, donde causaba una gran incidencia en la opinión de la gente; en tal virtud, aunque en el presente trabajo investigativo se habla de los medios de comunicación masiva, consideramos que la prensa-escrita es ahora de carácter alternativo, pues ese vacío lo llenan los portales web de radio y televisión que han incorporado el contenido escrito.

Hablar de redes sociales, no está contemplado en el presente trabajo investigativo, y es que hace 10 años, las facultades de comunicación dentro de su malla curricular, no le daban el interés en proyección que hoy en día tiene esta forma de interacción en el país y el mundo. Partiendo de esa premisa, si bien es cierto, en análisis de resultados nos referimos a ellos, no es posible incluirlos; de hecho, es menester, que la ley de comunicación en el país incluya artículos para regular contenidos que en muchos casos desorientan a la población.

El ITSMAS y sus departamentos de comunicación y sistemas, no han conseguido un correcto direccionamiento de sus redes, pues no basta con realizar transmisiones en vivo, pequeños segmentos de salud o la promoción de talleres. Su labor debería direccionarse a mantener una constante presencia con temas de interés generando una RETROALIMENTACIÓN con el público, IMPONIÉNDOSE como objetivo duplicar el número de seguidores en un año.

### **Preferencias de la ciudadanía en los medios**

Está claro que los productores de radio y televisión influyen en que puede elegir el público a la hora de encender sus dispositivos. Sin embargo, la falta de educación en un país subdesarrollado como el nuestro conlleva a una elección pobre en información prefiriendo programas basura. En ese sentido, en la dinámica actual de los medios de comunicación, se observa una marcada preferencia por la programación enlatada, (novelas, películas top shows entre otros). En detrimento de la educación en política, economía o medicina. Este fenómeno, evidente en canales como Teleamazonas, Ecuavisa y radios de carácter musical, plantea interrogantes sobre las elecciones de las familias ecuatorianas.

La educación, tanto formal como mediática, desempeña un papel fundamental en la formación de perspectivas y elecciones de la gente; tomando en cuenta que la inversión en educación en tratamientos alternativos que involucren a la naturaleza, es esencial para empoderar a la sociedad con el conocimiento necesario para decidir sobre su bienestar desde una perspectiva más integral.

Al comparar con países donde la medicina natural tiene una presencia más destacada en los medios, como Alemania o Suiza, se observa una mayor aceptación y adopción de prácticas basadas en la naturaleza. Estos países integran la medicina natural en su programación mediática, fomentando así un enfoque más equilibrado en el cuidado de la salud. La diferencia entre Ecuador y estos países se relaciona directamente con el nivel de educación y es un fenómeno que merece una atención crítica. La falta de instrucción en este ámbito limita las opciones de bienestar de los ecuatorianos y restringe el acceso a enfoques más holísticos, por lo que es esencial promover un cambio en las preferencias mediáticas y fomentar la inclusión de programas educativos que aborden la medicina natural con el objetivo de enriquecer las opciones de bienestar de nuestra población.

### **Ventajas de un espacio de medicina natural**

Analizadas ambas perspectivas, podemos decir que la ausencia de un programa de estas características da lugar a la difusión de información incorrecta o engañosa sobre esta forma de medicina. La falta de supervisión adecuada y la presentación no rigurosa de los hechos descredita a la medicina natural, lo que, a su vez, desemboca en desinformación

Por lo tanto, sería de vital importancia para Ecuador crear un espacio especializado, capaz de proporcionar información precisa y respaldada por evidencia sobre los beneficios y riesgos del uso de terapias complementarias, Consolidándola como una opción de tratamiento legítima y respetada, en lugar de ser una práctica marginal.

Otro aspecto por analizar es que, al realizar una correcta difusión, impulsaría la investigación y el desarrollo de la medicina natural en Ecuador. Ya que podrían descubrirse nuevos enfoques y terapias que ayuden a la población ecuatoriana, abriendo la puerta a la innovación y la mejora continua en el ámbito de la salud.

Algunas ventajas de contar con un espacio especializado en medicina natural en los medios de comunicación incluyen:

Proporcionar información precisa y actualizada:

Dado que la medicina natural evoluciona con el tiempo, es esencial que la información ofrecida al público esté respaldada por la evidencia científica más reciente y las mejores prácticas en el campo.

Evitar el uso excesivo de fármacos:

Sabemos que las grandes transnacionales invierten fuertes sumas de dinero en publicidad. Una correcta orientación permitirá que el público entienda que puede encontrar alternativas y limitar el uso de medicamentos de laboratorio solo en casos excepcionales

Desmitificar la medicina natural:

La contratación de espacios conducidos por supuestos profesionales, nos han relacionado con prácticas inequívocas considerándose en muchas ocasiones que la naturopatía tiene que ver con la brujería.

Contribuir a una cultura de salud integral:

La medicina natural es solo una parte de la atención médica. La creación de un espacio especializado podría fomentar una cultura de salud integral que incluya tanto la medicina convencional como la medicina natural, permitiendo a la ciudadanía tomar la mejor decisión.

Finalmente, para cerrar el presente capítulo, hemos de referirnos a una apreciación que coinciden nuestros entrevistados, y es la falta de unión. La asociación de naturópatas del Ecuador (A.P.N.E), no ha sido capaz de generar unidad entre los profesionales, permitiendo una competencia que va en desmedro de un objetivo común; inclusive los institutos que ofertan carreras de esta índole, promueven una rivalidad entre docentes y estudiantes, prueba de ello es que con la finalidad de incrementar los criterios en el análisis de resultados, se tomó contacto con el Instituto Superior Tecnológico Consulting Group Ecuador antes esculapio, quienes luego de conocer de donde provenía este requerimiento negaron el acceso a una entrevista con cualquiera de sus docentes, demostrando una falta de empatía y apoyo a la investigación sobre temas cruciales para la naturopatía.

## **PROPUESTA DE PROGRAMA VÍA SALUD**

El programa vía salud, espacio informativo y de entrevistas, producido por el instituto tecnológico universitario Misael acosta Solís, aborda 3 aristas fragmentadas dentro de 60 minutos semanales:

### **El ITSMAS INFORMA**

Con el objetivo de difundir las diversas funciones que realiza el instituto a nivel local y nacional en el ámbito académico y de la salud, el departamento de comunicación proporcionará a la producción todos los boletines que desde allí sean emitidos, de manera que El presente segmento informará en un lapso de 10 minutos aproximadamente, tanto a estudiantes como público en general, los talleres, ferias de salud, simposios y otras actividades de gran interés, que se realizarán en las próximas semanas. En ese sentido no solo se limitará a publicaciones a través de correo electrónico, Facebook Instagram, tiktok entre otras redes, abarcando un espectro mayor de público que reciban dicha información.

### **Dialogo con el invitado de hoy**

En los siguientes 20 minutos el programa vía salud expondrá una temática la cual será abordada de manera profesional con un experto en medicina natural, pudiendo ser esta una patología o la exposición de una técnica para tratar determinada dolencia. Aquí consultaremos al entrevistado sobre el origen de esta, sus causas y la propuesta de tratamiento, siempre dándole prioridad a la medicina natural. durante este tiempo el conductor del espacio expondrá también las diferentes inquietudes que lleguen desde el público, proponiendo de esta manera una retroalimentación generando una interacción donde la gente podrá entender mejor ciertos tratamientos, pudiendo inclusive aprender cómo prevenir desde casa algunas enfermedades.

## **LOS PROTAGONISTAS**

(VOSES QUE MERECE SER ESCUCHADAS)

En los siguientes 20 minutos se presentarán reportajes y diálogos en vivo con emprendedores, quienes posterior a obtener su título en naturopatía, ejercen la medicina natural desde sus provincias; ellos nos expondrán sus experiencias, técnicas que más emplean y nuevos proyectos dentro de este ámbito. Será una plataforma a través de la cual tanto el instituto como el emprendedor seguirán manteniendo los estrechos y el intercambio de conocimientos, demostrando que existe unidad en quienes practican la medicina complementaria.

Dentro del segmento también se enmarcan diferentes proyectos elaborados por los estudiantes los cuales bajo la dirección de profesores y tutores elaboren productos, realicen casas abiertas o vinculación a la comunidad durante su carrera.

Finalmente, en lo que tiene relación a la planificación, se recomienda estructurar un cronograma por adelantado, de mínimo cinco programas con sus respectivos contenidos.

## 7. CONCLUSIONES

En Ecuador existe un extenso conocimiento en cuanto a medicina natural se refiere; los medios de comunicación tienen como objetivo la orientación de la sociedad sin embargo una programación y material publicitario de calidad precaria, puede poner en peligro la confiabilidad.

El lenguaje inapropiado, la información sesgada, y el enorme poder económico de laboratorios farmacéuticos, constituye una amenaza para la naturopatía; entonces la comunicación en este sentido debe verse como un importante desafío a tomar.

Tanto radio como televisión son un negocio; y desde esa idea, los especialistas en terapias complementarias deben indagar el camino adecuado para llegar al público; no se trata de vender una idea, sino, utilizar los recursos correctos demostrando que las técnicas empleadas son efectivas.

La falta de regulación en el país es un obstáculo para su desarrollo y difusión; y aunque la ley de comunicación exige que los periodistas que lleven a cabo espacios especializados sobre economía política y salud tengan título en las áreas antes mencionadas, la ausencia de un marco legal que convine estas prácticas dificulta la garantía de la calidad y seguridad de los tratamientos, así como la protección de los que llegan a consulta.

Quienes creemos que el paciente debe ser visto de forma holística, enfrentamos grandes desafíos para la integración con los profesionales alópatas. La escasa interacción mutua entre ambos sistemas de atención de salud dificulta la colaboración y el intercambio de conocimientos, lo que limita las posibilidades de ofrecer una atención completa. Y para acrecentar esta brecha, la insipiente unión de naturópatas, instituciones superiores y estudiantes nos muestra como un sector reducido.

El programa VÍA SALUD, espacio propuesto en el capítulo de discusiones, y sus respectivos segmentos, será el primero de muchos pasos que se tendrán que dar para hacer de la comunicación social una herramienta vital para mostrarnos ante el público receptor, no como una alternativa. Será la plataforma a través de la cual la enorme cosmovisión andina de

nuestro país, la sorprendente medicina ancestral china y las técnicas ayurvédicas, lleguen a más personas habidas de encontrarse con las mismas.

## **8. RECOMENDACIONES**

Es preciso que los profesionales de la medicina natural promuevan la difusión de información científica y veraz sobre los beneficios y riesgos de los tratamientos naturales, utilizando un lenguaje coloquial y respetuoso.

Los medios de comunicación deben contribuir a la difusión de información responsable sobre la medicina natural, evitando la promoción de tratamientos engañosos o peligrosos.

Los médicos alópatas y las instituciones académicas superiores tienen el deber de incrementar sus conocimientos, de manera que se ofrezca una atención integral a los pacientes, así como generar evidencia científica en la que se demuestre que las técnicas complementarias sean eficaces y seguras

Se recomienda a los lectores del presente artículo académico, realizar el piloto del programa vía salud y ponerlo a consideración de productores y directores de radio o televisión.

Finalmente es obligación del departamento de comunicación del ITSMAS, elaborar un estudio a cerca de las redes sociales, de manera que se pueda incrementar el número de seguidores y hacer de ellas una importante herramienta de difusión.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

1. cam basics. ¿Qué es la medicina complementaria y alternativa?. [Online].; 2024. Available from: <https://files.nccih.nih.gov/s3fs-public/informaciongeneral.pdf>.
2. Organización Mundial de la Salud. Medicina tradicional. [Online].; 2023. Available from: <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/traditional-medicine#:~:text=En%202022%2C%20con%20el%20apoyo,dedicado%20a%20la%20medicina%20tradicional>.
3. El proceso de incorporación de la medicina tradicional y alternativa y complementaria en las políticas oficiales de salud Lima; 2016.
4. Escuela Europea de Terapias y Bienestar. Qué es la naturopatía, para qué sirve y áreas de aplicación. [Online].; 2023. Available from: <https://escuelaterapiasbienestar.com/naturopatia-concepto-y-areas-actuacion/>.
5. Rubio Ferreres JM. Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. Gaceta de Antropología 25(1). 2009.
6. Organización Panamericana de la Salud - OPS. Ecuador refuerza articulación de medicina ancestral con el Sistema Nacional de Salud en encuentro “Juntos, curando el cuerpo y sanando el espíritu”. [Online].; 2022. Available from: <https://www.paho.org/es/noticias/31-10-2022-ecuador-refuerza-articulacion-medicina-ancestral-con-sistema-nacional-salud>.
7. La incorporación de terapias naturales en los servicios de salud.
8. Instituto Nacional del Cáncer. Medicina complementaria y alternativa. [Online].; 2022. Available from: <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/tratamiento/mca>.

9. de la Mata Ruiz I, Ortiz Lobo A. Industria Farmacéutica y Psiquiatría. Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría no. 86. 2003 abr./jun. .
10. Análisis de las parrillas de programación de los canales de televisión de cobertura nacional del Ecuador, a un año de la Ley de Comunicación Loja: UTPL; 2015.
11. Pereyra-Elías R, Fuentes Delgado D. Medicina Tradicional versus Medicina Científica ¿En verdad somos tan diferentes en lo esencial? Acta méd. peruana v.29 n.2. 2012 abr./jun..
12. Molvinger A. Marketing emocional: definición y ejemplos de campañas emocionales. [Online].; 2022. Available from: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-emocional-estrategia-marca>.
13. Bloque D. Las 5 cadenas de farmacias más grandes del mundo: un análisis en profundidad. [Online].; 2023. Available from: <https://pharmaoffer.com/es/blog/the-top-5-largest-pharmacy-chains-in-the-world-a-comprehensive-overview/>.
14. Salud y Fármacos. El Expreso.ec. [Online].; 2013. Available from: <https://www.saludyfarmacos.org/lang/es/boletin-farmacos/boletines/nov2013/p42526/>.
15. National Center for Complementary and Integrative Health (NCCIH). Salud complementaria, alternativa o integral: ¿Qué hay detrás de estos nombres? [Online].; 2021. Available from: <https://www.nccih.nih.gov/health/espanol/salud-complementaria-alternativa-o-integral-que-significan-estos-terminos>.

## 10. ANEXOS

### Anexo 1: Entrevistas

Alejandro Gómez

<https://www.youtube.com/watch?v=NkuOe4ZE02Y&t=365s>



Cristian Salinas

<https://www.youtube.com/watch?v=y4L6p3-5nNI&t=505s>



Cristian Sánchez

[https://www.youtube.com/watch?v=I\\_4yqKXnctc&t=510s](https://www.youtube.com/watch?v=I_4yqKXnctc&t=510s)



Julio Vicencio

<https://www.youtube.com/watch?v=YdokiFA7YE>



## **Anexo 2: Formato de entrevista**

1.- Considera usted que en radio o televisión existen espacios dedicados a la medicina natural?

2.- Según el presente estudio hay muy pocos programas dedicados a la medicina natural en radio y televisión, ¿Cuál considera usted que sean las causas?

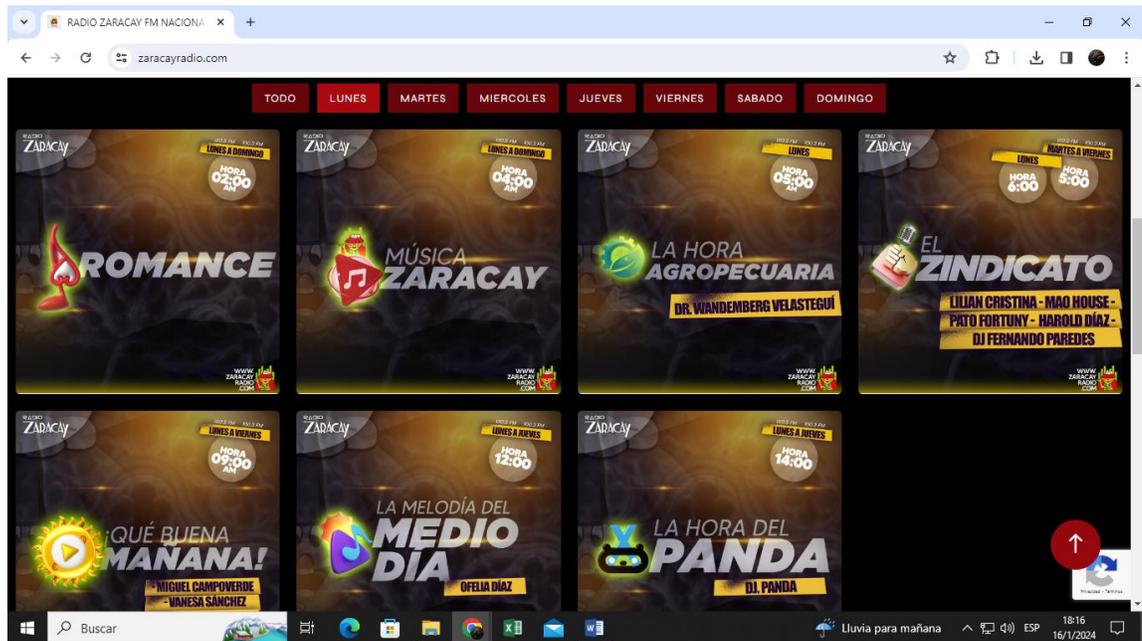
3.- ¿Cuál considera usted que sea la influencia de las grandes farmacéuticas para q la difusión de los productos de origen natural no tenga tanta presencia en el mercado ecuatoriano?

4.- ¿Cómo desmitificar el concepto que tiene la sociedad en cuanto a la medicina natural en el sentido que no tendría mucha eficacia?

5.- ¿Cuál sería su recomendación para que las terapias complementarias puedan ser difundidas a través de los medios de comunicación?

### Anexo 3: Lista de medios de comunicación más grandes del país

1	TOP 10 Cuenta de Concesionario	
2	Concesionario	Total
3	EMPRESA PUBLICA MEDIOS PUBLICOS DE COMUNICACION DEL ECUADOR - MEDIOS PUBLICOS EP	162
4	CADENA ECUATORIANA DE TELEVISION C.A. CANAL 10 CETV	37
5	CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A	31
6	TELECUATRO GUAYAQUIL C.A.	30
7	ASAMBLEA NACIONAL	29
8	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	26
9	COMPAÑIA TELEVISION DEL PACIFICO TELEDOS S.A. EN LIQUIDACION	26
10	RADIO HIT S.A.	23
11	SONORAMA S.A.	17
12	ECUASERVIPRODU S.A.	17
13	RELAD S.A.	16
14	RADIO CARAVANA S.A.	15
15	TELEVISION ECUATORIANA TELERAMA S.A.	14
16	SISTEMAS GLOBALES DE COMUNICACION HCGLOBAL S.A.	14
17	FUNDACION RADIO MARIA	14
18	JCBRUJA BACKLIKE S.A.	14
19	FUNDACION ECUATORIANA JUAN PABLO II	13
20	TELEVISORA NACIONAL COMPAÑIA ANONIMA TELENACIONAL C.A.	11
21	RADIO COLON C.A.	11
22	MINISTERIO DEL INTERIOR - COMANDANCIA GENERAL -PLANTA CENTRAL	11
23	CORPORACION ECUATORIANA DE TELEVISION C.LTDA.	11



## Radio Zaracay

**Programacion Quito**

A Filo De Cama – 6:00 a 8:00 Lunes a Viernes	Radiación Temprana – 08:00 a 10:30 Lunes a Viernes	Canela Hot Break – 10:30 a 12:00 Lunes a Viernes	Vagos con suerte – 14:00 a 16:00 Lunes a Viernes
Radiación temprana entre panas – V: 16:00 a 18:00 Lunes a Viernes	El Show de Josema, Paquirri y el Shafo – 16:00 a 18:00 Lunes a Viernes	Energía Cuántica – 18:00 a 20:00 Lunes a Viernes	Habitantes de la noche – 20:00 a 22:00 Lunes a Viernes
Sonidos de la pacha mama – 06:00 a 08:00 Fin de semana	Señora Cumbia – 08:00 a 10:00 Fin de semana	Energía Cuántica – 18:00 a 20:00 Fin de semana	45 Revoluciones – 12:00 a 14:00 Fin de semana

## Radio Canela

Horario	Programa	Dirigido por
6:00 – 9:00	A primera hora	Con Fabricio Vela y Belkis Sánchez
9:00 – 10:00	Compartiendo	Con Gabriel y Carolina Espinosa de los Monteros
10:00 – 10:05	5 Minutos Sonorama	
10:05 – 11:00	Compartiendo	Con Gabriel y Carolina Espinosa de los Monteros
11:00 – 11:05	5 Minutos Sonorama	
11:05 – 12:00	Sonodeportes	Con Lenin Romero, Carlos Castro, Paúl López y Katherine Altamirano.
12:00 – 12:05	5 Minutos Sonorama	
12:05 – 13:00	Sonodeportes	Con Lenin Romero, Carlos Castro, Paúl López y Katherine Altamirano.
13:00 – 13:15	Cuarto de hora Sonorama	
13:15 – 14:00		Con Lenin Romero, Carlos Castro, Paúl

# Radio Sonorama

The screenshot shows the website [publicafm.ec/programacion/](http://publicafm.ec/programacion/) with a yellow header labeled "Programación". Below the header, there are tabs for the days of the week: LUNES (highlighted in green), MARTES, MIÉRCOLES, JUEVES, VIERNES, SÁBADO, and DOMINGO. The main content area displays a grid for Monday (LUNES) with the following schedule:

Time	Program	Description
00H00	MÚSICA	Música Variada
07H00	NOTICIAS 7	Noticias 7
08H00	PANORAMA 593	Panorama 593

The bottom of the image shows a Windows taskbar with the search bar, system tray, and date/time (18:07, 16/1/2024).

# Radio Pública

The screenshot shows the website [radio-publica.com/](http://radio-publica.com/) with a white header. Below the header, there are tabs for the days of the week: LUNES A VIERNES (highlighted with a red underline), SÁBADO, and DOMINGO. The main content area displays a grid of program slots for Monday to Friday (LUNES A VIERNES):

Time	Program	Days
6:00 <sup>am</sup>	24 HORAS TELEAMAZONAS...	LUNES A VIERNES
7:00 <sup>am</sup>	LA MANANA (CURRENT SHOW)	LUNES A VIERNES
9:00 <sup>am</sup>	HABLANDO FUERTE	LUNES A VIERNES
10:00 <sup>am</sup>	RTP MÚSICA	LUNES A VIERNES
12:00 <sup>pm</sup>	FUTURO EN ACCIÓN	LUNES A VIERNES
1:00 <sup>pm</sup>	RTP MÚSICA	LUNES A VIERNES
1:25 <sup>pm</sup>	24 HORAS TELEAMAZONAS...	LUNES A VIERNES
2:00 <sup>pm</sup>	ÉXITOS ¡ROOM! (Escúchala en Radio Pública)	LUNES A VIERNES
5:00 <sup>pm</sup>	LAS COSAS COMO SON	LUNES A VIERNES

The bottom of the image shows a Windows taskbar with the search bar, system tray, and date/time (21°C, Nublado, 16/1/2024).

# Teleamazonas

Canal TC Televisión

gatotv.com/canal/tc\_television

Horarios de Programación		
Hora Inicio	Hora Fin	Programa
<b>Mañana</b>		
00:00	01:00	Iglesia Universal
01:00	02:00	Salvaje Oeste
02:00	03:00	El noticiero dominical
03:00	04:00	Educa
04:00	04:30	Kandela
04:30	05:00	Iglesia Universal
05:00	05:15	José de los Santos
05:15	05:40	Yo Amo a Lucy
05:40	07:00	DespiérTC
<b>Mañana</b>		
07:00	08:30	El noticiero I
08:30	10:00	Entre ellas
10:00	11:30	De Casa en Casa
11:30	12:30	Yeter
<b>Tarde</b>		
12:30	14:00	El noticiero II
14:00	15:00	Después de el noticiero
15:00	16:15	Flor salvaje
16:15	17:30	Maricucha
17:30	19:00	Soy el mejor

Disponibilidad		
Claro	Claro TV Satelital	
DIRECTV	DirectV Latinoamérica	Canal 181
	Inter Satelital	Canal 3046
Claro	Claro Ecuador	Canal 10
	TV Cable Ambato, Ecuador	Canal 10
	TV Cable Cuenca, Ecuador	Canal 7
	TV Cable Ecuador	Canal 702
	TV Cable Guayaquil, Ecuador	Canal 10
	TV Cable Ibarra, Ecuador	Canal 7
	TV Cable Loja, Ecuador	Canal 7
	TV Cable Machala, Ecuador	Canal 13
	TV Cable Manta, Ecuador	Canal 7
	TV Cable Portoviejo, Ecuador	Canal 7
	TV Cable Quito / Santo Domingo, Ecuador	Canal 10
	TV Cable Riobamba, Ecuador	Canal 5
	TV Cable Salinas / Libertad, Ecuador	Canal 7
	TV Cable Tulcán, Ecuador	Canal 8

21°C Nublado 13:43 15/1/2024

# Canal Tc televisión

Programación - Ecuador TV

ecuadortv.ec/programacion/

## Programación

LUNES MARTES MIÉRCOLES JUEVES VIERNES SÁBADO DOMINGO

01H00	VENTAS POR TELEVISIÓN	Ventas por televisión	C (Apto solo para personas adultas)
04H00		Doctor 7 / Salud Humana	A (Apto para todo público) F (Formativo - Educativo)
05H00		El Mundo al Día	A (Apto para todo público) I (Informativo)

15°C Bruma 18:08 16/1/2024

CONTACTANOS

# Ecuador TV

Canal Gamavisión

gatotv.com/canal/gamavision

Horarios para hoy

Horarios de Programación

Hora Inicio	Hora Fin	Programa
<b>Madrugada</b>		
00:00	06:00	Programación reprise
<b>Mañana</b>		
06:00	08:00	Gamanoticias matinal
08:00	09:00	EDUCA
09:00	10:00	Ruta latitud 0°
10:00	11:00	Esta es mi canción
11:00	11:30	El reportero
11:30	12:00	El encanto de Japón, el país del Sol naciente
<b>Tarde</b>		
12:00	13:00	Puro Teatro
13:00	13:30	DW Noticias
13:30	14:00	El encanto de Japón, el país del Sol naciente
14:00	14:30	Los protagonistas
14:30	15:30	Ruta latitud 0°
15:30	16:30	Amor y prejuicio
16:30	17:30	Puro Teatro
17:30	19:00	La casa BLN
<b>Noche</b>		
19:00	20:00	Gamanoticias estelar

DIRECTV DirecTV Latinoamérica Canal 183  
 Inter Satelital Canal 3044  
 Ecuador  
 Claro Ecuador Canal 8  
 TV Cable Ambato, Ecuador Canal 12  
 TV Cable Cuenca, Ecuador Canal 9  
 TV Cable Guayaquil, Ecuador Canal 8  
 TV Cable Ibarra, Ecuador Canal 6  
 TV Cable Loja, Ecuador Canal 11  
 TV Cable Machala, Ecuador Canal 9  
 TV Cable Manta, Ecuador Canal 11  
 TV Cable Portoviejo, Ecuador Canal 11  
 TV Cable Quito / Santo Domingo, Ecuador Canal 2  
 TV Cable Riobamba, Ecuador Canal 9  
 TV Cable Salinas / Libertad, Ecuador Canal 11  
 TV Cable Tulcán, Ecuador Canal 12

HV-DCDC for eMobility  
 Infineon  
 Learn More

Buscar  
 Lista de seguimiento  
 ESP  
 18:11  
 16/1/2024

# Canal Gamavisión

**TOP 10 MARCAS FARMACÉUTICAS MÁS VALIOSAS 2023**

<p>1 ← </p> <p><b>Johnson &amp; Johnson</b></p> <p>EUR 12,3 mm</p>	<p>2 ← </p> <p><b>Roche</b></p> <p>EUR 8,2 mm</p>	<p>3 ← </p> <p><b>Pfizer</b></p> <p>EUR 6,0 mm</p>	<p>4 ↑ </p> <p><b>MERCK</b></p> <p>EUR 5,6 mm</p>	<p>5 ↓ </p> <p><b>AstraZeneca</b></p> <p>EUR 5,4 mm</p>
<p>6 ↓ </p> <p><b>BAYER</b></p> <p>EUR 5,3 mm</p>	<p>7 ↑ </p> <p><b>Bristol Myers Squibb</b></p> <p>EUR 4,2 mm</p>	<p>8 ↑ </p> <p><b>sanofi</b></p> <p>EUR 4,0 mm</p>	<p>9 ↑ </p> <p><b>Lilly</b></p> <p>EUR 3,7 mm</p>	<p>10 ↓ </p> <p><b>abbvie</b></p> <p>EUR 3,7 mm</p>

Brand Finance Fuente: Brand Finance Healthcare 2023 brandirectory.com/healthcare