



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN

TEMA:

LEGALIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA
PROVINCIA DE LOS RÍOS AL 2023.

AUTOR:

CORONEL JARAMILLO JORGE ENRIQUE

TUTOR:

MSC. SALAMEA LIMONES VICTORIA

BABAHOYO - ECUADOR

2023

Dedicatoria

El presente Estudio de Caso se lo dedico a mi padre celestial, forjador de mi camino, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera.

A mis padres, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mí una mejor persona

A mis hermanas y sobrinos por su amor, palabras de aliento y compañía, a mis compañeros, amigos, maestros y todas aquellas personas que de una u otra manera han aportado y contribuido para el logro de mis objetivos.

Agradecimiento

El principal agradecimiento a Dios quien me ha ayudado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante.

A mis padre y familia por su comprensión y estímulo constante, además su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios, a mi madre por siempre acompañarme en cada larga y agotadora noche de estudio, a mi padre por siempre desear y anhelar lo mejor para para mi vida, gracias por ser mi motor de vida para conseguir cada una de mis metas.

Gracias a la vida por este nuevo triunfo y a todas las personas que de una u otra forma me apoyaron y creyeron en mí en la Realización de este Estudio de Caso.

Resumen

Los canales de comunicativos han marcado un hito importante dentro de la sociedad, son parte del día a día del ser humano, ya que cumplen el rol de mantenerlo informado de cada uno de los acontecimientos que suceden a su alrededor, es por esta razón que, mediante este estudio de caso, se pretende promover la legalización de los medios de comunicación en la provincia de los Ríos hasta 2023. A través de un estudio cualitativo, se analizó los distintos puntos de vista de los expertos en el tema, lo que generó confianza al momento de realizar la aplicación de las técnicas investigativas, como la encuesta.

Luego de una exhaustiva búsqueda de la información, se llegó a determinar que estas zonas noticiosas no precisamente tienen que estar legalmente reconocidas para denominarse fuentes de confianza, al contrario, existen plataformas que no cumplen con todos los estándares pero que sin embargo operan reconocidamente. La falta de control de las instituciones reguladoras, hace que en muchas de las ocasiones se tergiverse el contenido informativo.

Palabras claves: comunicación, medios, legalización, información.

Abstract

Communication channels have marked an important milestone within society, are part of the daily life of the human being, since they play the role of keeping him informed of each of the events that happen around him, it is for this reason that, through this case study, it is intended to promote the legalization of the media in the province of Los Ríos until 2023. Through a qualitative study, the different points of view of the experts in the subject were analyzed, which generated confidence when carrying out the application of investigative techniques, such as the survey.

After an exhaustive search for the information, it was determined that these news zones do not have to be legally recognized to be trusted sources, on the contrary, there are platforms that do not meet all the standards but that nevertheless operate recognizably. The lack of control of regulatory institutions means that information content is often misrepresented.

Keywords: communication, media, legalization, information

Índice

Portada	
Dedicatoria.....	i
Agradecimiento	ii
Resumen.....	iii
Abstract.....	iv
Índice.....	v
1. CONTEXTUALIZACIÓN.....	7
1.1 Planteamiento Del Problema.....	7
1.2 Justificación	9
2. DESARROLLO.....	11
2.1 Marco Conceptual.....	11
2.2 Marco Metodológico	21
2.3 Resultados	22
3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	26
3.1 Conclusiones	26
3.2 Recomendaciones	26
4. REFERENCIAS Y ANEXOS	29
3.4 Referencias.....	29
Anexos	6

1. CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 Planteamiento del problema.

La era digital ha revolucionado el mundo de la comunicación, y con ello, ha surgido la necesidad de regular el registro y acreditación de los medios comunicacionales digitales. En el Ecuador, la (LOC) y su Reglamento General establecen los requisitos para el posicionamiento de los ya mencionados ante la (SECOM). Sin embargo, la falta de cumplimiento de estos parámetros por parte de algunas entidades ha generado un vacío legal que puede afectar tanto la calidad de la información que se brinda como la competencia justa entre los canales comunicativos.

En la actualidad, la crisis de los medios de comunicación es un problema global que afecta significativamente a diversas comunidades, especialmente aquellas pequeñas y de bajos recursos económicos. La falta de legalización de estos y la escasez de oportunidades laborales para nuevos comunicadores profesionales, reducen la posibilidad de generar contenido atractivo y veraz para los espectadores.

En Latinoamérica, el proceso de registrar un medio de comunicación puede presentar desafíos en varias regiones debido a una serie de factores políticos, legales y sociales. Algunas de las zonas que históricamente han experimentado retos en este sentido incluyen:

Venezuela: las restricciones a la prensa y la falta de independencia judicial pueden dificultar el registro y funcionamiento de medios de comunicación independientes. El gobierno ha ejercido control y ha implementado leyes que limitan la libertad de expresión.

Cuba: tiene un sistema estatal y el acceso a la información está fuertemente controlado por el gobierno. La legalización puede ser extremadamente complicada y a menudo se enfrentan a represión.

Nicaragua: el derecho de prensa ha estado bajo presión en los últimos años debido a restricciones gubernamentales y la situación política en el país. Esto puede hacer que el proceso de registro y operación de medios independientes sea desafiante.

En estos países, la violencia y la inseguridad pueden representar un desafío para los periodistas y medios de comunicación, lo que puede afectar el proceso de acentuación y manejo.

México y Colombia: tienen una prensa libre a nivel nacional, en algunas regiones del país, especialmente en áreas afectadas por la violencia del crimen organizado, los periodistas pueden enfrentar amenazas y riesgos que dificultan su trabajo.

La validez y certificación de nuevos medios y sus colaboradores, se adaptarán en temas controvertidos, pues muchos canales informativos emergentes se enfrentan al cierre o bloqueo debido a su falta de legitimación y cumplimiento de estándares comunicativos. La ausencia de un círculo legal es un factor recurrente que desalienta a muchos comunicadores a seguir en este campo.

En el caso específico de Ecuador, el manejo de información se vuelve conflictivo debido a: la intervención gubernamental, la influencia de partidos políticos y la manipulación, por tanto, el asentamiento legal de estos recursos, es un asunto muy complejo, particularmente se produce por poder de los ya conocidos o establecidos, lo que dificulta el surgimiento de nuevos. Una de las consecuencias es que se enfrentan al cierre, esto se ve ocasionado por no cumplir con todos los estándares que exige la ley, en el Ecuador, no se encuentra datos específicos del número de medios que se encuentran fuera de RPM.

La falta de legalización, contribuye a la crisis de los medios de forma en que la información termina siendo poco clara y carente de veracidad, además de que sin un marco legal adecuado, los derechos del autor terminan vulnerabilizados lo que puede llevar a los mismos al desinterés de inversión en contenido de mayor calidad, perdiendo transparencia y posibles inversores y patrocinadores.

1.2 Justificación.

El proyecto de investigación se centra en las dificultades y desafíos que enfrentan los medios de comunicación, específicamente en la legalización de los mismos. Su objetivo principal es promover la legitimización de estos recursos en la provincia de Los Ríos hasta 2023, abordando diversas dimensiones fundamentales, como: los procedimientos necesarios para llevarla a cabo, los factores internos y externos que afectan a los comunicadores y las medidas de actuación requeridas para lograr el establecimiento de estos.

Según un estudio, realizado por (Gómez, 2019) se determinó que dentro de la provincia de los Ríos, existían hasta ese entonces 18 medios que se encontraban debidamente registrados, según datos de la CORDICOM. Entre estos se encontraban algunas radios, prensa escrita, televisión y portales informativos en internet, adicional a esto se encontró que no existía ninguna sanción para los que no cumplían los parámetros legales. Por lo tanto, se puede considerar a esto, una falla de las instituciones encargadas.

Esta investigación beneficiará a futuros profesionales del área, que enfrentan adversidades para crear sus propios canales e informar al público, evitándoles problemas legales y estableciendo pautas claras para su correcta acentuación. Se identificarán las fortalezas y debilidades de estas sociedades informativas y se proporcionarán estrategias y orientación para aquellos que deseen liderar en el campo. Además, se contribuirá con nuevos datos poco disponibles para estudiantes

de la carrera de comunicación social que deseen incursionar en la creación de sus propias plataformas. Así mismo, el estudio enriquecerá profesionalmente a los prósperos licenciados de la malla, ya que permitirá interiorizar y aportar conocimientos basados en estudios previos y los diferentes aspectos aprendidos a lo largo de su formación. Esto ampliará las oportunidades de mejora con la que los sujetos interesados pueden establecerse y crear nuevos canales informativos.

1.3 Objetivos.

Objetivo general.

Proponer la legalización de los medios de comunicación en la provincia de los Ríos hasta 2023.

Objetivos específicos.

- Identificar los procedimientos necesarios para llevar a cabo la legalización de los medios de comunicación, recurriendo a varias fuentes investigativas para apoyo y desarrollo del tema.

- Describir los factores internos y externos que afectan a los comunicadores en relación con la legalización de los medios de comunicación en la provincia de Los Ríos hasta 2023.

1.4 Línea de investigación

El presente estudio de caso, es de vital relevancia para los jóvenes estudiantes de la Carrera de Comunicación, debido a que, gracias a este, se podrá conocer las ventajas y desventajas de tener un medio legalizado, también se darán pautas a la hora de realizar el respectivo paso legal. La investigación está relacionada directamente con la línea de la carrera “gestión de la comunicación”. Enlazándose con la sub-línea “comunicación pública, organizacional y política”. Todo esto en la materia de Estudios de audiencia y recepción.

2. DESARROLLO

2.1 Marco conceptual.

En el Ecuador, la regulación y registro de los medios de comunicación se encuentra establecida en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) y su Reglamento General, los cuales establecen los requisitos necesarios para que un medio de comunicación ya sea tradicional o digital, pueda operar legalmente en el país.

En el caso específico de los medios de comunicación digital, la SECOM es la entidad encargada de otorgar la acreditación correspondiente, la cual es necesaria tanto para el medio como para los comunicadores sociales que trabajan en él.

No obstante, a pesar de la existencia de esta regulación, aún existen medios de comunicación digitales que operan sin cumplir con los requisitos establecidos, lo cual puede generar problemas de legalidad y calidad en la información que se difunde.

En el año 2016, la Defensoría del Pueblo del Ecuador realizó un estudio denominado "El cumplimiento de los requisitos para la creación y operación de medios de comunicación en el Ecuador", en el cual se analizó el proceso de registro y acreditación de medios de comunicación, así como los criterios utilizados por la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM) para otorgar la acreditación a los comunicadores sociales.

Otra investigación relevante es la realizada por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), en colaboración con la Fundación Friedrich Ebert, sobre el panorama actual de los medios de comunicación en Ecuador. Este estudio se enfocó en analizar el papel de los medios en la sociedad ecuatoriana, incluyendo el proceso de registro y acreditación de medios digitales.

A pesar de que existen algunas investigaciones previas en este ámbito, es importante continuar analizando el cumplimiento de los requisitos para el registro y acreditación de medios de comunicación digitales en Ecuador, especialmente en el contexto actual de la era digital y la creciente importancia de los medios en la sociedad.

Por tanto, resulta importante realizar una investigación acerca de los requisitos para el registro de un medio de comunicación digital en Ecuador, con el fin de analizar el cumplimiento de los mismos por parte de los medios digitales existentes y las posibles consecuencias legales y de calidad que puedan derivarse de su incumplimiento.

En este sentido, esta investigación se enfocará en identificar y analizar los requisitos legales necesarios para el registro y acreditación de los medios de comunicación digital en el Ecuador, así como en examinar el cumplimiento de dichos requisitos por parte de los medios digitales existentes.

Como resultado, se espera obtener un panorama claro y actualizado de la situación de los medios de comunicación digitales en el país, así como de las implicaciones legales y de calidad que se derivan de su operación sin cumplir con los requisitos establecidos por la ley.

Para el desarrollo del tema, se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos relacionado a los medios de comunicación.

¿Qué es un medio de comunicación?

Para (Dominguez, 2012), los medios de comunicación son de suma importancia para los habitantes a nivel mundial, que en muchas ocasiones, produce dificultad debido a distancia, sin embargo no es un impedimento. Por otro lado (Bajaña, 2018) dice que: los medios de comunicación deben ver más allá de la noticia, la información periodística que se divulgue debe contar de credibilidad logrando la verdadera democratización de la información, la gente busca una conexión social directa con el medio. Dentro de su investigación habla acerca de los medios digitales especializados en la transmisión de la información sin embargo, se refiere a estos como un todo, no estaría demás acotar que esta definición no solo hace hincapié a los sistemas de la información dentro de los canales informativos, se debería propagar su definición evitando así futuras confusiones.

(San Marín & Marquéz, 2015) Los definen como una necesidad de interacción con individuos de la misma clase o que posean las mismas características, en la actualidad, muy aparte del tema de interés, el contenido circula de página en página, haciendo que la información se propague de una manera increíble en cuestión de segundos, independientemente de que si esta sea verdadera o falsa. Según (milenium, 2023) Al igual que los edificios, oficinas y casas, los medios informativos requieren de una dirección particular para que los usuarios puedan acceder a la información contenida en ellos.

Los medios de comunicación en nuestra sociedad, han sido conceptualizados por el sentido común como herramientas que permiten difundir diversos sucesos sociales. Esta conceptualización acompañada con una serie de anuncios sobre su objetividad, neutralidad y función de trasmisión de eventos de la “realidad” social, los ha dotado de un fuerte poder de influencia sobre la creación

de opinión pública, debate público, imaginarios sociales, discursos sociales y sobre las actuaciones de las personas.

La evolución de los medios de comunicación se remonta a épocas antiguas, donde la transmisión de información y noticias se realizó mediante métodos primitivos, como tambores, señales de humo y mensajeros. Sin embargo, un punto crucial en esta historia ocurrió con la invención de la imprenta en el siglo XV por Johannes Gutenberg. La posibilidad de producir libros y periódicos a gran escala democratizó el acceso a la información y promovió la difusión del conocimiento en la sociedad.

Con el avance de la tecnología, surgieron nuevos medios en el siglo XX, como la radio y la televisión, que llevaron la información y el entretenimiento a numerosos hogares en todo el mundo. Pero el cambio verdaderamente revolucionario llegó con Internet y la era digital. Esta transformación sin precedentes ha permitido un acceso inmediato a noticias, contenido y comunidades en línea, alterando la forma en que nos informamos y comunicamos de manera permanente.

En la actualidad, la convergencia de diversas plataformas y la rapidez de la información se han convertido en los medios de comunicación en una parte integral de nuestra vida cotidiana, ejerciendo una influencia significativa en la opinión pública y en cómo percibimos el mundo que nos rodea. Para ser específicos, se habla de los temas legales y demás factores que evitan que un medio sea reconocido por las entidades reguladoras del Ecuador como una zona confiable. En el país existen instituciones encargadas de la verificación e inscripción de los ya nombrados, lo que resulta interesante conocer es lo que hacen dichas sociedades al respecto.

Medios de comunicación en el Ecuador

Es relevante señalar que, en Ecuador, la Constitución garantiza tanto la libertad de expresión como la libertad de prensa, la cual según (Gallo, 2017), la influencia de ciertos temas, las personas cambian su manera de compartir contenido, pero estos no tienen tantas restricciones. Sin embargo, es fundamental que los medios de comunicación cumplan con las normas establecidas para operar de manera lícita y responsable en el país.

Cualquier contenido que infrinja las leyes vigentes o que promueva la desinformación y la difamación podría enfrentar consecuencias legales. Sin embargo, esto ha sido nada más que un simple protocolo en la mayoría de los casos, ya que el mismo derecho a la expresión, ha sido mermado por medios que se han consolidado dentro del estado nacional, provocando un freno para quienes están interesados en establecer un medio de comunicación con todas las bases legales correspondientes.

1. En el Ecuador existen 133 radios, 30 canales de TV y 57 impresos que vienen desde los medios matriciales o tradicionales.

2. Existe un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas.

3. Las provincias con mayor número de medios de comunicación digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro; la región Sierra es donde más medios se registran.

4. Se identifican provincias en donde no existen medios de comunicación digitales: Napo, Orellana, Zamora y Carchi. 5. Los principales ejes noticiosos en estos medios son: nacionales, política, internacional, deportes, entretenimiento, opinión, economía y negocios.

6. Un 70% de los medios del Ecuador actualiza diariamente sus contenidos informativos.
7. Los periódicos digitales, tanto matriciales como nativos digitales, son los que más cumplen.
8. La inmediatez en las radios y la televisión en línea se da en las transmisiones que realizan.
10. Los periódicos matriciales y digitales son los que más integran enlaces hipertextuales en la información que publican; canales de televisión, las revistas y las radios, en su gran mayoría no los integran.
11. La mayoría de los medios de comunicación, publica información en texto y fotos; el video insertado es la herramienta multimedia más usada; la transmisión de radio y televisión son las herramientas más usadas por las radios y los canales. (Rivera, 2013, pág. 117)

José Rivera, docente universitario, en su informe escrito en el año 2013, detalla la gran variedad de medios digitales existentes y los clasifica según su categoría, dando a entender que no solo redes sociales conforman este gran conjunto mediático. Se dedujo que, hasta este año, solo existían 220 medios digitales, de los cuales 34 medios son nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y 4 revistas. Para el año 2015, la lista de medios nativos digitales se había incrementado a 60, así lo publica Fundamedios.

De regreso a Ecuador, los 60 medios nativos digitales representan el 5% del total de los medios en el país, que según cifras oficiales son 1.148 entre privados, públicos y comunitarios. De los 60, el 68% de los medios de comunicación se concentra en Quito y Guayaquil. Allí se asientan los sitios con mayor presencia e impacto: La República, Plan V, Gkillcity, Ecuadorinmediato, Ecuador en vivo y otros medios que van tomando fuerza como La barra espaciadora, Mil Hojas, Focus, La Historia, entre otros.

(Morán, 2015), asegura lo siguiente. En ciudades como Puyo, Latacunga, Chone, Quevedo, Riobamba, Celica, Rocafuerte, Loja, Macas y Babahoyo, ha surgido un florecimiento de emprendimientos en el campo de los medios de comunicación. Estos medios especializados o radios online, aunque desconocidos para muchos, han desplegado esfuerzos valiosos para brindar información y contenidos de calidad.

Para el año 2015, los medios de comunicación han llegado a expandirse en una forma exuberante, convirtiéndose en una parte fundamental dentro de la cotidianidad del individuo, las personas necesitan de este sistema para mantenerse informado de lo que acontece a su alrededor, para esta época, todo mundo tenía por lo menos un radio, aunque sea portable en la esquina de su casa. Para el año 2018 aparecieron 83 medios nativos digitales, divididos entre las provincias de Pichincha, Los ríos y guayas, (Morejon & Zamora, 2019).

Hasta la actualidad, basado en datos del Registro público de medios (RMP), en el país aproximadamente, se puede encontrar 1504 medios registrados, entre privados, públicos y comunitarios, entre los cuales 143 son nativos digitales, gracias a las estadísticas brindadas con anterioridad se deduce que no es una situación que haya ido en declive, cada día es más fuerte la era digital y esta acompañará al ser humano hasta el final de sus días. Al comparar los datos de los años donde se presenta actividad de todas estas fuentes informativas, se nota que Los Ríos es una provincia que poco ha destacado en el ámbito en un principio, pero en estos últimos años, ha tenido un importante realce dentro de su comunidad, hasta el momento cuenta con aproximadamente 40 reconocidos por Registros Público de Medios.

Medios de comunicación en Los Ríos.

En la provincia de Los Ríos, Ecuador, se pueden encontrar una variedad de medios de comunicación que cumplen con la importante tarea de informar y conectar con la comunidad local. Estos medios abarcan distintos formatos y plataformas, ofreciendo una amplia gama de noticias, información y entretenimiento para los habitantes de la provincia. Entre ellos, se encuentran diversas estaciones de radio locales que ofrecen programas de noticias, música y servicios comunitarios, convirtiéndose en una fuente significativa de información para la población.

Así mismo, existen periódicos y publicaciones impresas que cubren los sucesos y eventos relevantes en la zona, requieren una visión detallada de los acontecimientos locales. Según (ARCOTEL, 2021) hasta el año 2021 se encontraron cerca de 35 medios de comunicación registrados a nivel de la Provincia de Los Ríos entre radios y televisoras. Hasta la actualidad, no se encuentra un número específico de medios de comunicación legalizados en el territorio.

Desventajas de que un medio de comunicación no esté legalizado.

Cuando un medio no se encuentra legalizado, prácticamente no se estaría hablando de un medio de comunicación como tal, sino más bien como una fuente o canal de divulgación, esto se debe a que, por el simple hecho de no cumplir los estándares legales, el ya mencionado, pierde credibilidad y por esto no se convierte en una fuente confiable aún si este se encuentre en toda la realidad, también existe contraproducenticas como, ser sancionado por operar bajo los parámetros que no les corresponden, perdiendo la posibilidad de establecerse como un verdadero medio de comunicación. Mediante la opinión de (Barri, Lacave, & Suarez, 2021), se da a entender que, si un canal no está oficialmente legalizado, la credibilidad disminuye, creyendo en muchos casos de que lo que se comparte, pertenece al a las muy famosas fake news.

Factores internos y externos que afectan a los comunicadores en relación con la legalización de los medios de comunicación.

Factores internos.

Uno de los inconvenientes más comunes es que los comunicadores no conocen lo suficiente del ámbito legal. Las leyes son indispensables para nuestra sociedad, porque sirven como una guía de comportamiento para los seres humanos, (Jaspez, 2018). Por tanto, es imprescindible conocer de estas para cualquier trámite legal o algún reclamo si se siente que los derechos están siendo vulnerados. Esto significa poseer un amplio entendimiento de las legislaciones que rigen los medios de comunicación y garantizar que todas las actividades y materiales se ajusten a estas regulaciones.

La insuficiencia de recursos financieros adecuados puede constituir un impedimento para hacer frente a los gastos vinculados con la legalización, como el pago de tasas y honorarios gubernamentales, la compra de equipamiento y la contratación de personal capacitado. Los recursos financieros son importantes porque les permiten asegurar la viabilidad a largo plazo de diversos proyectos de inversión que llevan a cabo para satisfacer la creciente demanda de bienes y servicios públicos, (Ramírez & Calderon, 2020).

Tener una estructura administrativa sólida y efectiva es de vital importancia para cumplir con los procedimientos y plazos establecidos por las autoridades gubernamentales al solicitar la licencia de operación. Según (Castro, 2022), la capacidad administrativa puede circunscribirse a las destrezas de las burocracias para completar la ejecución de los programas financieros y otros.

La competitividad del entorno y las condiciones del mercado pueden impactar la viabilidad y estabilidad financiera de los medios de comunicación, lo que a su vez puede influir en la

determinación de buscar la legalización. Tener un adecuado lugar y diversidad al momento de ofrecer un producto, puede sonar bien pero también es un punto en contra, sino existe dinamismo y efectividad, un medio no será legalizado y por lo tanto no crecerá como tal, (Guetierrez, 2013).

Para una buena entidad y sus componentes internos, no debe faltar el compromiso ético, que sin dudar, es uno de los puntos que se los deja a un lado la mayor parte de los casos, (Ireton & Posetti, 2020).

Factores externos.

Un marco legal complejo, podría generar demoras y complicaciones a la hora de registrar un medio, mientras que una regulación complicada o poco clara puede crear obstáculos. Sin embargo, se debe cumplir con lo estandarizado porque. Los medios de comunicación que no cumplan con la obligación de registro no podrán pautar publicidad de ninguna entidad del Estado. (Ley Orgánica de Comunicación), Art. 88, 2019.

Los comunicadores pueden experimentar presiones políticas o censuras provenientes de autoridades gubernamentales o grupos de interés que busquen ejercer control o reducir la libertad de prensa y expresión. Según la (UNESCO, 2022), en todo el mundo, los profesionales de los medios de comunicación se enfrentan a diario a numerosas amenazas y agresiones que ponen en peligro su seguridad y libertad. Estas amenazas pueden incluir desde secuestros, torturas y detenciones arbitrarias hasta campañas de desinformación y acoso en las redes sociales.

Es importante destacar que los periodistas son especialmente vulnerables y se encuentran en situaciones de mayor riesgo. Estos desafíos representan una grave preocupación para la libertad de prensa y la protección de los derechos humanos de quienes trabajan en el ámbito de los medios informativos.

Los progresos tecnológicos y la convergencia de medios presentan nuevos retos y posibilidades para las organizaciones de comunicación, lo cual puede exigir una adaptación y actualización continua para mantenerse en una posición legal y competitiva.

Gracias al internet es posible conocer e interactuar con muchas personas de todas partes del mundo, pero destacan muchas desventajas sociales y de salud. La búsqueda de información se vuelve mucho más sencilla, sin tener que ir a las bibliotecas tradicionales, pero imposibilita el desarrollo de la lectura como cultura o como parte de la educación. (Velasteguí, 2019)

2.2 Marco metodológico.

En esta investigación se utilizará el método analítico, despertando en el lector, la capacidad de poder reaccionar acerca de las situaciones planteadas dentro de la investigación. Para (Echavarría, Ramírez, Zuluaga, & Ortiz, 2010) el método analítico es un proceso por el cual se llega a un resultado, mediante la descomposición de ciertos aspectos que conforman un elemento. Se eligió este método porque el trabajo es netamente cualitativo, así que lo más viable para este tipo de situación, ha sido elegir un sistema de interpretación que vaya de acorde a lo que se plantea o se presenta. A través de un enfoque de carácter cualitativo, se busca obtener indicadores que aporten a este estudio de caso, haciendo el uso de diferentes fuentes como; bibliografías, artículos de revistas científicas, libros y demás información que sea considerada esencial. Partiendo de lo general a lo específico. Se utilizará como principal herramienta de obtención de datos, la entrevista. Mediante el criterio de (Díaz, Torruco, Martínez, & Verela, 2013) , se puede definir a las entrevistas es una conversación entre dos sujetos, dispuestos a intercambiar información.

Se optó por la entrevista (realizada por vídeo llamada) como herramienta de adquisición de información, debido a que es una manera directa de saber las opiniones de los otros individuos mediante una conversación amigable, despejando dudas que se pueden presentar al momento sin

que la persona se sienta incómoda. Para el desarrollo de este escrito mediante el uso de este recurso, se contó con la ayuda de Rosa Orellana y Marlón Goya, estos reconocidos señores en la ciudad de Babahoyo, son dueños de populares medios digitales que cuentan con varios seguidores, por consecuente, su aportación es muy relevante, debido a su experiencia en el manejo de estos canales. Por lo tanto, a través de sus declaraciones, se consiguió opiniones que son fiables para poder explayar el tema.

2.3 Resultados.

Para un análisis más profundo, se ha realizado dos entrevistas, una de estas se dirige a un medio de comunicación ya registrado en el Registro Público de Medios (RPM) y la otra entrevista al gerente de un Canal de TV que aún no se encuentra legalizado, para así conocer las posturas de estos.

Primera entrevista (medio registrado).

El primer medio que brindó información se llama Babahoyo al día, es un medio registrado ya en el RPM, aquí su representante brinda declaraciones muy útiles a la hora de inscribir una página como un canal oficial. “para empezar este proceso, se debe crear el nombre de una compañía, luego sacar un RUC y una vez esto se haya estructurado, la inscripción en la CORNICON como tal” (Goya, 2023).

Otro de los requisitos fundamentales, es que el medio, debe contar con una página web bajo el dominio de .com.ec. Tener un medio digital, no es difícil ahora, lo que es difícil es tener un medio tradicional por el contenido que se comparte, así lo asegura Marlon Goya, director de Babahoyo al día.

También se manifiesta que su medio, fue uno de los primeros dentro del cantón Babahoyo, es uno de los que más acogida tiene del público, las personas, depositan su confianza en este, dándose a notar, con vídeos, denuncias, quejas, ayudando así a impartir información. Lógicamente, antes de ser publicada, esta debe ser verificada y contrastada. Se cuida mucho lo que dice en redes sociales, como: la redacción, palabras ofensivas, además se evita la impulsividad. Busca llegar a todo tipo de persona, sin distinción, de etnia, cultura, sexo, edad, etc. Es la voz del pueblo y para el mismo poniendo por obre todo, la humanidad que el profesionalismo. “Legalizar un medio digital no es difícil, lo difícil es mantenerlo” (Goya, 2023).

Segunda entrevista (medio no registrado).

El medio no registrado que se tomará de referente, es uno que se denomina La hora Rosa, muy popular dentro de la ciudad de Babahoyo, es conocido por sus publicaciones de fines de semana, donde invitan a expertos en diferentes temas y mantienen una charla ardua junto a ellos, la dueña de este canal, comenta que ella creó su página como un medio de soporte emocional en época de la pandemia ocasionada por el coronavirus y que nunca se le ocurrió registrarlo. “no veo la necesidad de hacerlo, en mi canal no hay lugar para discriminación ni odio, mi audiencia respeta mucho la diversidad de opiniones” (Orellana, 2023).

En cuanto a la tecnología, ella no se encuentra muy desactualizada pero que hay cosas que se le complican, por lo tanto, tiene colaboradores que le ayudan a verificar su contenido.

2.4 Discusión de resultados.

Los resultados adquiridos por medio de la investigación son muy confortantes, debido a que, con esta adquisición de conocimientos, se puede tener un criterio más claro de lo que es tener un medio de comunicación digital, no por el simple hecho de tener una página y querer comunicar, quiere decir que sea un canal informativo fiable, se debe cumplir con todos los estándares establecidos por la ley y así tener los privilegios brindados por esta. Privilegios que ya hemos mencionado con anterioridad. Como dice (Gallo, 2017), la influencia de ciertos contenidos hacen las personas cambien su manera de compartir contenido, pero estos no tienen tantas restricciones. Sin embargo, es fundamental que los medios de comunicación cumplan con las normas establecidas para operar de manera lícita y responsable en el país.

Se puede comparar la entrevista brindada por el diario Babahoyo al día con lo planteado en el marco teórico, esto brinda una perspectiva de seguridad al individuo que sea dueño de un canal y lo quiera registrar como un medio oficial, las declaraciones de la entrevista a este medio, permite corroborar la forma en la que se debe realizar los pasos de legalización, aclarando también que no es difícil de realizar. Por esto, quiere decir que las normas no son muy rigurosas al momento de otorgar el permiso correspondiente. (ARCOTEL, 2021) Da la cifra de 35 medios registrados en Los ríos, la razón es que las personas cada día se nutren más de este tema. Cada día aumenta el número de estos.

Gracias a la entrevista realizada, se considera que tanto un canal legalizado como uno que no lo esté, puede llegar a ser reconocido por la sociedad y no generar malestar dentro de esta, incluso adquiriendo confianza dentro de la ciudadanía, entonces se puede deducir que la manera en cómo se maneja es base para su popularidad, sin embargo, no se debe olvidar también que, hay

medios que han luchado para poder establecerse y no solo por el problema de normas de legitimización sino también por factores económicos, sociales e incluso culturales.

Ahora el cómo incide en la credibilidad un medio que no sea legal, pues cabe tomar en cuenta el hecho de que no toda la gente se da cuenta si el contenido es real o no, en su mayoría, cada quién consume lo que desea, es así que se tergiversa la información. En cuanto a las regulaciones y sanciones, como mencionaba (Gómez, 2019), hasta ese año y hasta el momento no se ha encontrado datos que indiquen que se ha vaneado ni sancionado cuentas que no estén legitimadas. Mucho depende de la ética de quién dirige la plataforma, está en el poseedor la manera en que se dé a conocer un evento.

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1 Conclusiones.

Este estudio sirve como una guía fundamental para cualquier entidad, ya sea pública, privada o jurídica, que desee registrar oficialmente un medio de comunicación en el sector Los Ríos. En muchas ocasiones, se presenta confusión en el proceso de empadronamiento. A lo largo de esta investigación, hemos proporcionado orientación sobre los factores que deben considerarse al establecer un canal de comunicación de manera oficial, contextualizando las situaciones internas y externas que pueden enfrentar los comunicadores.

Mediante la revisión de diversas fuentes bibliográficas, hemos recopilado información valiosa que ha enriquecido nuestro análisis y comprensión de los aspectos previamente planteados. A pesar de la diversidad de opiniones encontradas, hemos simplificado los hallazgos para que sean más accesibles a los interesados.

Existen múltiples elementos que pueden influir en la integridad tanto del individuo como de su entorno. Por lo tanto, una buena organización es esencial para prevenir futuros inconvenientes, tanto dentro como fuera de la institución. Es crucial que el sistema interno del canal esté bien establecido, y es igualmente importante conocer las leyes que regulan el ámbito de la comunicación. Carecer de conocimiento sobre los derechos a los que se debe acceder puede resultar perjudicial, por lo que es esencial tenerlos presentes para evitar que sean vulnerados.

En un entorno en el que abunda la información en línea, es responsabilidad de las personas buscar conocimiento en sus áreas de interés. Sin embargo, esto no siempre ocurre como debería. Por lo tanto, instamos a aquellos que deseen establecer un canal informativo dentro de los límites legales a que se informen al respecto. Además, se destaca que el acceso a diversas plataformas que brindan asesoramiento en este campo es completamente gratuito.

3.2 Recomendaciones.

Capacitación Legal y Regulatoria: Es fundamental que quienes estén interesados en establecer un canal de comunicación se capaciten en las leyes y regulaciones que rigen el ámbito comunicativo en Los Ríos. Esto garantizará que se respeten los derechos y se eviten problemas legales en el futuro.

Organización Interna: Se recomienda establecer una estructura interna sólida y eficiente para el canal de comunicación. Esto incluye la asignación clara de roles y responsabilidades, así como la implementación de procedimientos internos que promuevan la integridad y la eficiencia.

Formación Continua: Los comunicadores deben buscar oportunidades de formación continua para mantenerse actualizados en las tendencias y tecnologías emergentes en el campo de la comunicación.

Uso de Plataformas de Asesoramiento: Aprovechar las plataformas gratuitas que ofrecen asesoramiento en el registro y funcionamiento de medios de comunicación puede ser de gran ayuda. Se recomienda explorar estas opciones para obtener orientación adicional.

Énfasis en la Ética y la Integridad: Promover una cultura de ética y responsabilidad en el periodismo es esencial para mantener la integridad del canal y ganar la confianza del público.

Redes y Alianzas: Establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones y medios de comunicación puede ampliar el alcance y la influencia del canal.

Monitoreo y Adaptación: Realizar un seguimiento constante de las tendencias y del entorno mediático para adaptar las estrategias y contenido en consecuencia.

4. REFERENCIAS Y ANEXOS

3.4 Referencias.

ARCOTEL. (2021). Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional. *RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA*. Quito, Ecuador.

Obtenido de <https://www.gob.ec>

Bajaña, K. (2018). *Medios digitales, responsabilidad social en impacto en la opinión pública de*

los babayoyenses. Bbabahoyo.

Obtenido de

[http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4958/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-](http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4958/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000066.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[000066.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4958/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000066.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Barri, T., Lacave, T., & Suarez, R. (2021). *Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos*

de fake news: Comunidad de Madrid.

Obtenido de Scielo:

<https://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/27875>

Castro, C. (20 de Junio de 2022). Capacidad administrativa e implementación de la política de

cohesión de la UE.

INAP(29), 52-71.

Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/2815/281572129005/html/>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Verela, M. (13 de Mayo de 2013). *La entrevista, recurso*

flexible

y

dinámico.

Obtenido de

de

Scielo:

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)

[50572013000300009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)

- Dominguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Obtenido de https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf
- Echavarría, J., Ramírez, C., Zuluaga, M., & Ortiz, J. (1 de Enero de 2010). EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL1. *Nómadas*, 25, 2-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Gallo, O. (2017). La libertad de prensa como libertad política. 31-44. Obtenido de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/3194/1/libertad-prensa-libertad-politica-gallo.pdf>
- Gómez, L. (2019). *LA LINEA DEL TIEMPO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL CANTÓN BABAHOYO REGISTRO DE MEDIOS*. Examen complejo, Universidad Técnica de Babahoyo, FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6191/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000082.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guetierrez, G. (2013). La competencia empresarial y su aplicabilidad. 25-41. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11038/1/La%20competencia%20empresarial%20y%20su%20aplicabilidad.pdf>
- Iglesias, L. (2005). Jóvene y medios de comunicación. *Revista de estudios de juventud*, 12-13. Obtenido de https://www.injuve.es/sites/default/files/revista68_completa.pdf
- Iretón, C., & Posetti, J. (2020). *Periodismo y desinformación*.

Jaspez, L. (1 de Noviembre de 2018). *La Importancia de Las Leyes*. Obtenido de Scribd:
<https://es.scribd.com/document/392161825/La-Importancia-de-Las-Leyes#>

Jensen, K. (2015). La representatividad y la interactividad. En K. Jensen, & K. Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios* (Primera ed., págs. 30-32). México, México. Obtenido de
https://www.google.com.ec/books/edition/La_comunicaci%C3%B3n_y_los_medios/Sf1FEAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=medios+de+comunicaci%C3%B3n+actuales&printsec=frontcover

Katz, M., Seid, G., & Abuiso, F. (2019). *La técnica de encuesta: Características y aplicaciones*. Obtenido de <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>

Ley Orgánica de Comunicación. (2019). Art.88. Ecuador.

milenium. (2023). *milenium*. Obtenido de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html>

Morán, S. (31 de Agosto de 2015). *El auge de los medios nativos digitales en el Ecuador*. Obtenido de Fundamedios:
<https://www.fundamedios.org.ec/?s=medios+digitales+a+la+actualidad&tztc=1>

Morejon, R., & Zamora, B. (2019). *Historia, Evolución y Desafío de Periodismo Digital en el Ecuador*. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1680>

Ramírez, A. d., & Calderon, E. (22 de Diciembre de 2020). Análisis de la Administración Financiera en el Sector Público. *SIGMA*, VII(2), 17-22.

- Rivera, J. (2013). *Mediso digitales en el Ecuador ¿qué son y qué hacen?* Obtenido de file:///C:/Users/usuario2022/Downloads/Dialnet-MediosDigitalesEnEcuadorCuantosSonYQueHacen-5791082.pdf
- San Marín, M., & Marquéz, N. (2015). *El uso de las redes sociales como fuente de*. Malaga. Obtenido de file:///C:/Users/usuario2022/Downloads/Dialnet-ElUsoDeLasRedesSocialesComoFuenteDeInformacionEnSi-6068730.pdf
- Sánchez, A. (2010). *La acción de los medios de comunicación masiva en el Ecuador ¿Acción comunicativa o estratégica?* Obtenido de <https://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1272321619.trabajoteoriasocialanacristina.pdf>
- UNESCO. (30 de Mayo de 2022). *UNESCO*. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/threats-freedom-press-violence-disinformation-censorship>
- Velasteguí, E. (2019 de Enero de 2019). Las ventajas y desventajas del internet en la sociedad. *Ciencia Digital*, *II*(1), 35-45. Obtenido de file:///C:/Users/usuario2022/Downloads/928-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4019-5-10-20191219.pdf

Anexos.

Anexo 1

Figura 1

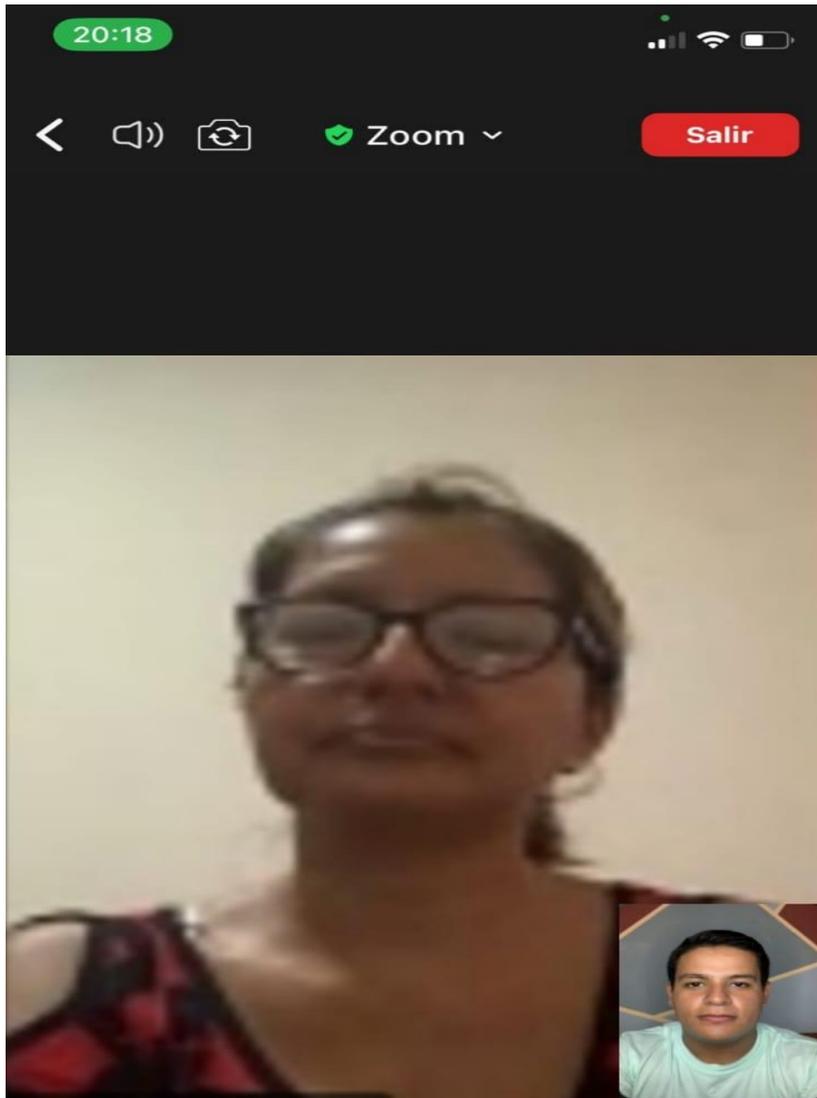
Captura de Vídeo Llamada con Marlon Goya



Nota. Entrevista a Marlon Goya, Director de Babahoyo al Día, 2023

Figura 2

Captura de Vídeo Llamada Rosa Orellana



Nota. Entrevista a Marlon Goya, Director de Babahoyo al Día, 2023

Anexo 2

Preguntas de las entrevistas realizadas a Marlon Goya, Director de Babahoyo al día (medio legalizado).

Preguntas para el medio legalizado.

1. ¿Cuál fue el proceso que siguieron para registrar y acreditar su medio de comunicación digital?

2. ¿Cuáles son los principales desafíos que han enfrentado en el cumplimiento de las obligaciones establecidas por la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento General?

3. ¿Cómo ha sido el proceso de obtención de la acreditación correspondiente ante la Secretaría Nacional de Comunicación para los comunicadores sociales que trabajan en su medio de comunicación digital?

4. ¿Qué medidas han implementado para asegurarse de que los comunicadores sociales estén debidamente acreditados y cuenten con las habilidades y competencias necesarias para desempeñar su trabajo en el medio digital registrado?

5. ¿Cómo han garantizado la calidad y veracidad de los contenidos que se publican en su medio de comunicación digital?

6. ¿Cuál ha sido la respuesta del público ante su medio de comunicación digital?
7. ¿Cómo han contribuido con el fortalecimiento de la democracia y el derecho a la información en Ecuador a través de su medio de comunicación digital?
8. ¿Cómo han evitado la discriminación y respetado los derechos de las personas en los contenidos que se publican en su medio de comunicación digital?
9. ¿Qué medidas han implementado para evitar tener vinculación con grupos ilegales, delincuenciales o terroristas?
10. ¿Cuál es la importancia de la acreditación de los comunicadores sociales que trabajan en su medio de comunicación digital?
11. ¿Cómo se han adaptado a los cambios tecnológicos y las nuevas formas de consumo de información de los ciudadanos en la era digital?
12. ¿Qué planes tienen para el futuro de su medio de comunicación digital?

Preguntas para el medio no legalizado

Entrevista a Rosa Orellana, propietaria del medio La Hora Rosa en Facebook (medio no legalizado).

1. ¿Por qué su medio de comunicación digital no ha sido registrado y acreditado ante la Secretaría Nacional de Comunicación?

2. ¿Está al tanto de los requisitos y procedimientos necesarios para obtener la acreditación correspondiente?

3. ¿Qué medidas ha tomado para garantizar la calidad y veracidad de los contenidos que se publican en su medio de comunicación digital?

4. ¿Cómo puede asegurar a los ciudadanos que su medio de comunicación digital respeta los derechos de las personas y evita la discriminación?

5. ¿Cómo puede garantizar que su medio de comunicación digital no tiene vínculos con grupos ilegales, delincuenciales o terroristas?

6. ¿Qué medidas ha implementado para adaptarse a los cambios tecnológicos y las nuevas formas de consumo de información de los ciudadanos?

7. ¿Cuál es su postura frente a las obligaciones establecidas por la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento General?

8. ¿Cómo planea garantizar la acreditación de los comunicadores sociales que trabajan en su medio de comunicación digital?

9. ¿Cuál es la importancia de cumplir con los requisitos establecidos por la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento General?

10. ¿Qué planes tiene para el futuro de su medio de comunicación digital y cómo piensa adaptarse a las exigencias legales en materia de comunicación en Ecuador?