



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“ANÁLISIS DE LOS EFECTOS CAUSADOS POR LAS CAPACITACIONES
DE COMUNICACIÓN, REALIZADO POR LA SUPERCOM Y CORDICOM EN
LOS COMUNICADORES SOCIALES ZONAL 6, AÑO 2014”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL MENCIÓN PERIODISMO

Autores:

JULIA NATALY PALACIOS ORELLANA
LOURDES ESTHELA MOROCHO ILLESCAS

Director:

MST. VICTOR HUGO GUILLERMO RIOS

Cuenca - Ecuador

2016



RESUMEN

La siguiente investigación tiene el fin de conocer los efectos que causaron las capacitaciones de la Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM) Zonal 6, del año 2014 en los comunicadores sociales, mediante la cual pretendemos saber los cambios que se han dado en los comunicadores a partir de la difusión de la Ley Orgánica de Comunicación.

Esta indagación se estructuró de la siguiente forma: primero hemos visto la fundamentación teórica, que ha sido parte importante para poder respaldar nuestro tema, como: conceptos, antecedentes, definiciones, artículos, leyes normativas, entre otras.

Además realizamos la recopilación de datos en la Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM) y posteriormente se trabajó con 61 medios de comunicación, lo cual fue nuestro universo de análisis.

También se aplicó las encuestas a los comunicadores sociales de los diferentes medios de comunicación, en donde valoramos las diversas opiniones brindadas por los encuestados.

Los resultados de las capacitaciones que realizó la SUPERCOM, refleja efectos positivos, con calificación buena según los comunicadores sociales encuestados de los medios de comunicación.

Finalmente se pudo conocer que el tema más difundido en las capacitaciones, fue, de los diferentes artículos de la Ley Orgánica de Comunicación y el accionar de los organismos de regulación y control, la Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM) y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM).

PALABRAS CLAVE: SUPERCOM, Ley Orgánica de Comunicación, encuesta, comunicación, normas, efectos, comunicadores, medios, artículos.



ABSTRACT

This research aims to know the effects that caused the trainings of the Superintendency of information and communication (SUPERCOM) Zonal 6, the year 2014 in social communicators, through which we hope to know the changes that have occurred in the communicators from the spread of the organic law of communication.

This inquiry I structure in the following way: first seen the theoretical foundation, which has been an important part to be able to support our theme, such as: concepts, history, definitions, articles, regulatory laws, among others.

In addition we carry out data collection on the Superintendency of information and communication (SUPERCOM) and subsequently worked with 61 media, which was our universe of analysis.

Polls also applied to social communicators from the different media, where we value the different views provided by respondents.

The results of the skills that made the SUPERCOM, reflects positive effects, with good rating according to respondents social media communicators.

Finally you could meet was the most widely used theme in the training, different articles of law of communication and the actions of bodies of regulation and control the Superintendency of Information and Communication (SUPERCOM) and the Council of regulation and development of Information and Communication (CORDICOM).

KEYWORDS: SUPERCOM, communication law, survey, communication, rules, effects, communicators, media, articles.



INDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT	3
INDICE	4
CLÁUSULA DE DERECHO DE AUTOR.....	7
CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL	9
AGRADECIMIENTO	11
DEDICATORIA	12
INTRODUCCION.....	13
OBJETIVO GENERAL.....	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
CAPÍTULO I.....	16
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	16
1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	17
1.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SUS ELEMENTOS	17
1.1.1 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN	19
1.2. EL MODELO DE LASWELL	19
1.2.1. ESQUEMA DE COMUNICACIÓN	20
1.2.1.1. Gráfico 1.....	20
1.2.2. EFECTOS.....	21
1.2.3. Los elementos de la comunicación desde el punto de vista de Mario Kaplun	24
1.3. ANÁLISIS DE CONTENIDO	24
1.3.1. Metodología del análisis de contenido	25
1.4. CAPACITACIONES.....	26
1.4.1 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN.....	27
1.4.1.1. TEORÍA DE LA ESTRUCTURACIÓN ADAPTADA.....	27



1.4.1.2 PREMISAS DE LA TEORÍA DE LA ESTRUCTURACIÓN ADAPTADA	27
1.4.1.3. TEORÍA DE LA INFORMACIÓN ORGANIZACIONAL	28
1.4.2. ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN	29
CAPÍTULO 2.....	32
2.1 ARTÍCULOS DE LA CONSTITUCIÓN DEL 2008	32
2.1.1 RESEÑA JURÍDICA DE LOS MEDIOS EN EL ECUADOR	32
2.2 LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.....	34
2.3. REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.	34
2.4. ORIGEN DE LOS ORGANISMOS DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LOS MEDIOS.....	35
2.5 CREACIÓN DE LOS ORGANISMOS	38
2.5.1. SUPERCOM	39
2.5.1.1 GRAFICO 2	40
2.6 ATRIBUCIONES DE LOS ORGANISMOS SUPERCOM Y CORDICOM	43
2.7 PRINCIPIOS Y DERECHOS DE LOS COMUNICADORES.....	44
CAPITULO 3.....	48
3.1 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE LAS CAPACITACIONES REALIZADAS EN LA ZONAL 6, AÑO 2014.....	48
3.2 INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.....	51
3.2.1. GRÁFICO 5	51
3.2.2. GRÁFICO 6	52
3.2.3. GRÁFICO 7	53
3.2.4. GRÁFICO 8	54
3.2.5. GRÁFICO 9	55
3.2.6. GRÁFICO 10	56
3.2.7. GRÁFICO 11	57
3.3.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	58
3.3.1. GRÁFICO 12	58



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO 4.....	59
4.1 CONCLUSIONES.....	59
4.2. RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	66



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE DERECHO DE AUTOR



Universidad de Cuenca
Cláusula de derechos de autor

Lourdes Esthela Morocho Illescas, autora del Trabajo de Graduación "ANÁLISIS DE LOS EFECTOS CAUSADOS POR LAS CAPACITACIONES DE COMUNICACIÓN, REALIZADO POR LA SUPERCOM Y CORDICOM EN LOS COMUNICADORES SOCIALES ZONAL 6, AÑO 2014" reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL MENCIÓN EN PERIODISMO. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora

Cuenca, 22 de abril de 2016

Lourdes Esthela Morocho Illescas
C.I.: 0103995973



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Julia Nataly Palacios Orellana, autora del Trabajo de Graduación "ANÁLISIS DE LOS EFECTOS CAUSADOS POR LAS CAPACITACIONES DE COMUNICACIÓN, REALIZADO POR LA SUPERCOM Y CORDICOM EN LOS COMUNICADORES SOCIALES ZONAL 6, AÑO 2014" reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL MENCIÓN EN PERIODISMO . El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora

Cuenca, 22 de abril de 2016

Julia Nataly Palacios Orellana
C.I: 0302167135



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Lourdes Esthela Morocho Illescas, autora del Trabajo de Graduación "ANÁLISIS DE LOS EFECTOS CAUSADOS POR LAS CAPACITACIONES DE COMUNICACIÓN, REALIZADO POR LA SUPERCOM Y CORDICOM EN LOS COMUNICADORES SOCIALES ZONAL 6, AÑO 2014", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 22 de abril de 2016

Lourdes Esthela Morocho Illescas
C.I: 0103995973



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Julia Nataly Palacios Orellana, autora del Trabajo de Graduación "ANÁLISIS DE LOS EFECTOS CAUSADOS POR LAS CAPACITACIONES DE COMUNICACIÓN, REALIZADO POR LA SUPERCOM Y CORDICOM EN LOS COMUNICADORES SOCIALES ZONAL 6, AÑO 2014", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 22 de abril de 2016

Julia Nataly Palacios Orellana
C.I.: 0302167135



AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por haberme dado la fortaleza y la oportunidad de poder culminar mis estudios. Un sincero agradecimiento para nuestro director el master Hugo Guillermo Ríos, quien con sus sabios conocimientos y dedicación nos ha guiado en nuestro trabajo de investigación, igualmente quiero agradecer a la Lcda. Karina Quezada y a su esposo quienes nos han apoyado moralmente con sus saberes y sus consejos que han sido de gran ayuda para poder culminar con éxito esta meta.

Julita Palacios

Agradezco a Dios por darme la vida y la fuerza necesaria para seguir adelante, a mi madre, hermanos, hermanas y de manera especial a mis mejores amigas Karina Quezada y Esther Joaquín, y a mi linda sobrina Anita por apoyarme siempre, a todos(as) muchas gracias por la ayuda incondicional, moral y económica, para alcanzar esta meta. También, agradezco a mi director de tesis Master Hugo Guillermo Ríos, quien con sus sabios conocimientos y dedicación nos ha guiado en este trabajo de investigación.

Lourdes Morocho Illescas



DEDICATORIA

- Este trabajo lo dedico a Dios porque es la inspiración y la fortaleza de todo ser humano.
- A mis padres porque siempre fueron y serán mi apoyo incondicional.
- A mis hermanos y mis cuñadas porque son la parte fundamental de mi vida.
- A mis sobrinos Danna y Jake que son mi alegría de vivir, los amo.
- A mis amigas quienes a lo largo de mi carrea siempre me alentaron a seguir adelante, son la familia que la vida me regaló.

Julita Palacios

Este trabajo va dedicado a mi querida madre y familia por su apoyo incondicional, a mi querida hija que es mi razón de vivir, a mi mejor amiga María Esther Joaquín, quien siempre está en los buenos y malos momentos y a mi sobrina Anita por su gran apoyo, a todos ellos les dedico este trabajo con mucho amor y cariño.

Lourdes Morocho Illescas



INTRODUCCION

En los últimos años Ecuador ha sido el eje de grandes cambios y transformaciones en temas políticos, económicos y sociales, debido a la fomentación de nuevas leyes y reglamentos que emana la Constitución de la República 2008; como es el caso de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) que entró en vigencia el 25 de junio del 2013.

Mediante ello se creó y entraron en vigencia nuevos organismos técnicos de control y regulación de la comunicación, entre ellos: la Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM) y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), teniendo como prioridad y responsabilidad democratizar la información y la comunicación.

La SUPERCOM de la Zona 6 que comprende Azuay, Cañar y Morona Santiago, se desarrolla en base a lineamientos y directrices que parte de un objetivo general “Plan Nacional del Buen Vivir”. Para este organismo una de sus políticas esenciales es “Garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación, libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa” (SUPERCOM, www.supercom.gob.ec, 2015)

Y para alcanzar estas propuestas de cambio, la SUPERCOM en el año 2014 capacitó y socializó a través de charlas, talleres, foros y conferencias, la nueva Ley Orgánica de Comunicación a 1452 trabajadores y comunicadores de los medios de comunicación que pertenecen a la zona 6 (datos reales de la SUPERCOM), quienes están involucrados de forma directa en los cambios de la comunicación social.

Partiendo de este contexto y siendo nosotras participes de algunas temáticas socializadas; nos surge la necesidad de conocer la siguiente interrogante ¿Cuál es la nueva visión y practica que han adoptado los comunicadores sociales en los diferentes medios, luego de las capacitaciones realizadas por la Superintendencia de Información y Comunicación SUPERCOM? Zona 6, año 2014.



También consideramos que como estudiantes de Comunicación Social; que para ejercer la profesión debemos tener conocimientos sólidos de todos los cambios que se efectúan en nuestra área laboral, siendo ése el pilar fundamental para realizar la investigación y exploración, que estamos seguras nos servirán a lo largo de nuestra carrera profesional y aportar a la sociedad.

En el presente estudio investigativo, se expone la culminación del trabajo “Análisis de los efectos causados por las capacitaciones de comunicación, realizado por la SUPERCOM y CORDICOM en los comunicadores sociales zonal 6, año 2014”, y se clasifica en los siguientes capítulos:

Capítulo I se mencionaran los principales pensamientos teóricos que darán el suficiente sustento a la investigación. También se realizará una recopilación de las principales teorías, conceptos y autores en el campo de la Comunicación Social y durante el desarrollo de este capítulo se sentarán las bases teóricas que guiarán el trabajo posterior.

Capitulo II aquí se revisará los nuevos artículos de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), el Origen, la creación y atribuciones de los Organismos de Regulación y Control SUPERCOM Y CORDICOM.

El Capítulo III está dedicado a la metodología de la investigación, recopilación de la información, además el análisis y la interpretación de los resultados del estudio para identificar el objetivo propuesto.

Y finalmente el capítulo IV hablaremos de las conclusiones, recomendaciones y los anexos en estos últimos se adjuntan los oficios, las entrevistas realizadas, encuestas aplicadas y las fichas técnicas utilizadas en la recolección de información.



OBJETIVO GENERAL

Conocer los efectos causados en los comunicadores sociales, de las capacitaciones realizadas por la Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM) en la Zonal 6, del año 2014.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer si los temas difundidos en las capacitaciones fueron positivos o negativos para los comunicadores sociales.
- Conocer las razones porque comenzó a capacitar la SUPERCOM Y CORDICOM.
- Identificar quienes fueron los que participaron en las capacitaciones y su nueva dirección en el manejo de la comunicación.
- Conocer que temas fueron impartidos en las capacitaciones realizada por la SUPERCOM.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA



1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SUS ELEMENTOS

Dentro de las concepciones variadas de comunicación es imposible tener una sola definición, puesto que la palabra comunicación es amplia y abarca todas las disciplinas de estudio.

La comunicación es una de las actividades más antigua del ser humano, su término proviene del latín *comunicare* que significa común. Además este término es considerado *polisémico*, puesto que, presenta una gran variedad de interpretaciones de acuerdo al contexto en el que se desarrolle.

Dentro de este concepto la comunicación se muestra en un campo *multidisciplinario* como: la sociología; la psicología; la comunicación social; entre otros, su estudio implica procesos de relación social. Su propósito esencial es intercambiar mensajes que compartan conocimientos y sentimientos de los fenómenos del entorno, mediante lo cual alcanza un funcionamiento de comunicación en la sociedad humana, (Garcés, Montoya Ángela P y Lombana, Herrera Diana P, 2010, pág. 73) afirma que “la comunicación es un fenómeno social conjunto que posee una orientación y una dinámica particular. Es gracias a esa dinámica que la comprensión de la comunicación varía de acuerdo con cada época histórica y de acuerdo con cada cultura. El sistema de procedimientos y las formas comunicativas pueden ser inagotables en la medida en la que el hombre ejerce su acción creadora para lograr sus propósitos. De estos planteamientos se deriva la imposibilidad de la socialización del hombre sin la comunicación”.

Esta resulta indispensable cuando los individuos están involucrados en la búsqueda de un cambio social. Ellos coordinan procedimientos comunicativos para divulgar nuevas informaciones dentro de un espacio social estructurado, que aporten nuevos efectos. Ante ello, la comunicación se vuelve una *herramienta* primordial para dar a conocer temas políticos, económicos y



sociales que constantemente transforman las estructuras sociales. Pero no olvidemos que la comunicación para (Ferrer, Información y comunicación, 2001, pág. 46) “Debe entenderse, por encima de todo, como la conciencia de pertenecer a una sociedad, de vivir en ella. La comunicación no sólo como testimonio del progreso del hombre, sino como elemento humanizador de su existencia”

En otras palabras, la comunicación social es la característica fundamental que tenemos como seres humanos, lo cual nos permite relacionarnos en diferentes espacios como: el trabajo, la educación, los talleres, las conferencias, el deporte, las fiestas, las capacitaciones etc., en donde se asume la responsabilidad de desarrollar valores que expresen conductas de: responsabilidad, ética, armonía, respeto, libertad y otros.

Partiendo de estos ámbitos y principios de la vida cotidiana, la comunicación nos da la oportunidad de vernos reflejados como seres capaces de cambiar nuestro entorno y convivir con las diferentes expresiones culturales, políticas y sociales que posee cada individuo. Cita tomada del libro de (Galdon, 2001, pág. 28) “John Dewey <<De todas las “cosas” es la comunicación la más maravillosa>>, también Wolton manifiesta <<La comunicación es uno de los símbolos más brillantes del siglo XX>>.

Según esta síntesis la comunicación es un paradigma amplio que actúa en forma de mediador, entre organismos que buscan los mismos lineamientos para alcanzar un conocimiento crítico y adaptarse a las nuevas estructuras políticas que se vienen dando en el país, cita tomada del libro de (Ferrer, Información y Comunicación, 2001, pág. 47) “Karl Jaspers lo que no se realiza en la comunicación no existe”.

Desde esta perspectiva la comunicación no es más que el intercambio de ideas, lo que se convierte en el sistema tradicional de un emisor - mensaje – receptor, dando sentido a la comunicación. Con esta visión entendemos que



para difundir conocimientos de algo nuevo es necesario que el comunicador tenga estrategias claras, permitiéndole al destinatario absorber el mensaje y alcanzar los efectos deseados, sin embargo, en algunos casos al momento del proceso comunicativo el mensaje no siempre es aceptado por los demás.

Desde un marco jurídico, la Constitución del 2008 del Ecuador, creada en Monte Cristi, reconoce en los artículos 16, 17 y 18 “el derecho a la comunicación y la información, de forma libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social (...)”

1.1.1 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Para explicar los procesos comunicativos, los teóricos han creado varios modelos de comunicación y con diferentes perspectivas, nuestro tema de investigación está enfocado en el modelo de comunicación de Lasswell *creado en 1948, mediante el cual explica el comportamiento de las masas a diferentes estímulos*. Este modelo incluye elementos claves y flexibles, para comprender un proceso comunicado.

1.2. EL MODELO DE LASWELL

Dentro de esta concepción es necesario explicar, que un efecto es el resultado derivado de una causa, con el fin de obtener una conclusión. Los efectos son el cambio de actitud, de forma o sentido, dependiendo del proceso que se derive para conseguir resultados proyectados, (Rodríguez-Polo, 2011, pág. 2) menciona “todo proceso de comunicación tiene efectos inmediatos colectivos e inevitables”.

Para analizar cuáles son los efectos que tuvieron los comunicadores sociales luego de ser capacitados por los organismos técnicos de control y regulación de la comunicación. Es necesario partir de un punto teórico.

El estudio de Laswell sigue el camino del **mensaje** desde la salida del **emisor** hasta la llegada en el **receptor**, mediante lo cual, busca el **efecto** del



mensaje en el receptor. El modelo de Laswell es básicamente descriptivo por que analiza “un acto de comunicación” mediante 5 preguntas.

1.2.1. ESQUEMA DE COMUNICACIÓN

1.2.1.1. Gráfico 1

¿Quién?	Emisor
¿Qué dice?	Mensaje
¿A quién?	Receptor
¿Por qué canal?	Medio de Comunicación
¿Con qué efecto?	Efecto

FUENTE: <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-comunicacion-de-harold-laswell.html>

ELABORACIÓN: Julita Palacios y Lourdes Morocho.

“¿Quién dice? (Análisis del control) Factores que inician y guían el acto de comunicación (comunicador). Emisor: el emisor es la persona que se encarga de emitir el mensaje.

¿Qué dice? (Análisis de contenido) -Los contenidos del mensaje. Mensaje: Lo que dice y expresa el emisor.

¿Por qué canal? (Análisis de los medios) - la radio, la prensa, las películas y otros canales Canal: Es el medio físico por el cual se envía el mensaje.

¿A quién dice? (Análisis de la audiencia) - personas a las que llegan los medios. Receptor: Es aquel que recibe el mensaje del emisor.

¿Con qué efecto? (Análisis de los efectos) - impacto sobre las audiencias. Efecto: que es lo que quiere que el Emisor capte o entienda” (Mora, 2013)



1.2.2. EFECTOS

Para iniciar nuestro estudio de los efectos causados por las capacitaciones, lo primordial es la comunicación del emisor que envía el mensaje y el efecto que tiene el receptor a partir del mensaje recibido. A lo que añade (Altamiro, 2012) “Berlson ciertos tipos de asuntos, presentado a cierto tipo de personas, producen cierto tipo de efecto”. Entonces el destinatario al recibir el mensaje tendrá necesariamente un efecto de cambio.

¿Cómo se produce un efecto?

Los efectos son procesos que significa pasar de un estado a otro, es un “acto-hecho” en el contexto social que se realice la comunicación. Como ejemplo: las capacitaciones desarrolladas producen un efecto cuando el emisor y receptor están en relación social, porque surge un cambio, luego de recibir el mensaje.

El efecto está ligado a la persuasión, porque ambos elementos son de cambio: los dos quieren guiar hacia objetivos predeterminados. Los organismos al difundir la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) a través de las capacitaciones contribuyen a que se den “procesos de conversión” en forma de cambio.

(García, Sílberman Sarah, y Ramos, Lira Luciana, 2000, pág. 205) “El efecto persuasivo se presenta cuando el sujeto asimila el contenido de los mensajes a los que se expone y termina aceptándolos. Este efecto ocurre básicamente en la esfera cognitiva, y se refleja en conocimientos, creencias u opiniones manifiestos”.

Los comunicadores al entablar una relación con el mundo de la información; deben tener conocimiento de las normas legales, esto es necesario para un buen funcionamiento de los medios.

Es importante el entendimiento, la coordinación, la democratización y la socialización de la misma; para alcanzar una reproducción con conocimiento y



responsabilidad social, aspectos que gira para que el individuo tenga interpretaciones con consensos.

Siguiendo esta conceptualización los organismos técnico de regulación y control, al impulsar la democratización de la comunicación mediante capacitaciones, talleres, conferencias a comunicadores sociales en la zona 6; es para que, los contenidos de la información que emiten los comunicadores sociales en los medios sean manejados bajo marcos jurídicos.

Por ello, esté modelo presenta un emisor que transmite un mensaje a un destinatario para que haya una reacción, obteniendo un efecto relacionable con dicha finalidad. Los papeles de comunicador y destinatario aparecen aislados de las relaciones sociales, situaciones en su mayoría desconocidas al momento de producir los procesos comunicativos.

Ciertas capacitaciones, talleres y conferencias realizadas a diferentes actores de la comunicación, producen ciertos efectos. Lo cual no asegura que tenga el efecto deseado por el capacitador, pero sin lugar a duda, cada tema desarrollado en las capacitaciones causara efectos de cambio en el capacitado. Así como la comunicación humana desde los tiempos antiguos hasta los actuales pasaron por diferentes etapas progresistas, se desplego desde los signos, señales, habla, lenguaje, escritura, imprimir y actualmente medios de comunicación con alta tecnología. Según (De Fleur, Melvin L., y Ball, Rockeach Sandra, 1993, pág. 193) “acerca de estas transiciones es que cada una tuvo “efectos” importantes. Es decir, cada una trajo consigo cambios importantes que afectaron tanto al pensamiento humano en el nivel individual como al desarrollo cultural en el nivel colectivo”. , de esta misma forma las capacitaciones emitidas por la SUPERCOM y CORDICOM traerá efectos de cambio progresivos a nivel individual de los comunicadores sociales y grupales que es la sociedad en general.

Esté modelo de comunicación adaptado a la socialización de los cambios legislativos que se producen en el Ecuador, a partir de la vigencia de la



Constitución 2008 la cual indica la creación de varias leyes, entre ellas la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), y dentro de ella la conformación de los organismos técnico de regulación y control de la comunicación; los mismos que son: La Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM) y El Consejo de Regulación y Control de la Información y Comunicación (CORDICOM).

Estos organismos técnicos de control y regulación de la comunicación, son unos de los grandes cambios legislativos; los cuales actúan como emisores, porque su interés fundamental, es socializar los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), a través de capacitaciones a comunicadores sociales, para ellos es primordial alcanzar efectos de cambio en los autores de la información.

Es este caso, la LOC se convierte en el mensaje, según el modelo de Lasswell, porque es lo que, debe llegar al receptor que es el más involucrado en los cambios de difusión de la información. El comunicador social como receptor es quien recibe el mensaje-LOC, emitido por los organismos de regulación y control, toda esta comunicación pasa por un medio que son las capacitaciones, las mismas que son desarrolladas en espacios donde existen interferencias de diferentes índole.

Las interferencias conocidas como ruido según lo describe el modelo lineal de Shannon y Weaver; lo cual para el emisor no le será posible aportar con claridad el mensaje y por ende no se dará los efectos deseados de comunicación (Galeano, 1997, pág. 7) “Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, o del receptor, del mensaje, etcétera”.



1.2.3. Los elementos de la comunicación desde el punto de vista de Mario Kaplun

Mario Kaplun, explica que la comunicación más simple engloba un proceso complejo

“La teoría comunicativa distingue tres etapas básicas en toda comunicación: la emisión, la transmisión y la recepción.

1. **LA EMISIÓN.** En el origen de toda comunicación hay una fuente, alguien que desea comunicar algo a otro. Cuando dos personas conversan, el que tiene la palabra lleva consigo en su mente una idea, una información, una experiencia, un estímulo, que desea transmitir a su interlocutor; esto es, un mensaje (...)
2. **LA TRANSMISIÓN.** Esa señal emitida debe viajar hacia el destinatario a través de algún **medio** o **canal** de transmisión (...)
3. **LA RECEPCIÓN.** Las palabras transmitidas (señal) llegan hasta el oído del interlocutor –órgano **receptor**—el cual percibe los signos; por impulsos neurológicos, éstos llegan hasta el cerebro, su **destinatario**, el cual decodifica el mensaje, lo reconstruye, lo interpreta, lo registra y reacciona ante él”. (Kaplun, 1978, págs. 98-99)

1.3. ANÁLISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido dentro de la comunicación se le considera como: una técnica descriptiva, interpretativa y se caracteriza por investigar procedimientos comunicativos, la cual es de uso frecuente en mensajes, discursos y textos.



¿Qué es un análisis de contenido?

El análisis de contenido permite descubrir un nuevo conocimiento del mensaje y revelar el sentido de la expresión.

Para (Raymond, 2011, pág. 6) “el análisis de contenido es el conjunto de los métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos”

Dentro esta concepción, el análisis de contenido es una herramienta fundamental que nos permitirá conocer los efectos que causaron las capacitaciones en Comunicadores Sociales las mismas que fueron desarrolladas por los organismos de regulación y control SUPERCOM y CORDICOM, con la difusión de la LOC; estos organismos buscan el cambio de comportamiento en los comunicadores sociales a través de la difusión de contenidos de calidad y así lograr el propósito que busca el Estado con la democratización de la comunicación.

Los mensajes son procesos comunicativos que necesitan ser investigados, a través de un análisis de contenido mediante el cual conoceremos las inferencias acerca del emisor y receptor para descubrir el significado latente del mensaje. Esto se alcanza aplicando la siguiente metodología

1.3.1. Metodología del análisis de contenido

Para el análisis de contenido los teóricos sugieren los siguientes pasos:

- a) Selección de la comunicación que será estudiada;
- b) Selección de las categorías que se utilizarán;
- c) Selección de las unidades de análisis, y
- d) Selección del sistema de recuento o de medida” (Piñuel, 2013, pág. 7)



1.4. CAPACITACIONES

Partiendo desde un enfoque de la comunicación científica; citas tomadas del libro de **(Ferrer, 2001, pág. 47)** “Manuel Martín Serrano, la comunicación es una teoría que se interroga sobre el qué, el cómo y porqué de la comunicación; un proceso en el cual se pone en funcionamiento componentes de muy distinta naturaleza: actores, expresiones, medios y representaciones”

También “E. X. Dance destaca que la comunicación es el campo de investigación sobre el cual se basa toda la ciencia de la sociedad puesto que constituye el fundamento y la fuente de todas las actividades y relaciones que son distintivas de los seres humanos”.

Siguiendo estas concepciones teóricas; la capacitación es una figura que se destaca dentro de la perspectiva comunicativa científica, esta se convierte en una herramienta vinculante entre un emisor para difundir los contenidos que necesiten ser socializados y el receptor quien le da una interpretación de cambio social a lo expresado.

Las capacitaciones al ser prioridad en las relaciones humanas, buscan los mejores procesos para encontrar perspectivas que aporten al contexto social. Siendo estas, oportunidades de apoyo para adaptarse a nuevos cambios políticos y por ende desarrollar una comunicación en donde los organismos públicos y privados, con diferentes necesidades e intereses, se ajusten a la democratización de la comunicación que es el fin de la política en el Ecuador.

Las capacitaciones se dan en espacios de diálogo, en donde su función es el cumplimiento de una tarea concreta, la cual, se adecua a las necesidades que presentan los diferentes entornos e impulsan la armonía social y el cambio colectivo de los organismos multilaterales. (Soly, 2009) “La Capacitación: está diseñada para permitir que los aprendices adquieran conocimientos y habilidades necesarias para su puesto de trabajo. El crecimiento resiente de la necesidad de capacitación surge de las necesidades de adaptarse a los



rápidos cambios ambientales, mejorar la calidad de los productos y servicios e incrementar la productividad para que la organización siga siendo competitiva”.

1.4.1 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

1.4.1.1. TEORÍA DE LA ESTRUCTURACIÓN ADAPTADA

La importancia de las teorías de la comunicación en el estudio y análisis del comportamiento de la sociedad en los diferentes contextos de la vida cotidiana, se convierte en un instrumento que nos permite descubrir cuáles son los cambios y los nuevos paradigmas que se forman en las sociedades contemporáneas, como es el caso del Ecuador, con la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), que genera un gran espacio para el estudio comunicacional, ya que involucra sectores como política, la democracia, la ciudadanía y los medios comunicación.

En la teoría de la estructuración adaptada, “Giddens, centra su atención en la manera en que las estructuras sociales moldean y son moldeadas por las acciones humanas, produciendo y reproduciendo el sistema social por medio de la utilización de reglas y recursos sociales durante la interacción” (Fernández, Collado Carlos, y Galguera, García Laura, 2009, pág. 62).

Y si hablamos de moldear las estructuras sociales Ecuador, con la democratización de la comunicación involucra a la ciudadanía, las instituciones hacia un proceso de una libertad, mediante reglas guiadas por las estructuras de poder.

1.4.1.2 PREMISAS DE LA TEORÍA DE LA ESTRUCTURACIÓN ADAPTADA

Según Giddens, la función de la teoría de la estructuración adaptada, se basa en los siguientes principios:

- “Los grupos y las organizaciones se producen y reproducen mediante el uso de reglas y recursos.



- Las reglas de comunicación son a la vez medio y consecuencia para las interacciones.
- Las estructuras de poder están presentes en las organizaciones y guían el proceso de toma de decisiones al facilitarnos información sobre cómo alcanzar mejor nuestros fines” (Torres, 2014)

La interpretación de estas premisas nos deja ver que los procesos comunicativos en la vida de la sociedad, parten o están influenciados por el pasado, es decir que las leyes o reglamentos que fueron adoptados con anterioridad, son base para la creación de nuevas reglas o la fomentación de nuevos comportamientos.

Siguiendo esta línea y tratando de guiar nuestra investigación según la teoría de la estructuración adaptada, hablaremos de los cambios que se producen en el Ecuador, en los temas referidos al campo de la comunicación.

En donde vemos que el Estado Ecuatoriano a través de la Constitución de Montecristi, protege los derechos de la comunicación y la información, a través de la creación de la Ley Organiza de Comunicación (LOC) a la vez, está ordenó la creación de organismos de regulación y control, quienes fomentan el cambio de sus actores principales, para garantizar la democratización de la comunicación.

Por lo tanto este contexto se aplica a la teoría de la estructuración adaptada porque cumple con sus principios básicos.

1.4.1.3. TEORÍA DE LA INFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación mirada desde el punto de vista organizacional, se caracteriza por una retroalimentación es decir, nace de un sistema que trata de exponer las interrelaciones entre sujetos, haciendo que la comunicación parta de una fuente hacia un receptor, centrando su atención en el mensaje con el objetivo de que la información transmitida sea entendida por los miembros de la organización.



“Karl Weick(1995) considera a las organizaciones como un sistema que toma información de su entorno y le da sentido. Su enfoque para describir el proceso a través del cual las organizaciones seleccionan, interpretan y utilizan (dan sentido) la información se centra, a diferencia de otras teorías, en el mensaje más que la estructura de la organización” (Fernández, Collado Carlos, y Galguera, García Laura, 2009, pág. 67).

Siguiendo este pensamiento teórico y para comprender sus lineamientos, es necesario que la teoría organizacional se desarrolle en las siguientes tres fases:

- Representación
- Selección
- Retención

A partir de estos conceptos básicos podemos decir que la teoría de la información organizacional, busca la interconexión de los individuos a través de la captación de información equivocada de su entorno obteniendo un conocimiento para darle sentido y mejorar el pensamiento crítico de los miembros de un grupo.

La comunicación según este contexto nace en la *Representación*, cuando se define la situación y se da el tratamiento de la información, luego sigue el proceso de *Selección*, aquí se produce una selección de información cuando disminuye las equivocaciones al escoger y reducir las posibilidades de mejorar el mensaje y finalmente este proceso converge en la *Retención* que consiste en decidir qué información tiene el significado necesario para ser retenida y luego en el futuro dará un conocimiento a los miembros del grupo.

1.4.2. ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN

La comunicación al desarrollarse en un campo multidisciplinario, necesita de herramientas para lograr la comprensión del mensaje entre emisor y receptor,



para ello se sirve del apoyo de estrategias de comunicación, cuyo propósito es alcanzar objetivos a través de métodos, técnicas y enfoques de comunicación.

¿Qué son estrategias de comunicación?

“La estrategia de comunicación es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado” (Arnaiz, Ortiz, Díez, Urretxaga, Fernández, Gutiérrez, 2002)

La comunicación desde esta orientación es comprendida como un encuentro sociocultural, que mediante estrategias resuelve los problemas de los entornos sociales.

La teoría de la información organizacional mantiene el proceso comunicativo, y se apoya de las estrategias, cuando busca la interrelación de la fuente con su destino a través del mensaje; es aquí donde se da la transformación deseada, ya que mediante una buena selección e interpretación de la información se puede promover un efecto de cambio entre los actores de la comunicación. Si trasladamos esta perspectiva a nuestra investigación vemos que estos principios se cumplen, porque existe una relación entre la fuente y destinatario es decir la interrelación entre los organismos técnicos de regulación y control SUPERCOM y CORDICOM con los comunicadores sociales (personas capacitadas por estos organismos) mediante el mensaje que en este caso es cambiar el comportamiento de los comunicadores sociales, mediante capacitaciones y socializaciones de la LOC. De esta manera vemos que la comunicación se apoyó de las estrategia, ya que estas son normativas que indispensablemente son aplicadas dentro de las capacitaciones o en cualquier escenario, es el punto clave para lograr un objetivo, en este caso es capacitar a los comunicadores sociales.



“Las estrategias pueden cumplir una función específica, sirven a un propósito determinado y ser complementarias en el marco de un proceso de comunicación para el cambio social. Cada estrategia cuenta con unos referentes conceptuales y teóricos y se acompaña de una experiencia que facilite al lector la comprensión de la aplicación de la misma” (Rodríguez, Clemencia Obregón, Rafael Vega, M.Jair, 2002, pág. 37)

Dentro de las capacitaciones, se debe tener en cuenta las siguientes características de una estrategia:

- “Una intención de transformación en una cierta dirección. En este sentido, la estrategia de comunicación implica la búsqueda de un cambio sociocultural situado, guiado por valores y objetivos de transformación que se construyen en conjunto con los otros.
- Una intención de incluir la diversidad. La metodología de comunicación estratégica considera la participación del otro en su definición, diseño e implementación, reconociendo la potencia de la auto-organización.
- Un trabajo transdisciplinario y multiparadigmático que integra los saberes de la ciencia en pos de una transformación situada. El trabajo de diseñar una estrategia de comunicación no puede quedar reducido a una sola mirada; por el contrario, implica integrar diferentes saberes y dominios para propiciar encuentros abiertos a la complejidad” (Massoni, 2013, págs. 19,20)

Mediante estas características de una estrategia de comunicación, los problemas de los entornos sociales y el comportamiento de los individuos pueden ser transformados en la medida en que el mensaje sirva de estímulo para un efecto de cambio.



CAPÍTULO 2

2.1 ARTÍCULOS DE LA CONSTITUCIÓN DEL 2008

Los medios de comunicación son parte de la construcción de la identidad cultural de los pueblos y las sociedades, es por ello, que los medios deben estar regidos bajo normas jurídicas y reglamentos. En América Latina, los conceptos jurídicos de los medios de comunicación se han transformando con el propósito de alcanzar una democratización de la comunicación, como es el caso de: “Brasil, Uruguay, Argentina, Venezuela y Ecuador, quienes debaten el rol de los medios; su relación con los gobiernos, su estructura de propiedad y las leyes que lo regulan” (CIESPAL, 2013)

El artículo 384 de la Constitución de la República, establece que “el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana” (ASAMBLEA, CONSTITUYANTE, 2008)

“Que es necesario crear los mecanismos legislativos idóneos para el pleno y eficaz ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas, en forma individual o colectiva; Que es indispensable adecuar un régimen de legislación especializado que procure el ejercicio de los derechos de una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa, participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; Que en concordancia con las normas programáticas sobre el sistema de comunicación social, contenidas en la Constitución de la República” (ASAMBLEA, Ley Orgánica De Comunicación, 2013)

2.1.1 RESEÑA JURÍDICA DE LOS MEDIOS EN EL ECUADOR

En el Ecuador, previo a la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) los periodistas y los medios de comunicación estaban regulados bajo



distintas normativas, códigos y reglamentos jurídicos; entre ellos se destaca los siguientes: *“Ley de Ejercicio Profesional del Periodista promulgada en septiembre de 1975; la Ley de Radiodifusión y Televisión expedida en abril de 1975; un Código de Ética del Periodista Profesional vigente desde 1980 y el Decreto Presidencial de noviembre de 1966... Desde 1966 hasta 1981 se dictaron decretos, reglamentos y acuerdos ministeriales, en número de 12... Que fueron todos ellos la normativa complementaria que ha venido regulando la labor de los comunicadores sociales y de los medios de comunicación colectiva”*, según lo explica (Suñing, 2010).

La transformación de la comunicación en el Ecuador inicia con la Constitución del 2008, la cual enmarca varias disposiciones referentes a los medios de comunicación entre ellos la aprobación de la Ley de Comunicación, en donde busca democratizar la comunicación; terminar con la concentración de los recursos mediáticos, y el oligopolio o monopolio de los medios y el uso de frecuencias. Sin negar la correlación que existe entre la política, la democracia y la comunicación.

Además la Constitución promueve el régimen del Buen Vivir *“Con lo cual podemos establecer que en realidad la comunicación es un puntal en la construcción de una sociedad más justa, es por ello que en nuestra actual Constitución, se ha dado una importancia primordial a este derecho consagrado en los artículos 16, 17, 18, 19, 20, 66 numeral 6 y además el artículo 384, en su transitoria primera ordenaba la aprobación de una ley de comunicación en los próximos 180 días a la aprobación de la carta magna. Sin embargo recién el 2013 se logró aprobar esta ley, claramente incumpliendo el mandato que el soberano había dado”* (Universidad de Cuenca, 2013, pág. 72)

Siguiendo esta perspectiva jurídica, podemos decir que los medios de comunicación se convierten en el escenario, en donde se construyen los diálogos democráticos de respeto y tolerancia; garantizando la libertad de expresión de los ciudadanos.



2.2 LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.

El proyecto de Ley Orgánica de Comunicación inició su primer debate en la Asamblea Nacional el 22 de diciembre del 2009 y el 5 de enero del 2010, pero no fue aprobada por falta de consenso; por lo que nuevamente se realizó un segundo debate el 16, 22, y 24 de noviembre de 2011, el 11 de abril de 2012; y el 14 de junio del 2013, fecha en la que fue aprobada, y entró en vigencia el 25 de junio del 2013.

“El principal objetivo de la ley de comunicación es universalizar el derecho a la comunicación, así como democratizar el acceso de la población a los medios y a las tecnologías; lograr una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, tal como lo establece la Constitución” (Universidad de Cuenca, 2012)

La Ley Orgánica de Comunicación está constituida por: 119 artículos, 24 disposiciones transitorias, 6 disposiciones reformatorias y 2 disposiciones derogatorias.

Con la Ley inicia el proceso de regulación de contenidos de los medios a través de organismos de control y regulación como la Superintendencia de la Información y la Comunicación (SUPERCOM) y El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (CORDICOM). Otro punto importante de la ley es la regulación de contenidos. Lo que permitiría garantizar los derechos ciudadanos en el campo de la información y comunicación para todas y todos los ecuatorianos.

2.3. REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.

El reglamento es un conjunto de parámetros que adquieren sentido a través de una norma legal, el cual opera como instrumento para mantener un orden



social y de equidad. “Los reglamentos se necesitan para que toda convivencia se rija por determinadas pautas convencionales. Para quienes no cumplen lo dispuesto en el reglamento, a veces, se prevén sanciones” (Deconceptos.com, 2016)

La Ley Orgánica de Comunicación establece que es menester expedir una reglamentación que defina los criterios para la aplicación de derechos, competencias, obligaciones y deberes de las autoridades, instituciones y demás actores regulados.

“En ejercicio de las facultades previstas en el numeral 13 del artículo 147 de la Constitución de la República, EXPIDE EL REGLAMENTO GENERAL A LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN Art. 1.- Objeto y ámbito.- Este reglamento norma la aplicación de los derechos y obligaciones establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, así como el ejercicio de las atribuciones y el cumplimiento de las responsabilidades de las autoridades e instituciones que realizan rectoría, regulación, gestión y control administrativos en el marco de dicha ley” (ASAMBLEA, Ley Orgánica De Comunicación, 2013)

2.4. ORIGEN DE LOS ORGANISMOS DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LOS MEDIOS.

Según la definición de (WorPress, 2008-2015), el término regulación suele utilizarse como sinónimo de normativa. La regulación consiste en el establecimiento de normas o leyes dentro de un determinado ámbito, el objetivo de este es llevar el control y garantizar los derechos de todos los integrantes. Quienes son regulados deben acatar una serie de reglas ya establecidas para evitar cometer una falta. Por eso es importante el adecuado cumplimiento de sus medidas vigentes.

La Constitución 2008, reconoce a la comunicación como un derecho, y a la información como un bien público, por ello, el rol



del Estado Ecuatoriano es velar por la democratización de la palabra que se pública o enuncia a través de los medios de comunicación social. En *el art. 19 expone que la*
“Ley que regulara la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentara la creación de espacios para difusión de la producción nacional independiente (...)”
(ASAMBLEA, CONSTITUYANTE, 2008)

Cumpliendo al mandato de la vos popular del 7 de mayo de 2011, cuando la mayoría de ecuatorianos dijo “SI” a la pregunta ¿Está usted de acuerdo que se dicte una ley de comunicación que cree un Consejo de Regulación que norme la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita, que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios; y que establezca los criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores? (Preguntas de la consulta popular, 2010).

Desde aquí surge el origen a la necesidad de contar con una normativa que regule el ámbito comunicacional e institucional para su aplicación.

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC), es un cuerpo legal inédito que desarrolla, protege y regula el ejercicio de los derechos a la comunicación, con 89 artículos que estipulan disposiciones transitorias, reformatorias, derogatorias y disposiciones finales. En forma general, la LOC es una legislativa para el pleno y eficaz ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas, en forma individual o colectiva.

La LOC dio origen a la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM) *“cuyas facultades procuran abrir nuevos espacios de participación en el acceso a la información, así como regular los contenidos en función del derecho público y del bien común. El principal objetivo es fortalecer*



la democracia, la identidad social y cultural para todos y todas las personas, sin discrimen de edad, género, opinión política o religiosa y para la inclusión de personas con discapacidad". (SUPERCOM, 2014, pág. 3)

Según el art. 55 de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, la Superintendencia de la Información y la Comunicación (SUPERCOM) es el

“Organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa; que cuenta con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación”

Bajo este marco legal la SUPERCOM Zonal 6; al iniciar las diversas actividades tiene como prioridad la socialización de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC); con diferentes mecanismos como: capacitaciones, talleres, foros, conferencias entre otros.

La entidad para el año 2014, tuvo como meta **“capacitar”** al 8.42% de los ciudadanos, pero basándonos en los datos de la (SUPERCOM, Rendición de Cuentas 2014) este objetivo fue superado, con el 1,21%, alcanzando el 9.63%, es decir 6862 ciudadanos capacitados, sobre los contenidos, de la Ley Orgánica de Comunicación. Además tenían como meta **“informar”** a un 10% de la ciudadanía sobre la Ley Orgánica de Comunicación, sin embargo este objetivo no alcanzo las perspectivas planteadas, logrando únicamente el 6.83% lo que equivale a 65.318 ciudadanos informados.

“Es bajo esa perspectiva, la Superintendencia de la Información y la Comunicación emprendió, una vez iniciada sus actividades, diversos mecanismos, no solo para socializar la Ley de comunicación, sino, lo más importante, una labor pedagógica con los medios de comunicación a fin de facilitar su cumplimiento. En suma educar para prevenir según



manifiesta Carlos Ochoa Superintendente de la SUPERCOM” (Ochoa, Juarado, Villamarín , 2015)

Mediante esta perspectiva, la Intendencia de la Información y Comunicación Zonal 6, que comprende las provincias de Azuay, Cañar, y Morona Santiago, comenzó actividades través de su titular, Luis Enrique Zamora, el 27 de enero del 2014. El mismo que desarrolla sus funciones.

Conocer la Ley, sirve para actuar con responsabilidad y transparencia con la información que se vierta en los medios, lo cual, evitará alguna sanción a los medios de comunicación y comunicadores.

“Los periodistas-comunicadores tienen graves responsabilidades básicas: informar y orientar a los pueblos para satisfacer el derecho social de la información y para guiar, educar, concienciar, a los grupos humanos sobre los asuntos que tengan trascendencia y sean de interés público afecten directa o indirectamente a la existencia y desarrollo de la sociedad” (Santillán, 2006, pág. 248)

Efectivamente, la Ley Orgánica de Comunicación reemplazó con toda legitimidad, desde que entró en vigencia. En su art. 47 consta el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), un organismo de “cuerpo colegiado con personalidad jurídica, autonomía funcional, administrativa y financiera, cuyo presidente ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de esta entidad. Sus resoluciones son de obligatorio cumplimiento”. (ASAMBLEA, Ley Orgánica De Comunicación, 2013)

2.5 CREACIÓN DE LOS ORGANISMOS

La Superintendencia de la Información y la Comunicación (SUPERCOM) y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) se crearon con misión, visión, valores, objetivos, planificaciones



estratégicas de desarrollar normas, mecanismos que regulen y vigilen el control del derecho a la Comunicación e Información; y su función se da a través de una estructura orgánica.

La génesis de Superintendencia de la Información y la Comunicación, se da el 13 de octubre de 2013, cuando la Asamblea Nacional posesiono a Carlos Ocho como el primer Superintendente.

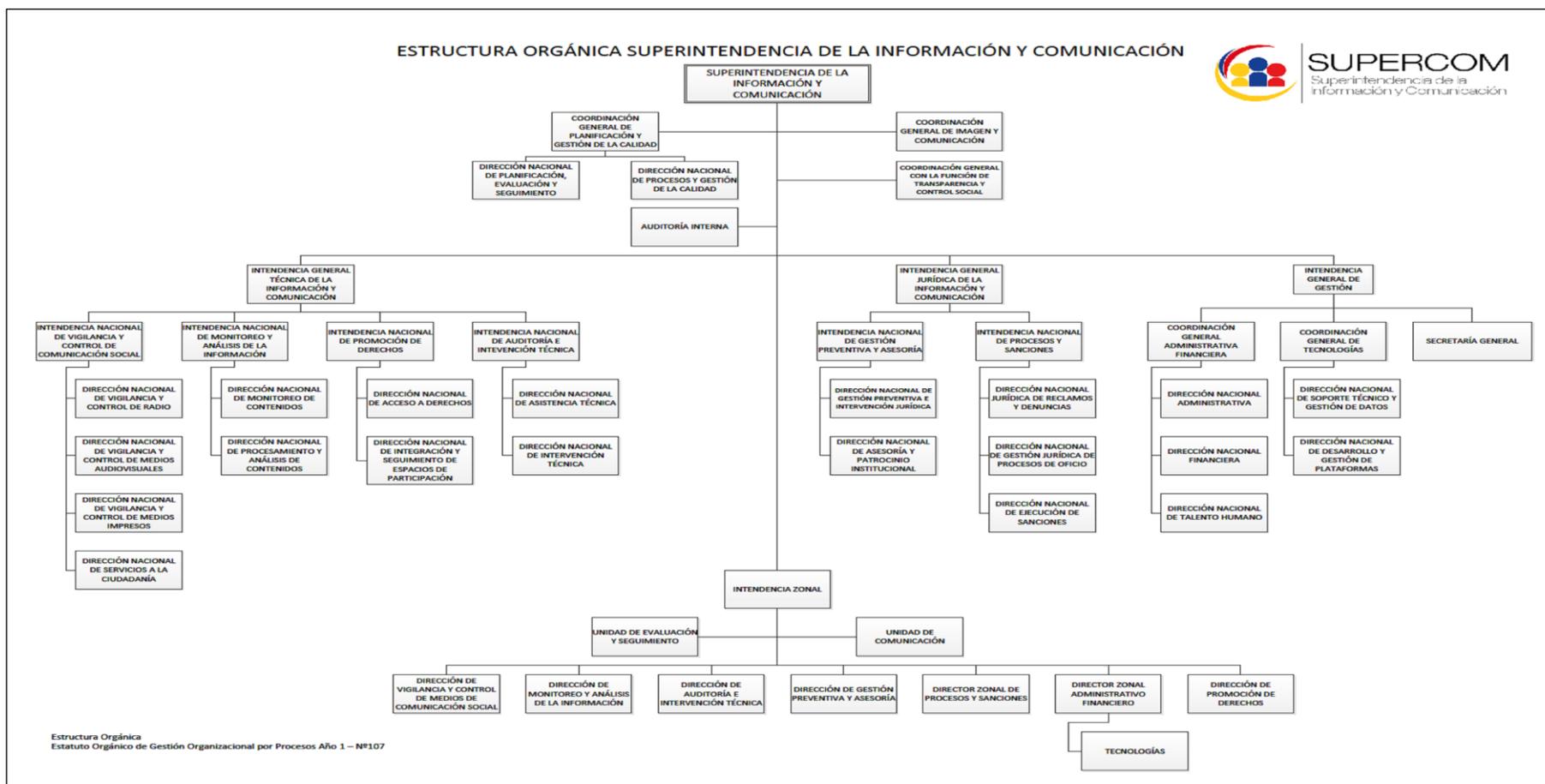
2.5.1. SUPERCOM

***“Misión:** Garantizar el acceso y ejercicio de los derechos de las personas a recibir información veraz, objetiva, oportuna, plural, contextualizada, sin censura previa; y, a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos mediante la vigilancia, auditoria, intervención y control del cumplimiento de la normativa, como sustento para el Buen Vivir.*

***Visión:** Ser el organismo técnico y autónomo, que lidera la vigilancia y control permanente del cumplimiento de los derechos de la información y comunicación”.* (SUPERCOM, <http://www.supercom.gob.ec>, 2014)



2.5.1.1 GRAFICO 2



Fuente: SUPERCOM

ELABORACIÓN: <http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/organigrama>



2.5.1.2 VALORES DE LA INSTITUCIÓN

2.5.1.2.1. GRÁFICO 3



FUENTE: SUPERCOM

ELABORACION: <http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores>

2.5.2.- CORDICOM

“Misión: Diseñar e implementar normativas y mecanismos para desarrollar, proteger y regular los derechos de la comunicación e información de conformidad con la Constitución, la Ley Orgánica de Comunicación y demás normas afines.

Visión: Ser el organismo público que lidere los procesos de democratización de la comunicación e información, y la ampliación del acceso de todas las personas de forma individual o colectiva a medios y tecnologías relacionadas con este campo, para que se garantice el pleno ejercicio de sus derechos constitucionales y alcancen el Buen Vivir”. (CORDICOM, 2014)



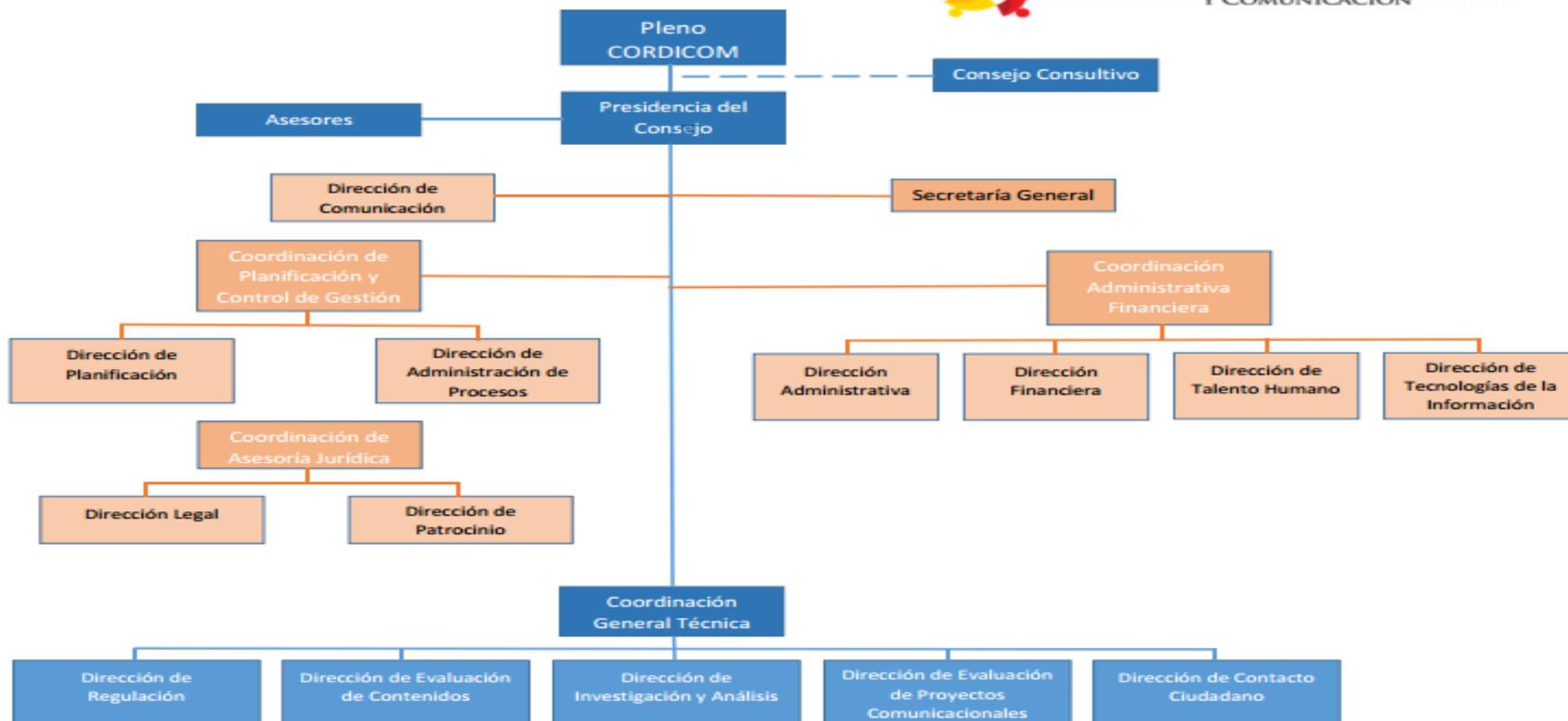
2.5.1. GRÁFICO 4

ESTRUCTURA ORGÁNICA - CORDICOM

JULIO 2014



CONSEJO DE REGULACIÓN
Y DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN
Y COMUNICACIÓN



FUENTE: CORDICOM
ELABORACION:

<http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Estructura-Organizacional-CORDICOM.pdf>



2.6 ATRIBUCIONES DE LOS ORGANISMOS SUPERCOM Y CORDICOM

“Art. 56 *Las atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación:*

1. Fiscalizar, supervisar y ordenar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre los derechos de la comunicación;
2. Atender, investigar y resolver las denuncias o reclamos formulados por las personas naturales o jurídicas, a través de sus representantes, en materia de derechos de la comunicación;
3. Requerir a los ciudadanos, instituciones y actores relacionados a la comunicación, información sobre sí mismos que fuere necesaria para el cumplimiento de sus atribuciones;
4. Aplicar las sanciones establecidas en el marco de esta Ley y de la regulación que emita la autoridad reguladora; y,
5. Las demás establecidas en la ley”. (ASAMBLEA, Ley Orgánica De Comunicación, 2013)

“Art. 49.- Atribuciones.- *El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación tendrá las siguientes atribuciones:*

- “1. Establecer los mecanismos para el ejercicio de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicación e información;
2. Regular el acceso universal a la comunicación y a la información;
3. Regular la clasificación de contenidos y franjas horarias;
4. Determinar mecanismos que permitan la variedad de programación, con orientación a programas educativos y/o culturales;
5. Establecer mecanismos para difundir las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales;
6. Elaborar y expedir los reglamentos necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones y su funcionamiento;
7. Elaborar estudios respecto al comportamiento de la comunidad sobre el contenido de los medios de información y comunicación;



8. Elaborar el informe vinculante, en los casos previstos en esta Ley, para la adjudicación o autorización de concesiones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión abierta, y para la autorización de funcionamiento de los sistemas de audio y video por suscripción;”
9. Formular observaciones y recomendaciones a los informes que le presente trimestralmente la autoridad de telecomunicaciones en el proceso de aplicar la distribución equitativa de frecuencias establecida en el Art. 106 de esta ley;
10. Elaborar el informe para que la autoridad de telecomunicaciones proceda a resolver sobre la terminación de una concesión de radio o televisión por la causal de incumplimiento de los objetivos establecidos en el proyecto comunicacional;
11. Crear las instancias administrativas y operativas que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones; y,
12. Las demás contempladas en la ley”. (ASAMBLEA, Ley Orgánica De Comunicación, 2013)

2.7 PRINCIPIOS Y DERECHOS DE LOS COMUNICADORES.

De acuerdo a Ley Orgánica de Comunicación (LOC), los comunicadores sociales, están normados bajo principios y normas deontológicas:

“**Art. 10.-** Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios;
- y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.



2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;



- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publicar reportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o a valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de



comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.” (ASAMBLEA, Ley Orgánica De Comunicación, 2013)



CAPITULO 3

3.1 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE LAS CAPACITACIONES REALIZADAS EN LA ZONAL 6, AÑO 2014.

La comunicación en el Ecuador ha tenido cambios en su estructura jurídica, surgiendo así la necesidad de que todos los actores de la comunicación se adapten a estas nuevas transformaciones. Partiendo de este contexto social, nació el realizar un análisis para conocer el efecto que causó la SUPERCOM con sus capacitaciones a los comunicadores y gente relacionada con los medios de comunicación.

A continuación en el presente capítulo se abordará, la recopilación e investigación de campo de los medios de comunicación de la Zonal 6 que comprende: Azuay, Cañar y Morona Santiago. Para nuestro análisis es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia; para comprender su esencia, explicar y aportar un conocimiento.

Al ser una investigación de carácter analítico, la metodología utilizada fue cuantitativa y cualitativa, a través de encuestas con preguntas abiertas, de opción múltiple y recursos estadísticos para la tabulación y el respectivo estudio. El método cualitativo nos permitió estudiar con profundidad el contexto de nuestro objetivo, mientras que la investigación cuantitativa nos ayudó a la generalización y objetivación de los resultados.

La Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), detalla (anexo 1) qué 131 medios de comunicación pertenecen a la Zonal 6, de los cuales 61 asistieron a las capacitaciones en el año 2014, (anexo 2) lo que corresponde a nuestro universo de análisis. Además como dato adicional, menciona que 1452 personas fueron capacitados, entre ellos: comunicadores sociales, estudiantes de comunicación, trabajadores en medios, directores, productores, artistas, compositores, autores y representantes de medios.



Cabe mencionar que para el análisis utilizamos la siguiente fórmula matemática:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + P \cdot Q}$$

Dónde:

- N = Población
- P = Probabilidad de ocurrencia 50%
- Q = Probabilidad de no ocurrencia 50%
- e = Nivel de error, para el estudio se trabajará con el 5%.
- K = Nivel de confianza 1.96 equivalente al 95%.

APLICACIÓN DE LA FORMULA

N= 61
P= 0,5
Q= 0,5
e= 0,05
k= 1.96

$$n = \frac{(61)(0,5)(0,5)}{(61-1) \frac{0,05}{1,96} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{15,25}{(60)0,0255+0,25}$$

$$n = \frac{15,25}{1,53+0,25}$$

$$n = \frac{15,25}{1,78}$$

n= 8,56

n= 9

Obtuvimos como resultado que debíamos encuestar a nueve medios de comunicación, pero la muestra no era representativa para nuestro análisis, es por ello, que la encuesta fue aplicada a los 61 medios de comunicación que es el universo.



Continuando con la investigación, la SUPERCOM nos facilitó información que nos sirvió para conocer el número de medios de comunicación que participaron, las temáticas difundidas y el número general de participantes. También menciona que los medios están distribuidos de la siguiente manera: 41 radios, 8 medios impresos y 12 audiovisuales.

En cuanto a las capacitaciones, la SUPERCOM organizó 22, con 13 temas diferentes; 17 difundidas con las siguientes temáticas: Charla Taller de Socialización Ley Orgánica de Comunicación. Taller Ley de Comunicación y Libertad de prensa. Conversatorio Ley Orgánica Comunicación (LOC) y Difusión de Contenidos Musicales. Reunión con Comunicadores Sociales. Conferencia Taller Redes; Autogestión y Nuevas Oportunidades de Circulación para la Música. Responsabilidad en la Cobertura y Difusión de los Sucesos y Temas Judiciales. Justicia Civil y Justicia Mediática: Los desafíos de Informar con Enfoque de Derecho. La Primicia, inmediatez, Investigación, Verificación y Contraste. Un compromiso para informar responsablemente. La Indagación Previa y la Investigación. Manejo de Redes y Fuentes. Clasificación de audiencia y franjas horarias. Conversatorio con sociedades de Gestión y Artistas de Cañar, Azuay y Morona Santiago. Socialización con Directores y Representantes de los medios de comunicación. Como dato adicional menciona que 5 medios de comunicación, solicitaron a la SUPERCOM ser capacitados sobre la Ley Orgánica de Comunicación y algunos artículos de interés.

Para cumplir con nuestro objetivo de conocer los efectos causados por las capacitaciones impartidas por la SUPERCOM se aplicó las encuestas, pero no todos los medios colaboraron, a pesar de nuestras insistencias, estos fueron: Radio la Mega 103.3 FM; Radio Matovelle 102.5 FM; Radio Atenas 95.7 FM; Radio Tarqui 1290 AM; Radio Maggica 92.1 FM; Radio Santa María 1400 AM;

Radio Cenepa 101.3 FM; La Revista Avance; Periódico Orgullo Ecuatoriano; Paute TV; Chavelo TV; Telerama; Cañar TV y Semanario Randimpa. También nos encontramos con medios que están fuera del aire, como: Radio La Roja

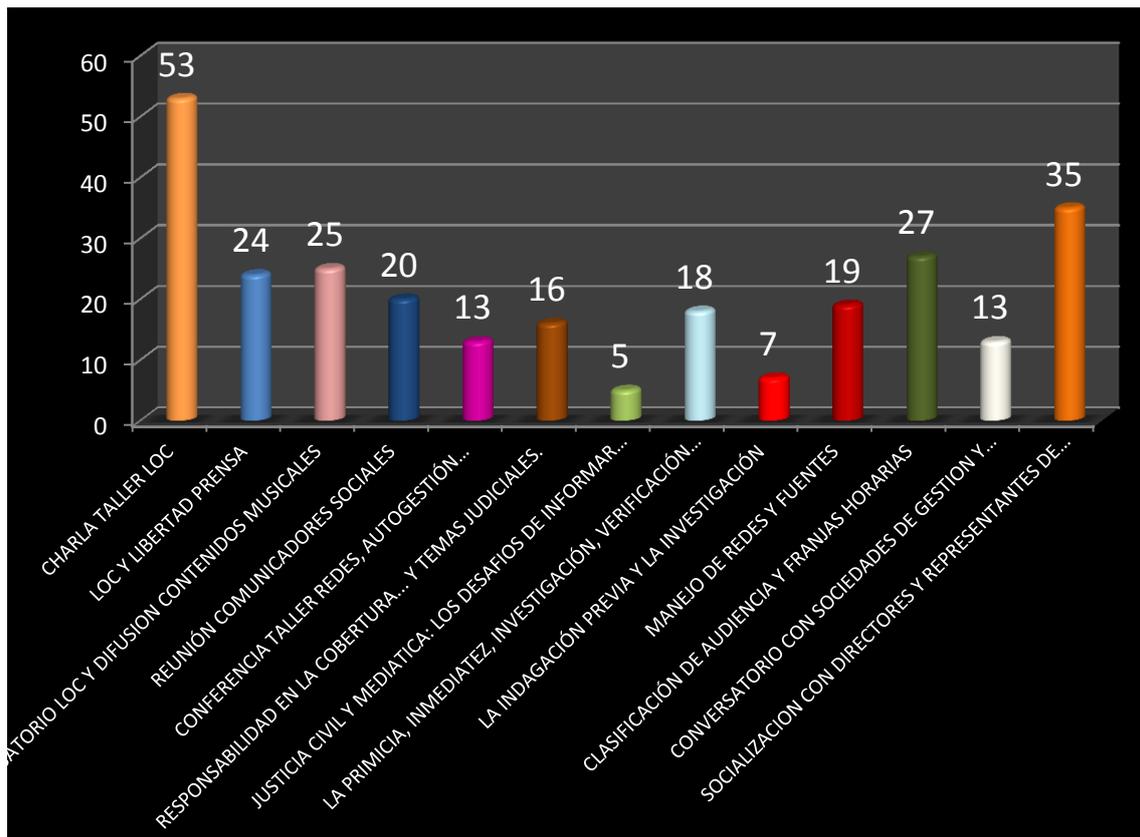


93.7 FM en el Azuay y Radio Canela 91.7 FM, Bonita TV, y Radio Limón 93.3 FM, en Morona Santiago.

Para la recopilar la información, procedimos a realizar la siguiente encuesta (anexo 3) la cual, está compuesto por 4 preguntas abiertas y de opción múltiple, a continuación se muestra los resultados generales de esta investigación. Los encuestados eran de uno a tres personas por medio de comunicación.

3.2 INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.

3.2.1. GRÁFICO 5



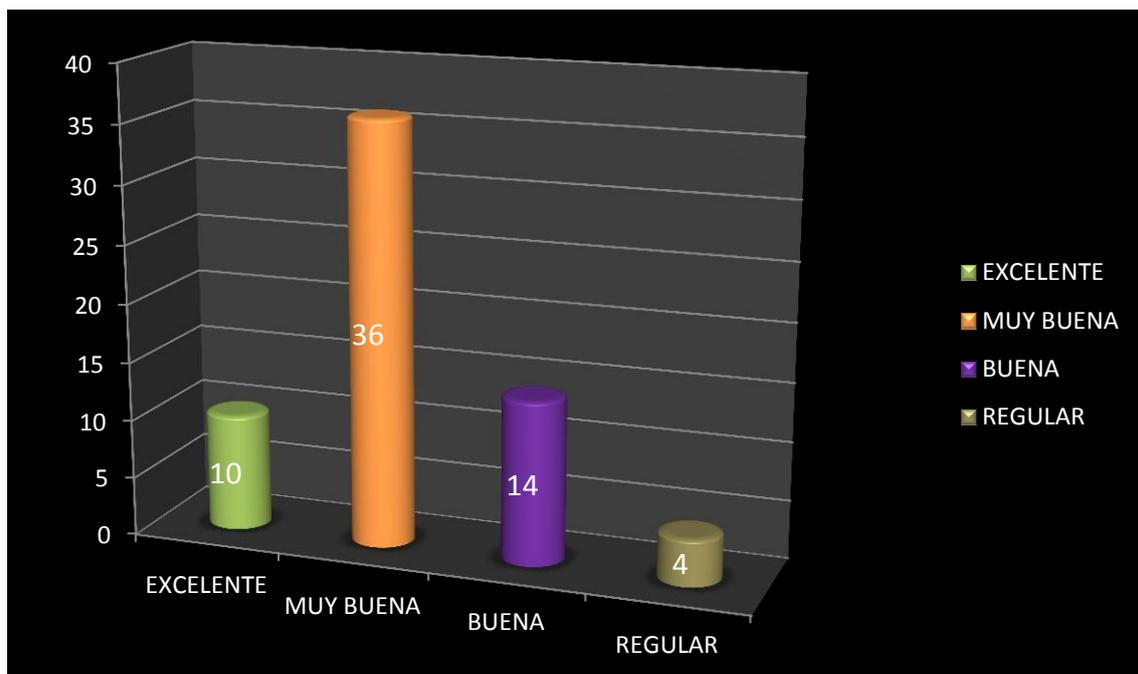
FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.

ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.



Interpretación: En el gráfico 5, que corresponde a la pregunta 1 que dice ¿De las siguientes capacitaciones que realizó la SUPERCOM, en el año 2014, a cual(s) asistió? se observa que 53 personas asistieron a la Charla Taller de Socialización de la Ley Orgánica de Comunicación, 35 a la Socialización con Directores y representantes de los medios de comunicación, 27 a la Clasificación de audiencia y franjas horarias, 25 al Conversatorio LOC y Difusión de Contenidos Musicales, 24 al Taller Ley de Comunicación y Libertad de prensa, 20 a la Reunión con Comunicadores Sociales, 19 al Manejo de Redes y Fuentes, 18 a La Primicia, inmediatez, Investigación, Verificación y contraste, 16 a la Responsabilidad en la Cobertura y Difusión de los Sucesos y Temas Judiciales, 13 a la Conferencia Taller Redes, Autogestión y Nuevas Oportunidades de Circulación para la Música, 13 al Conversatorio con sociedades de Gestión y Artistas de Cañar, Azuay y Morona Santiago, 7 a la Indagación Previa y la Investigación y 5 a la Justicia Civil y Justicia Mediática: Los desafíos de Informar con Enfoque de Derecho.

3.2.2. GRÁFICO 6



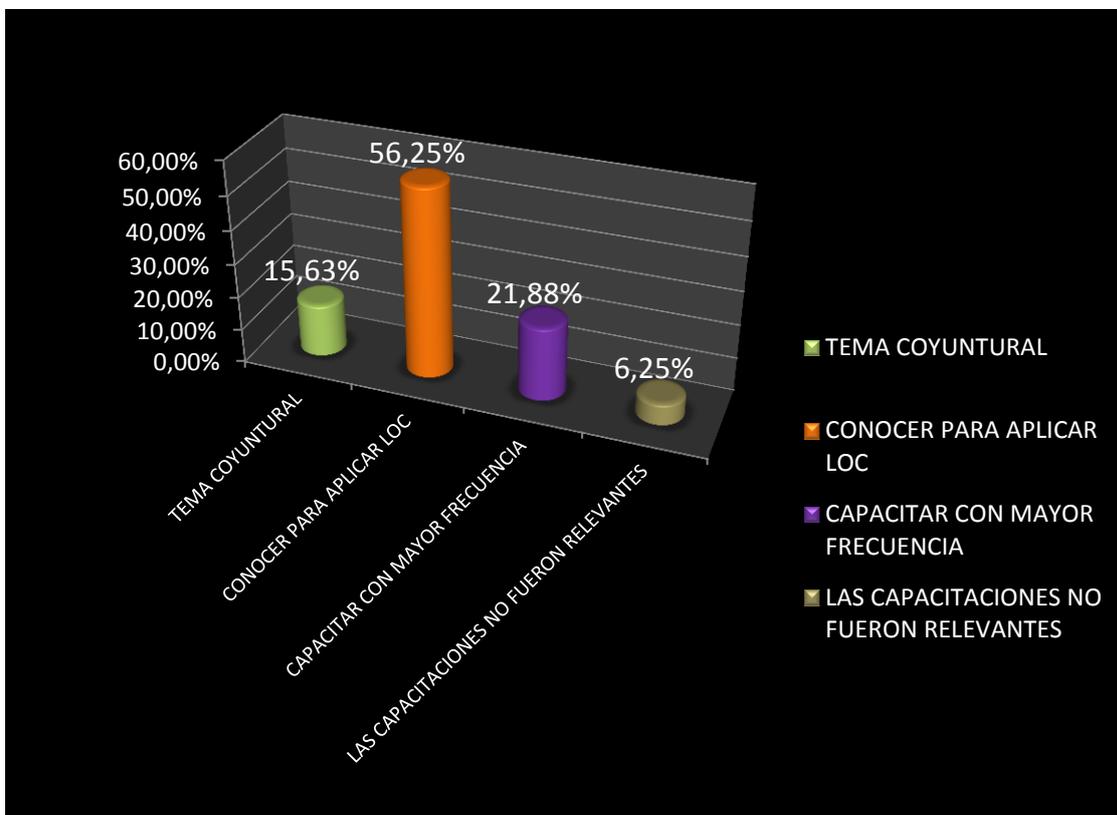
FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.

ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.



Interpretación: En el gráfico 6 correspondiente a la pregunta 2, que dice. El tema o temas a los que usted asistió y que fueron realizados por la SUPERCOM. ¿Cómo usted los cataloga? 36 personas catalogan a las capacitaciones como muy buena, 14 lo califican de buena, 10 como excelente y 4 dicen regular.

3.2.3. GRÁFICO 7



FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.

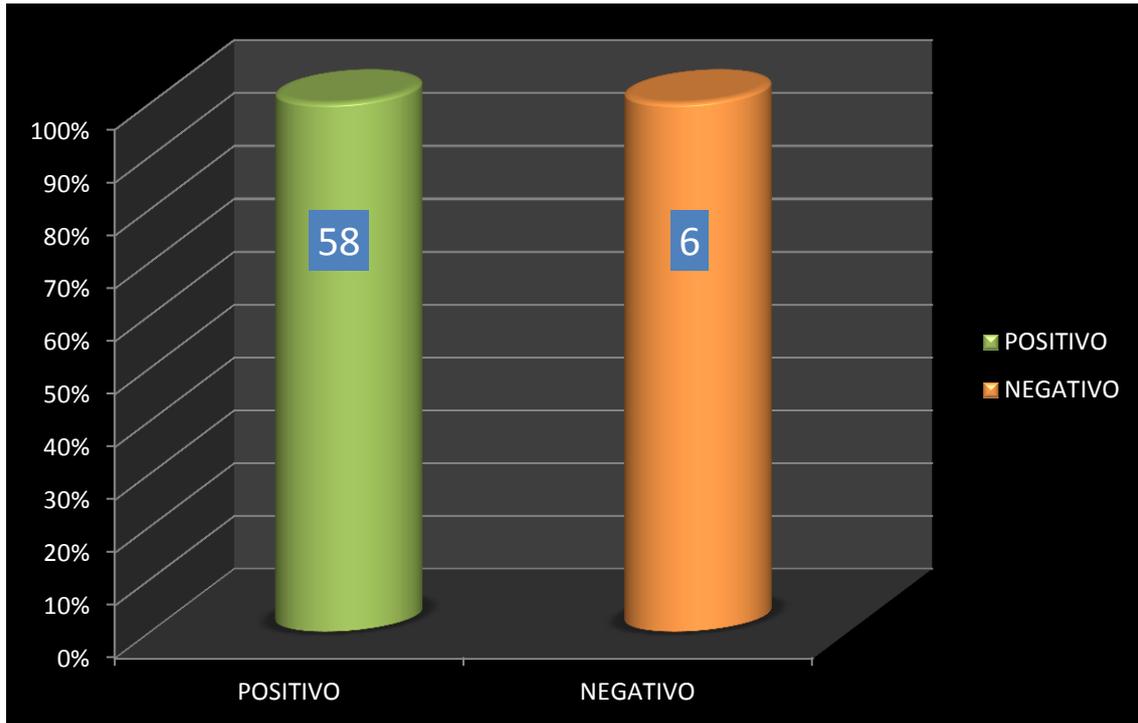
ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.

Interpretación: El gráfico 7 es una pregunta cualitativa y corresponde a la pregunta 2, aquí se escogió las respuestas que concuerdan con un punto de vista común, el criterio de las 10 personas dicen que es un tema coyuntural, corresponde al 15,63%; las 36 personas corresponden al 56,25% quienes opinan que es necesario conocer la Ley Orgánica de Comunicación para aplicarla; las 14 personas corresponde al 21.88% sugieren que se debe



capacitar con mayor frecuencia; y las 4 personas corresponden al 6,25% opinan que las capacitaciones no fueron relevantes.

3.2.4. GRÁFICO 8



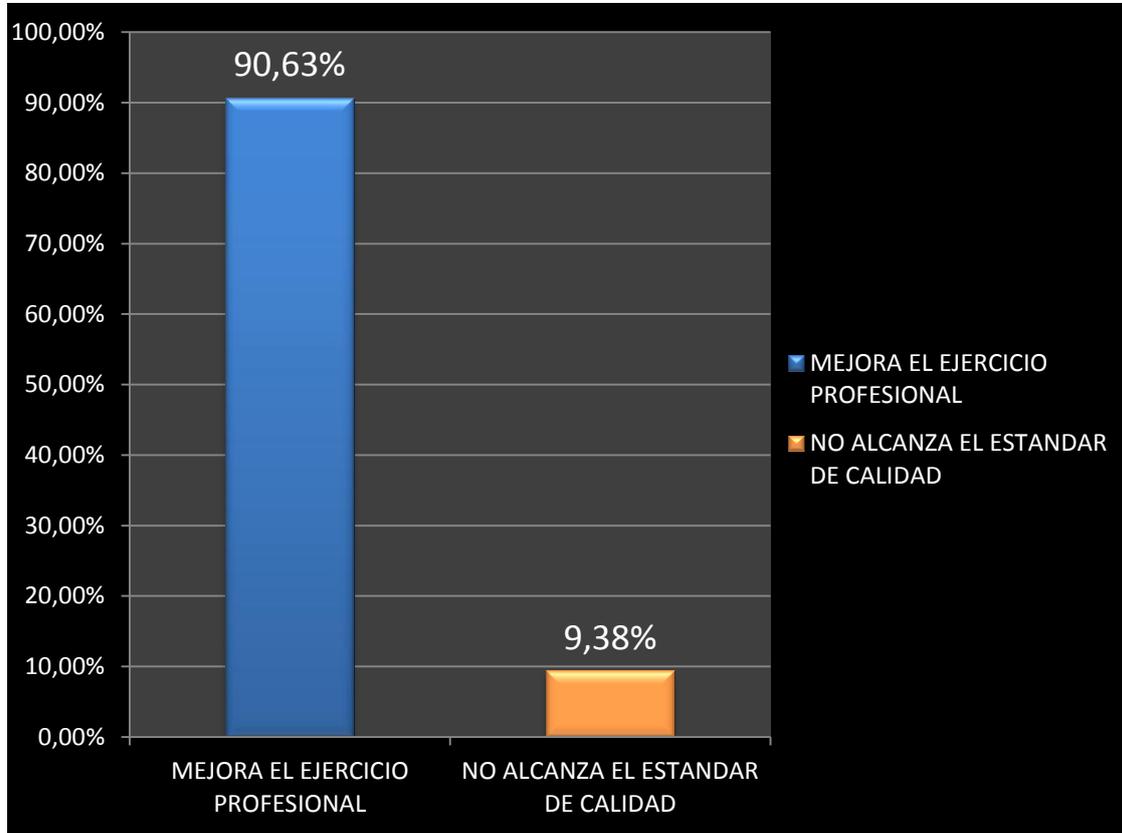
FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.

ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.

Interpretación: El gráfico 8 de la pregunta 3 que dice ¿Considera usted que con estas capacitaciones, su ejercicio profesional ha alcanzado los estándares de calidad que exige la nueva Ley Orgánica de Comunicación LOC? Observamos que 58 personas califican como positivo y 6 de negativo.



3.2.5. GRÁFICO 9



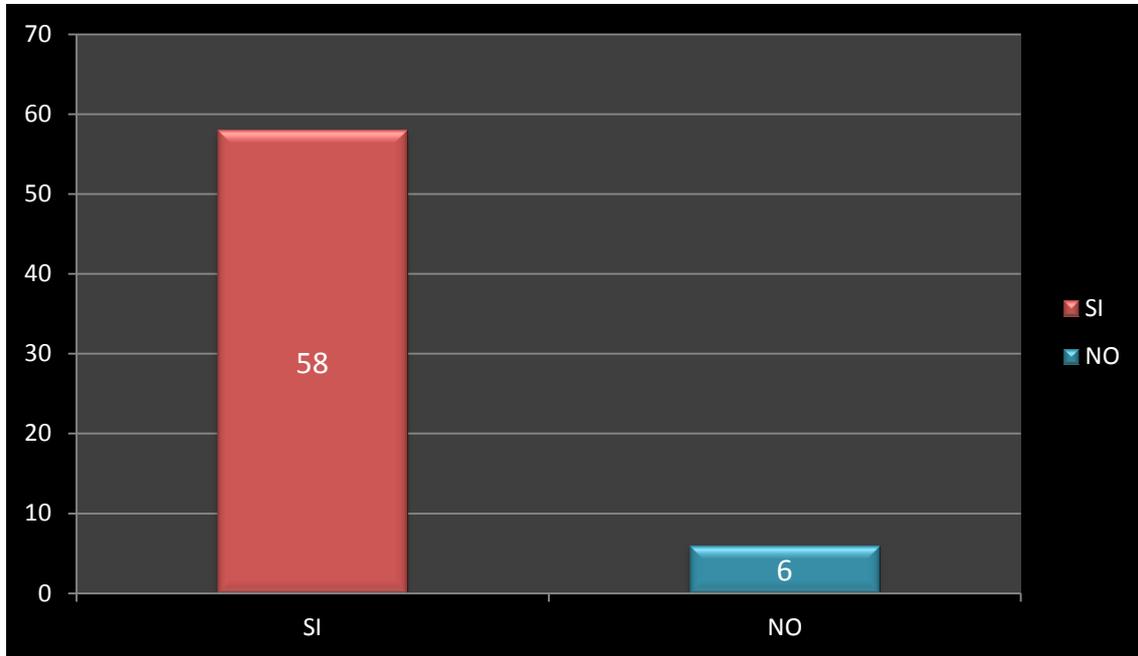
FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.

ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.

Interpretación: El gráfico 9 es una pregunta cualitativa y corresponde a la pregunta 3, aquí se escogió las opiniones con criterios en común, 58 personas corresponden al 90,63% expresan que las capacitaciones mejoran el ejercicio profesional y las 6 personas que corresponde al 9,38% explican que con las capacitaciones, no se alcanza el estándar de calidad que exige la Ley Orgánica de Comunicación.



3.2.6. GRÁFICO 10



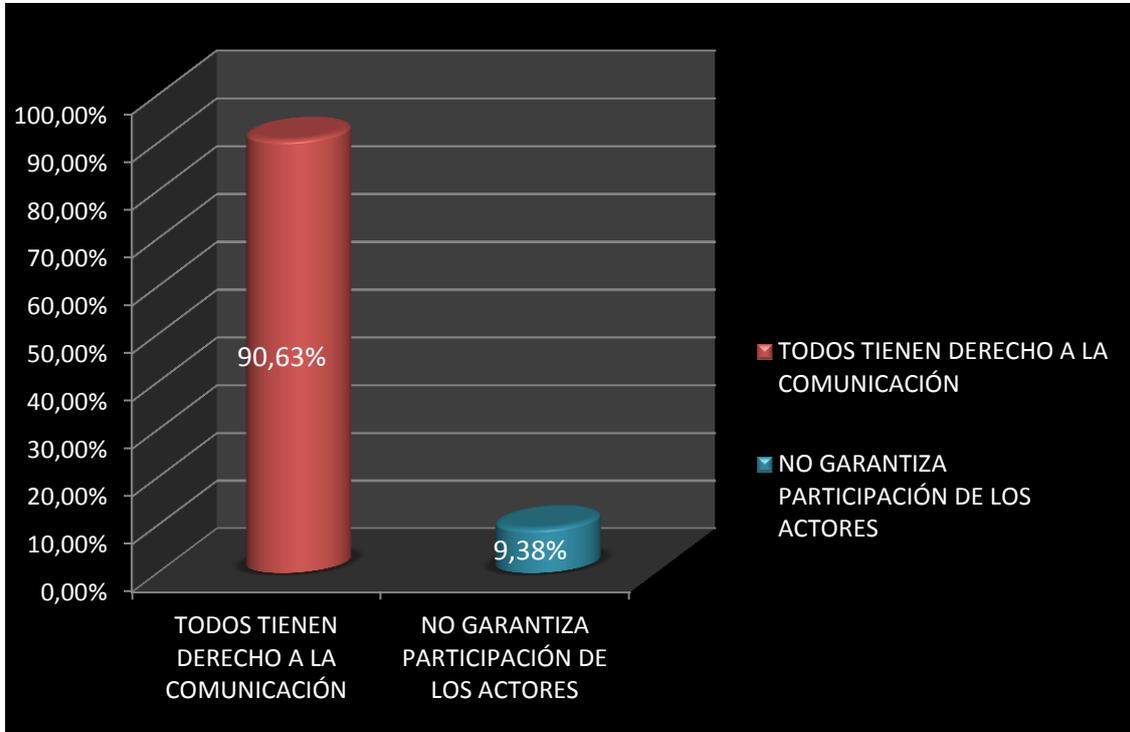
FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.

ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.

Interpretación: El gráfico 10 de la pregunta 4, que dice ¿Cree usted que luego de ser capacitados por la SUPERCOR, estas garantizan a la población: el derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa? podemos observar que 58 personas dicen si a la pregunta y 6 expresaron que no.



3.2.7. GRÁFICO 11



FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.
ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.

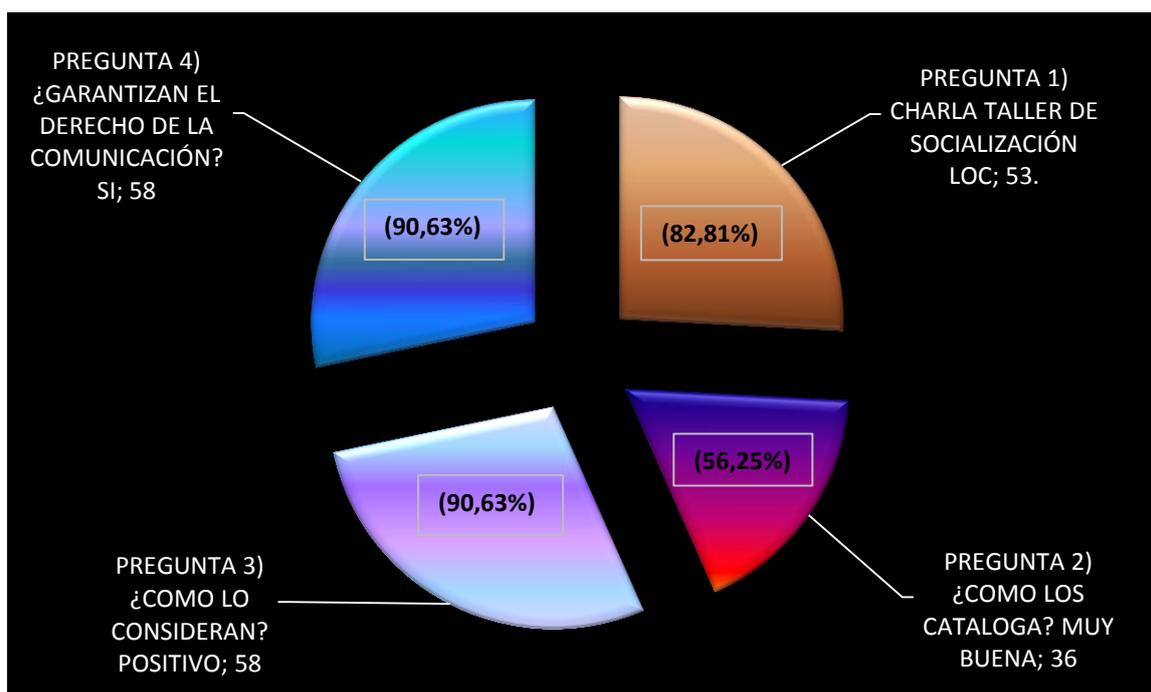
Interpretación: El gráfico 11 es una pregunta abierta que corresponde a la pregunta 4, aquí se eligió los criterios comunes, 58 personas corresponden al 90,63% opinan que todos tiene derecho a la comunicación; y las 6 personas corresponden al 9,38% exponen que las capacitaciones no garantiza la participación de los todos los actores.



3.3.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

CUADRO DE RESULTADOS GENERALES

3.3.1. GRÁFICO 12



FUENTE: Participantes de los medios de comunicación.

ELABORACIÓN: Julia Palacios y Lourdes Morocho.

Interpretación: El gráfico 12 es el resultado general de las cuatro preguntas de la encuesta aplicada a 64 personas. Las 53 personas que corresponden al 82,81% de la pregunta 1, expresan que asistieron a la Charla Taller de Socialización de la Ley Orgánica de Comunicación. Las 36 personas que corresponden al 56,25% de la pregunta 2, catalogan a las capacitaciones difundidas por la SUPERCOM de muy buena. Las 58 personas que corresponden al 90,63% de la pregunta 3, calificaron de positivas las capacitaciones, con lo que mejora su ejercicio profesional, y las 58 personas que corresponde al 90,63% de la pregunta 4, exponen que con las capacitaciones sí se garantiza el derecho a la comunicación.



CAPITULO 4

4.1 CONCLUSIONES

- Los efectos causados en los comunicadores sociales por las capacitaciones realizadas por la SUPERCOM, Zonal 6, año 2014, según nuestra encuesta y nuestro análisis fueron muy buenas, porque mejoró el ejercicio profesional de los comunicadores sociales a través de la socialización de Ley Orgánica de Comunicación, lo cual, garantiza el derecho a la comunicación.
- Las temáticas de las capacitaciones difundidas en el año 2014, fueron positivas para las personas encuestadas, puesto que, les sirvió para mejorar el ejercicio profesional.
- La SUPERCOM comenzó a capacitar, por la necesidad de dar a conocer la Ley Orgánica de Comunicación para que los comunicadores mejoren la difusión de contenidos en los medios de comunicación, y por medio de ello, garantizar el derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa.
- Las personas que participaron en las capacitaciones fueron comunicadores sociales, trabajadores que están relacionados con los medios, estudiantes de comunicación, artistas, directores de medios y público general.
- La socialización de la Ley Orgánica de Comunicación, fue uno de los temas que tuvo mayor acogida por los participantes. Debido a que en su momento era necesario comprender el tratamiento de esta nueva Ley en el ejercicio profesional.



- Los datos para nuestra investigación nos fueron facilitados por La Superintendencia de la Información y la Comunicación (SUPERCOM) de la Zonal 6, mientras que los datos que corresponde al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación CORDICOM no fue posible obtenerlos debido a que la institución funciona a nivel Nacional, y no se ajustó a las características de nuestra investigación.



4.2. RECOMENDACIONES

- La SUPERCOM de la Zonal 6, debería realizar las capacitaciones en Cañar y Morona Santiago, apegándose más a la realidad de esos medios de comunicación y no centralizar las capacitaciones únicamente en el Azuay.
- Las temáticas que se imparten en las capacitaciones, deben ser abordadas con mayor tiempo y profundidad.
- Se debe culturalizar constantemente a la sociedad sobre los derechos y deberes de la comunicación, para que estos puedan ser veedores de la Ley.
- Las capacitaciones deberían ser impartidas a todos los integrantes de los medios de comunicación, para que exista un mayor conocimiento y así mejorar la difusión de contenidos.
- Exigir a los trabajadores de los medios de comunicación la profesionalización, para así poder alcanzar las exigencias de la Ley.
- A nuestro criterio las capacitaciones realizadas por la SUPERCOM sobre la Ley Orgánica de Comunicación, se quedaron en buenas intenciones de mejorar, porque, si miramos la realidad la difusión de contenidos sigue de la misma manera a pesar de que existe una Ley de Comunicación. Los medios actúan por miedo a las sanciones, mas no por un verdadero cambio comunicacional.



BIBLIOGRAFÍA

- Altamiro, O. P. (Enero/Junio de 2012). *Efectos de la Comunicación* . Recuperado el 13 de Abril de 2015, de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa2/Comunicacion.pdf
- Arnaiz, Ortiz, Díez, Urretxaga, Fernández, Gutiérrez. (2002). *bolunta*. Recuperado el 25 de mayo de 2015, de <http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>
- Asamblea, N. (2013). *Ley Orgánica De Comunicación*. Quito: Editorial Nacional.
- Asamblea, Constituyente. (2008). *Constitución del 2008*. Montecristi, Ecuador: Asamblea Constituyente . autores, v. (2013). *Coyuntura*. (S. C. Mstr., Ed.) Cuenca, Ecuador: Talleres Gráficos de la Universidad de Cuenca.
- CIESPAL. (2013). *La democratización de la comunicación y la información en América Latina* (Primera ed.). Quito: Quipus, CIESPAL.
- *Colegio de Abogados del Azuay*. (2010). Recuperado el 10 de 07 de 2015, de <http://www.abogadosazuay.org/2011/01/21/preguntas-de-la-consulta-popular/>
Colegio de Abogados del Azuay. (2010). Recuperado el 2 de 07 de 2015, de <http://www.abogadosazuay.org/2011/01/21/preguntas-de-la-consulta-popular/>
- CORDICOM. (2014). <http://www.cordicom.gob.ec>. Recuperado el 3 de noviembre de 2015, de <http://www.cordicom.gob.ec>: <http://www.cordicom.gob.ec/mision-y-vision-del-cordicom/>
- De Fleur, Melvin L., y Ball, Rockeach Sandra. (1993). *Teorías de la comunicación de masas* (Vol. 5). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.



- *Deconceptos.com*. (2016). Recuperado el 20 de diciembre de 2015, de Deconceptos.com: <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/reglamento>
- Fernández, Collado Carlos, y Galguera, García Laura. (2009). *Teorías de la Comunicación* (Vol. Primera edición). México, D.F., México: McGraw-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ferrer, E. (2001). *Información y comunicación* (Vol. Segunda reimpresión). México D. F., México: Impresora y encuadernadora Progreso S.A. de C. V.
- Ferrer, E. (2001). *Información y Comunicación* (Vol. Segunda reimpresión). México, D.F., México: Impresora y Encuadernadora Progreso, S.A. de C.V.
- Galdon, G. (2001). *Introducción a la comunicación y a la información* (1° ed.). Barcelona, España: Ariel, S.A.
- Galeano, E. C. (1997). *Modelos de comunicación*. Recuperado el 15 de mayo de 2015, de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Modelos_Comunicacin_Humana%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Modelos_Comunicacin_Humana%20(2).pdf)
- Garcés, Montoya Ángela P y Lombana, Herrera Diana P. (2010). *Pensar la Comunicación* (Vol. I). (L. D. Escobar, Ed.) Medellín, Colombia: Señal ediciones S.A.
- García, Sílberman Sarah, y Ramos, Lira Luciana. (2000). *Medios de comunicación y violencia* (Vol. Primera reimpresión). México D.F, México: Impresora y Encuadrenadora Progreso S.A. de C.V. Gómez, G. (s.f.) Observacom.
- Kaplun, M. (1978). *Producción de programas de radio*. Quito: COLECCIÓN INTIYAN Ediciones Ciespal.



- Massoni, S. (2013). *Metodologías de la comunicación estratégica*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens Ediciones.

- Mora, D. (25 de marzo de 2013). *Teorías de la Comunicación*. Recuperado el 20 de mayo de 2015, de <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-comunicacion-de-harold-laswell.html?view=magazine>

- Ochoa, Juarado, Villamarín . (20 de julio de 2015). *Blog de comunicación*. Recuperado el 3 de Agosto de 2015, de <http://www.supercom.gob.ec/es/informate-y-participa/blog-de-comunicacion/3-informe-final-sobre-la-linea-base-del-cumplimiento-de-la-ley-organica-de-comunicacion>

- Piñuel, R. J. (23 de 07 de 2013). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Recuperado el 15 de 06 de 2015, de https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf

- Raymond, C. (2011). *El análisis de contenido de las comunicaciones* (Novena ed.). Tenerife : F. Drago. Andocopias S.L. Rodríguez, Clemencia Obregón, Rafael Vega, M.Jair. (2002). *Estrategias de Comunicación para el Cambio Social*. Quito, Ecuador: Friedrich- Ebert-Stiftung.

- Rodríguez-Polo, X. R. (Febrero-Abril de 2011). *Razón y Palabra*. Obtenido http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/30_Rodriguez_M75.pdf

- Santillán, P. R. (2006). *El lenguaje en el Periodismo de opinión*. Quito, Pichincha, Ecuador: Quipus Ciespal.



- Soly. (15 de enero de 2009). *monografias.com*. Recuperado el 29 de mayo de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos66/capacitacion-recursos-humanos/capacitacion-recursos-humanos2.shtml>.

- Suing, A. (11 de 05 de 2010).
<https://abelsuing.wordpress.com/2010/05/11/el-tratamiento-al-proyecto-de-ley-de-comunicacion-en-ecuador/>. Recuperado el 03 de 01 de 2015, de <https://abelsuing.wordpress.com/2010/05/11/el-tratamiento-al-proyecto-de-ley-de-comunicacion-en-ecuador/>.

- SUPERCOM. (2014). Recuperado el 7 de 07 de 2015, de http://www.supercom.gob.ec/documents/rendicion_cuenta/2014/matriz.pdf

- SUPERCOM. (febrero de 2014). <http://www.supercom.gob.ec>. Recuperado el 9 de octubre de 2015, de <http://www.supercom.gob.ec>:
<http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores>

- SUPERCOM. (14 de febrero de 2015). www.supercom.gob.ec. Recuperado el sábado de febrero de 2015, de www.supercom.gob.ec.

- SUPERCOM. (s.f.). <http://www.supercom.gob.ec/es/>. Recuperado el 30 de marzo de 2015, de <http://www.supercom.gob.ec/es/>:
<http://www.supercom.gob.ec/es/transparencia/rendicion-de-cuentas-2014>

- Torres, Y. (16 de Octubre de 2014). Obtenido de <http://yesicalopino.blogspot.com/2014/10/teoria-de-la-estructuracion-adaptada.html>

- Univerdidad de Cuenca. (2013). *Coyuntura*. Cuenca: Talleres Gráficos de la Universidad de Cuenca .

- *WorPress*. (2008-2015). Recuperado el 2 de 08 de 2015, de <http://definicion.de/regulacion/>



ANEXOS



Anexo 1. Total de las Capacitaciones dadas por la SUPERCOM

evento(TALLER-CHARLAS-FOROS-CAPACITACIONES)	PROVINCIA	Niños/as	Joven- Estudiantes	Colectivos	Trab. Med	Ciudad	Adulto M	subtotal
Charla Taller de Socialización Ley Orgánica de Comunicación	AZUAY				135			135
Charla Taller de Socialización Ley Orgánica de Comunicación	CAÑAR				35			35
Charla Taller de Socialización Ley Orgánica de Comunicación	MORONA				51			51
Taller ley de Comunicación y Rendición de Cuentas	AZUAY				40			40
Taller ley de Comunicación y Rendición de Cuentas	CAÑAR				30			30
LOC y derechos de niños, niñas y adolescentes	AZUAY	30						30
Día Internacional de las Niñas en las TICs	AZUAY	519						519
Taller ley de Comunicación y Libertad de Prensa	AZUAY				69			69
Aplicación LOC al contexto publicitario	AZUAY		300					300
"Día del Niño: la comunicación es un derecho"	AZUAY	500						500
Activación Punto de Atención Ciudadana	AZUAY	5				367	3	375
Conferencia Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador	AZUAY		180					180
Conversatorio LOC y Difusión de Contenidos Musicales	AZUAY			68				68
Activación Punto de Atención Ciudadana	CAÑAR	10	55			41	9	115
Activación Punto de Atención Ciudadana	AZUAY	15	93			55	4	167
Activación Punto de Atención Ciudadana	CAÑAR	9	59			40		108
Activación Punto de Atención Ciudadana	MORONA	6	26			15		47
Reunion con comunicadores sociales	AZUAY					74		74
Reunion con comunicadores sociales	CAÑAR					34		34
Reunion comision de artistas	AZUAY					7		7
Reunion comision de artistas	CAÑAR					4		4
Reunion comision de artistas	MORONA					2		2
Reunion /taller comision de artistas (art. 103)	AZUAY					6		6
Reunion /taller comision de artistas (art. 103)	CAÑAR					4		4
Reunion /taller comision de artistas (art. 103)	MORONA					3		3
CONVERSATORIO CON SOCIEDADES DE GESTIÓN Y ARTISTAS DE CAÑAR, AZUAY Y MORONA SANTIAGO	AZUAY			31				31
	CAÑAR			12				12
	MORONA			6				6
	AZUAY			70				70
CONFERENCIA TALLER REDES, AUTOGESTIÓN Y NUEVAS OPORTUNIDADES DE CIRCULACIÓN PARA LA MÚSICA.	CAÑAR			20				20
	MORONA			20				20
	AZUAY			49				49
REUNIÓN ARTISTAS DE LAS PROV: AZUAY, CAÑAR, MORONA SANTIAGO. EN EL MARCO CONCIERTO 1X1.	CAÑAR			6				6
APERTURA BALCÓN DE SERVICIOS	AZUAY					20		20
	AZUAY					15		15
	CAÑAR					5		5
Activación Punto de Atención PREGÓN FERIA CONCIERTO- PARQUE CALDERON	MORONA					10		10
Charla sobre LOC en la Universidad de Cuenca	AZUAY		47					47
Activación Punto de Atención REGISTRO CIVIL	AZUAY					96		96
Activación Punto de Atención EMPRESA ELÉCTRICA	AZUAY					52		52
Activación Punto de Atención MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	AZUAY					38		38
RESPONSABILIDAD EN LA COBERTURA Y DIFUSIÓN DE LOS SUCEOS Y TEMAS JUDICIALES	AZUAY					132		132
JUSTICIA CIVIL Y JUSTICIA MEDIÁTICA: LOS DESAFÍOS DE INFORMAR CON ENFOQUE DE DERECHOS	AZUAY					75		75
RESPONSABLEMENTE.	AZUAY					82		82
LA INDAGACIÓN PREVIA Y LA INVESTIGACIÓN.	AZUAY					143		143
MANEJO DE REDES Y FUENTES	AZUAY					100		100
CLASIFICACIÓN DE AUDIENCIAS Y FRANJAS HORARIAS	AZUAY					26		26
Activación Punto de Atención SOCIALIZACIÓN DE LA LEY (MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES)	AZUAY					61		61
Activación Punto de Atención SOCIALIZACIÓN DE LA LEY (COLEGIO ASUNCIÓN)	AZUAY		1,071					1,071
Activación Punto de Atención SOCIALIZACIÓN DE LA LEY (EMPRESA ELÉCTRICA)	AZUAY					59		59
Activación Punto de Atención SOCIALIZACIÓN DE LA LEY(MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES)	AZUAY					25		25
Activación Punto de Atención MARCHA CONTRA LA NO VIOLENCIA A LA MUJER	AZUAY					121		121
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO SOCIAL (HOTEL CRESPO)	AZUAY					40		40
SOCIALIZACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN(RADIO VISIÓN)	AZUAY					11		11
SOCIALIZACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN(RADIO MÁGICA)	AZUAY					7		7
Foro sobre LOTAIIP "Consejo Nacional Electoral"	AZUAY					6		6
Día Internacional de la Discapacidad "Plaza Santo Domingo"	AZUAY					35		35
Pto de Atención ciudadana "Hospital IESS CUENCA"	AZUAY					40		40
Pto de Atención ciudadana "IESS EDIFICIO CENTRAL"	AZUAY					12		12
Taller "Contexto social y análisis de mensajes de medios de comunicación con enfoque de derechos, con énfasis intercultural: Hacia la regulación en el marco de los derechos humanos"	AZUAY				16			16
Socialización de la LOC, ART 60-65-103 "RADIO FAMILIA"	AZUAY					9		9
Socialización de la LOC, ART 77 "RADIO LA MEGA"	AZUAY					13		13
Socialización de la LOC, 1er Congreso Internacional de RRRP	AZUAY			327				327
Socialización de la LOC "Colegio Herlinda Toral"	AZUAY			147				147
Socialización de la LOC "Colegio Técnico Salesiano"	AZUAY			285				285
Socialización de la LOC " Agencia Nacional de Tránsito"	AZUAY			8				8
Socialización de la LOC "Colegio Manuela de Garicoa"	AZUAY			185				185
Socialización de la LOC "Colegio Herlinda Toral"	AZUAY			353				353
Socialización de la LOC "Colegio Ciudad de Cuenca"	AZUAY			93				93
								5464

Sub Total	1,094	3,229	282	376	1,865	16
	6862 personas					

Total	1,094	3,229	282	376	1,865	16
	6862					





Anexo 2. Total de Medios que Asistieron a las capacitaciones 2014



MEDIOS QUE ASISTIERON A CAPACITACIONES 2014

AZUAY	
RADIO	
Radio El Mercurio	1200 AM
Radio Mega	103.3 FM
Radio Complice	99.7 FM
Radio Matovelle	102.5 FM
La voz del Tomebamba	1070 AM 102.1 FM
Radio Atenas	95.7 FM
Radio Ciudad	101.7 FM
W Radio	90.1 FM
Radio Alpha	1140 AM
Excelencia Radio	1001.FM
Radio La Roja	93.7 FM
Radio Familia	96.9 FM
Radio Tarqui	1290 AM
Sonoonda	960 AM
Radio Splendid	1040 AM
Radio Católica	98.1 FM
Radio Super 9,49	94.9 FM
K 1	92.5 FM
Radio Maggica	92.1 FM
PRENSA	
Revista Avance	
Diario Metro	
El Mercurio	
Periodico el Orgullo Ecuatoriano	
TELEVISIÓN	
Ecuador TV	
Pautv	
Telecuenca	
Chavelotv	
Unsión TV	
Telerama	

CAÑAR	
RADIO	
Ondas Cañaris	95.3 FM 1530 AM
Super S	90.9 FM
Radio Estelar	99.3 FM
Radio Santa María	1490 AM
Radio Ingapirca	820 AM 94.5 FM
Radio Génesis	93.3 FM
Radio Bíblián Stereo	89.3 FM
Radio Cumbres	106.9 FM
Radio La Voz del Tambo	89.3 FM
Radio El Rocío	1370 AM
PRENSA	
Diario Portada	
Semanario el Espectador	
TELEVISION	
Cañar Tv	
Austral Tv	

MORONA SANTIAGO	
RADIO	
La voz de la Amazonía	103.5 FM
Radio Impacto	106.1 FM
Radio Canal Juvenil	94.1 FM
La Radio 100.1 FM	100.1 FM
Radio Limón	93.3 FM
Radio Macas	ONLINE
Radio Morona	89.3 FM
Radio Olimpica	97.7 FM
Radio Voz del Upano	1540 AM 90.5 FM
Radio Canela	91.7 FM
Radio Shaloom	104.9 FM
Radio Cenepa	101.3 FM
PRENSA	
Expresate Morona Santiago	
Semanario Randimpa	
TELEVISION	
Upano Visión	
Digital Tv 28	
Sucua Tv	
Bonita Tv	



- ❖ La Primicia, inmediatez, Investigación, Verificación y contraste. Un compromiso para informar responsablemente.
- ❖ La Indagación Previa y la Investigación
- ❖ Manejo de Redes y Fuentes
- ❖ Clasificación de audiencia y franjas horarias
- ❖ Conversatorio con sociedades de Gestión y Artistas de Cañar, Azuay y Morona Santiago.
- ❖ Socialización con Directores y Representantes de los medios de comunicación

2.- El tema o temas a los que usted asistió y que fueron realizados por la SUPERCOM. ¿Cómo usted los cataloga?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Explique por que

3.- ¿Considera usted que con estas capacitaciones, su ejercicio profesional ha alcanzado los estándares de calidad que exige la nueva Ley Orgánica de Comunicación (LOC)? Y los mismos fueron:

Positivo Negativo

Explique por que



4.- Finalmente cree usted que luego de ser capacitados por la SUPERCOM, estas garantizan a la población: el derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa?

SI

No

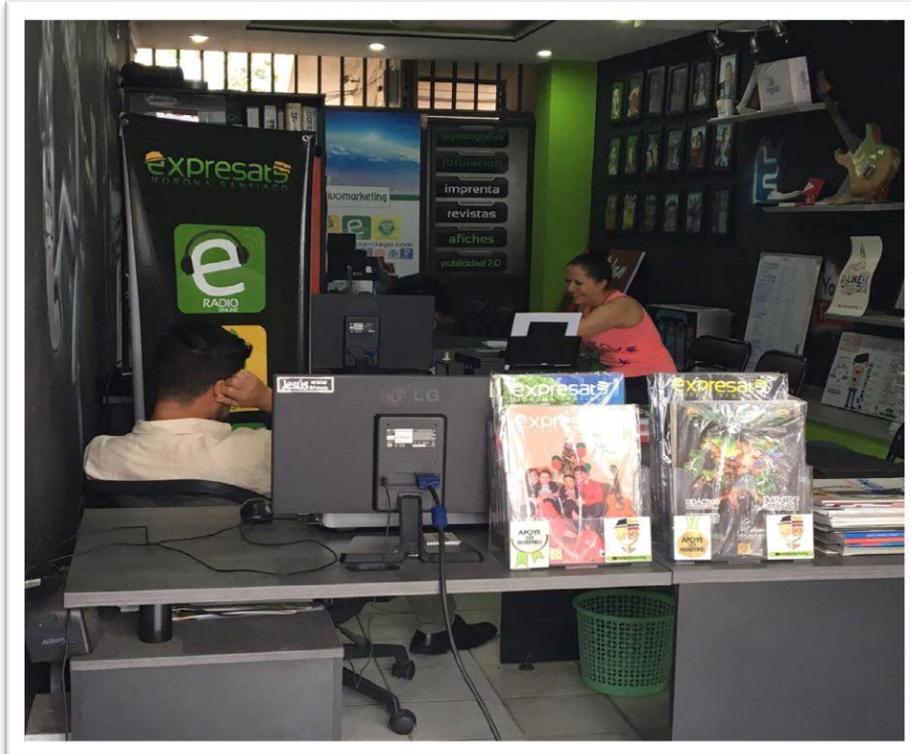
¿Por qué?: _____



Anexo 4

FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA ZONAL 6







UNIVERSIDAD DE CUENCA

OFICIO RECIBIDO DE LA SUPERCOM



La comunicación es un derecho

Oficio Nro. SUPERCOM-IZ6A-094-2015
Cuenca, 18 de marzo de 2015

Señoritas
Julia Palacios Orellana
Lourdes Morocho Illescas
Presente.-

De mi consideración,

Con un cordial saludo y en respuesta a su solicitud de fecha 13 de marzo de 2015, me permito adjuntar la información que esta Intendencia tiene a su cargo y con relación al número de capacitaciones, lugares de capacitación, asistentes a las mismas y medios de la Zonal 6.

Sin ser otro particular, suscribo.

Atentamente


Lcdo. Luis Enrique Zamora G.
INTENDENTE ZONAL 6 – AUSTRO
DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ZONAL 6



Av. José Peralta 3-47 y Alfonso Cordero | Cuenca - Ecuador
Telf: 07 2849 065 | www.supercom.gob.ec | @SupercomZona6