UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE DERECHO

TÍTULO:

"REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, RELATIVA A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS, EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS RECTIFICACIONES CORRESPONDIENTES, POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN".

Tesis previa a la obtención del título de Abogado

AUTOR:

CRISTIAN ROLANDO DELGADO CALVA

DIRECTOR:

DR. SEBASTIÁN RODRIGO DÍAZ PÁEZ Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Dr. Sebastián Rodrigo Díaz Páez Mg. Sc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE DERECHO, MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICO:

Que he dirigido y revisado la presente Tesis titulada: **"REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, RELATIVA A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS, EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS RECTIFICACIONES CORRESPONDIENTES, POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN",** previa a la obtención del título de Abogado, elaborado por el Sr. **CRISTIAN ROLANDO DELGADO CALVA**, el mismo que cumple con las exigencias reglamentarias, de forma y fondo, por lo que autorizo su presentación a la autoridad académica correspondiente.

Loja, Noviembre 2016

Dr. Sebastián Rodrigo Díaz Páez Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Cristian Rolando Delgado Calva , declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTOR: Cristian Rolando Delgado Calva

FIRMA: .....

CÉDULA: 1900406495

FECHA: Noviembre del 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Cristian Rolando Delgado Calva declaro ser autor de la tesis titulada **"REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, RELATIVA A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS, EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS RECTIFICACIONES CORRESPONDIENTES, POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN",** como requisito para optar el título de **ABOGADO**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contexto de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los treinta días del noviembre de dos mil dieciséis, firma el autor.

Firma:.....
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.
Cédula: 1900406495
Dirección: Yantzaza, calle Luis Bastidas e Iván Riofrio.
Correo Electrónico: cristianlan77@hotmail.com
Teléfono: 0982773300

DATOS COMPLEMENTARIOS.

DIRECTOR DE TESIS:
Dr. Sebastián Rodrigo Díaz Páez Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:
Dr. Carlos Manuel Rodríguez. Mg Sc. PRESIDENTE:
Dr. Marco Ortega Cevallos. Mg. Sc. VOCAL
Dr. Darwin Quiroz Castro. Mg. Sc. VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo, así como toda mi carrera, la dedico, en primer lugar a DIOS, por ser mi gran maestro, guía y refugio espiritual.

A mis amados padres, Galo y Ferminia; a mis hermanos, Marlon, Guido, Henry, Fabricio, Galo, Marco, Emerson, quienes con su amor, apoyo y ejemplo, supieron guiar cada uno de mis pasos, inculcándome día a día fortaleza y dedicación; siendo ejemplos de perseverancia, superación y éxito.

A mi amada hija, Paulette Cristina, quien es la fuente de mi inspiración para vivir, superarme y conseguir mis objetivos.

A mis tutores y compañeros de estudio, quienes supieron guiarme y compartir gratas experiencias, inspirándome deseos de superación.

Cristian Delgado

AGRADECIMIENTO

Al culminar mi carrera académica en Derecho, quiero dejar constancia de mi profundo agradecimiento hacia cada una de las personas que hicieron posible la exitosa culminación de mi carrera y del presente trabajo de titulación.

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica, Social y Administrativa, Modalidad de Estudios a Distancia, especialmente a la Carrera Derecho; por acogerme en sus prestigiosas aulas, apoyo tutorial y respaldo académico, elementales para el desarrollo de mi vida profesional.

Un agradecimiento fraterno a mi tutor y director de tesis quien con su experiencia supo guiarme en la realización, dirección y revisión de mi trabajo de titulación.

Así mismo, dejo constancia de una especial consideración de gratitud a todas las personas que en su debida oportunidad y en la medida de sus posibilidades colaboraron material e intelectualmente para el desarrollo de la presente investigación.

EL AUTOR.

TABLA DE CONTENIDOS

1. TÍTULO

2. RESUMEN

2.1. ABSTRACT

3. INTRODUCCIÓN

4. REVISIÓN DE LITERATURA:

4.1. MARCO CONCEPTUAL

4.1.1 Comunicación

4.1.2 Comunicación e información

4.1.3 Medios de Comunicación

4.1.4 Libertad de Expresión en el Ecuador

4.1.5 La Censura

4.1.6 Daño Moral

4.1.7 Responsabilidad Ulterior

4.1.8 Ética periodística

4.1.9 Derecho a la Rectificación

4.2. MARCO DOCTRINARIO

4.2.1 Derechos y Libertades

4.2.2 La Libertad De Expresión Stricto Sensu

4.2.3 Derecho a la Comunicación

4.2.4 Derecho de Información

4.2.5 Fines y Características de los Medios de Comunicación

4.2.6 Tipos y Clases de Medios de Comunicación

4.2.7 Responsabilidad Ulterior de la Prensa en el Ecuador

4.2.8 La Libertad de Comunicación y el Derecho a la Honra de las Personas

4.2.9 El Derecho al Honor y al Buen Nombre

4.3. MARCO JURÍDICO

4.3.1 Declaración Universal de los Derechos Humanos

4.3.2 Declaración de Chapultepec

4.3.3 Convención Americana sobre Derechos Humanos

4.3.4 Sociedad Interamericana de Prensa

4.3.5 Constitución de la República del Ecuador

4.3.6 Ley Orgánica de Comunicación

4.3.7 Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación

4.3.8 Código Orgánico Integral Penal

4.4. LEGISLACIÓN COMPARADA

4.4.1. Argentina

4.4.2. Perú

4.4.3 Venezuela

4.4.4 Chile

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

5.2. Métodos.

5.3 Procedimientos y Técnicas.

6. RESULTADOS

6.1. Resultados de la aplicación de las encuestas

6.2. Resultados de la aplicación de las entrevistas

7. DISCUSIÓN

7.1. Verificación de objetivos

7.2. Contrastación de hipótesis

7.3. Fundamentación jurídica para el proyecto de reforma.

8. CONCLUSIONES

9 RECOMENDACIONES

9.1 Propuesta De Reforma Jurídica

10. BIBLIOGRAFÍA

11. ANEXOS

1. **TÍTULO:**

“REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, RELATIVA A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS, EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS RECTIFICACIONES CORRESPONDIENTES, POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

2. RESUMEN

Si bien es cierto, la Constitución de la República del Ecuador garantiza y protege el derecho de informar y ser informado con veracidad y responsabilidad, a través de los medios de comunicación, en pos de un orden, comunicación e información de la comunidad, el país y el mundo.

El Art 66 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza en su numeral 7 "el derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, replica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario"[1]; y que de igual forma en el mismo articulado, en su numeral 18 garantiza "el derecho al honor y al buen nombre, siendo así que se protege y garantiza la imagen y el bienestar de los y las ciudadanas.

Siendo así que, toda persona que se creyera ofendida por versiones emitidas en medios de comunicación (prensa, televisión, radio, etc.) pueda exigir se le reivindique el daño ocasionado de manera obligatoria y gratuita, procurando de esta forma la protección de su honor e integridad como persona.

Es común, en la actualidad palpar de forma constante altos niveles de comentarios irresponsables, muchos de ellos en la figura de la injuria a

[1] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales; Art. 77; Pág. 19

través de los medios de comunicación en contra de terceras personas, en donde se trasgrede la misión y visión para que fueron constituidos dichos medios, pasan a convertirse algunos programas en fuentes de intereses personales o empresariales, con la carencia de imparcialidad y veracidad.

Es así, que existe la necesidad de reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación, con el fin de establecer de mejor manera las sanciones que de forma continua y repetitiva realiza un medio de comunicación, de tal manera que se garantice y proteja a toda la ciudadanía de ser obtener una información responsable y veraz.

2.1. ABSTRACT

Although the Constitution of the Republic of Ecuador guarantees and protects the right to inform and be informed with truthfulness and responsibility, through the media, in pursuit of an order, communication and information of the community, the country and the world.

The Art 66 of the Constitution of the Republic of the Ecuador guarantees in its article 7 "the right of a person aggrieved by information without evidence or inaccurate, issued by means of social communication, to the corrected, replica or response, immediate, compulsory and free of charge, the same space or time"; and similarly in the same articles, in its paragraph 18 it guarantees "the right to honors and a good name, remain so that it protects and guarantees the image and the welfare of the citizens

So that may be required by any person who is believed offended by versions issued in media (press, TV, radio, etc.) is claimed you damage so obligatory and free of charge, thus ensuring protection of her honor and integrity as a person.

It is common, nowadays feel constantly high levels of irresponsible remarks, many of them in the figure of insults through the media against third parties, in where it transgresses the mission and vision that were constituted by such means, spend some programs become sources of personal or business interests , with lack of impartiality and accuracy.

So, that there is a need to reform the organic law of communication in terms of sanctions by relapse for breach of rectifications by the media, in order to establish better sanctions that continuously and repetitive performs a communication medium, in such a way that ensure and protect all citizens be responsible and truthful information.

3. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo de investigación titulada: **"REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, RELATIVA A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS, EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS RECTIFICACIONES CORRESPONDIENTES, POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN".**

Se busca como objetivo central establecer la necesidad de reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

En lo principal este informe de Tesis se desarrolla de la siguiente forma: en cuanto a la revisión de literatura, se menciona inicialmente el Marco Conceptual, en donde se cita los conceptos de: la comunicación, comunicación e información, medios de comunicación, libertad de expresión en el Ecuador, la censura, responsabilidad Ulterior, ética periodística y la libertad de comunicación. Mientras que en el Marco Doctrinario, se detalla lo referente a los Derechos y Libertades, la libertad de expresión Stricto Sensu, el derecho a la comunicación, el derecho de información, los fines y características de los medios de comunicación, los tipos y clases de medios de comunicación, responsabilidad ulterior de la prensa en el Ecuador. Finalmente en el Marco Jurídico encontramos Normativas y Tratados Internacionales, la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación.

Principalmente se utilizó Materiales y Métodos (científico, comparativo, analítico y sintético) que sirven como apoyo en la investigación de campo dado a través de las encuestas y entrevistas aplicadas a diferentes personas entres estos Profesionales del Derecho. También apliqué los procedimientos de observación, análisis y síntesis los que requería la investigación jurídica propuesta, auxiliado de técnicas de acopio teórico como el fichaje bibliográfico y documental.

En la investigación de campo consulte la opinión de las personas conocedoras de la problemática, mediante el planteo de treinta encuestas y tres entrevistas; en ambas técnicas planteé cuestionarios derivados de la hipótesis. A continuación se realiza la discusión de resultados, logrado con el acopio teórico y la investigación de campo, verificando el objetivo general y los objetivos específicos que me propuse al momento de especificar la investigación; así mismo pude contrastar la hipótesis en base a las respuestas dadas por los encuestados y con el criterio de expertos que fueron entrevistados alrededor del problema.

Finalmente se cumplió el trabajo de síntesis que me ha permitido la recreación del conocimiento formulando importantes y significativas deducciones y sugerencias dentro de los contenidos de Conclusiones y Recomendaciones, para luego formular una propuesta jurídica de reforma a la Ley Orgánica de Comunicación.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO CONCEPTUAL

4.1.1 Comunicación

"La comunicación es un proceso fundamental "esencial", de las sociedades humanas. Cuando de comunicación humana hablamos, nos referimos al proceso de producción de sentido mediante el intercambio de señales y mensajes entre sujetos humanos."[2]

La comunicación viene a significar parte esencial para el desenvolvimiento y la transmisión de emociones, sentimientos, intercambio de intereses, entre otras. De ahí su importancia en la incursión de la convivencia de las personas dentro de la sociedad.

Así mismo el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, menciona: Que proviene del latín "comunicare", nos da las siguientes concepciones: "hacer a otro partícipe de lo que uno tiene". "Descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa". "Conversar, tratar con alguno de palabra o por escrito"[3].

Es decir que existen varias apreciaciones, sin encontrar ninguna satisfactoria que complemente en sí lo que es la comunicación. Podemos partir de que es

[2] SALA NOGUER, Ramón, "Introducción a la historia de los medios consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas", primera edición Barcelona España, año 2007 pág. 10.
[3] DICCIONARIO de la Lengua Española. Real Academia Española. Editorial. Espasa, 2001. p. 1719

toda relación entre las personas en donde se transmiten, reciben e intercambian mensajes con el fin de dar a conocer algún acontecimiento.

Aunque el ser humano es sociable y la comunicación es una de las pruebas y herramientas más importantes, existe un tipo de comunicación que reafirma su factor social, que en un primer momento parece redundante, pero si lo pensamos nos damos cuenta del sentido de la palabra social: trabajo social, alquiler social, economía social. La Comunicación Social se centra en la finalidad social, es decir, en beneficio de la sociedad.

Desde una perspectiva académica la Comunicación Social es la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos; no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. La relación entre comunicación y cambio social es bidireccional, por eso se puede afirmar que la comunicación afecta a la sociedad como la sociedad a la comunicación.

4.1.2 Comunicación e Información

“Gracias a la comunicación nos ponemos en contacto todos los seres humanos pues necesitamos de ella para intercambiar constantemente con nuestro entorno social.

En los puntos anteriores dejábamos puntualmente identificados los diferentes tipos de comunicación que podemos establecer y que pueden ser muy variados. Pero más allá del tipo de comunicación que establezcamos, todas poseen el mismo fin, transmitir un mensaje, idea, o pensamiento para la transferencia de información al receptor de nuestra comunicación”[4].

Para llevar a cabo una comunicación eficaz, es necesario que en el flujo de la transmisión de ideas, intervengan varios elementos. Por ello el proceso de comunicación implica la transmisión de una determinada información y la información como la comunicación supone un proceso; usando seis elementos de singular importancia y que se visualizan a continuación.

La información es la base esencial del progreso de la sociedad y la necesitamos constantemente para poder llevar a cabo las múltiples actividades que realizamos cada día. De este modo, necesitamos información puntual y práctica sobre una dirección, sobre una persona, o un organismo concreto; necesitamos una información cronológica determinada o sobre un acontecimiento de actualidad. Asimismo, necesitamos también información para tomar una decisión importante, o para satisfacer una curiosidad intelectual importante.

Está claramente identificado que necesitamos coordinar nuestras actividades para alcanzar nuestros objetivos personales, y en último término la

[4] SOSA Sálico, Mariano. (2006). Sistema Organizacional. Estructura Organizacional. Conceptos Afines

supervivencia y la prosperidad. Esta es la principal actividad de las organizaciones, basada en la convivencia de la cooperación, aunque sabemos que no es algo que siempre se logra fácilmente.

La comunicación es el medio que permite orientar las conductas individuales y establecer relacionas interpersonales funcionales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar una meta. De manera más concreta, en los grupos se establecen acuerdos de relación mutuamente conveniente para coordinar los esfuerzos hacia objetivos comunes.

4.1.3 Medios de Comunicación

"Los medios de comunicación en nuestra sociedad, han sido conceptualizados por el sentido común como herramientas que permiten difundir diversos sucesos sociales. Esta conceptualización acompañada con una serie de anuncios sobre la objetividad, neutralidad y función de transmisión de eventos de la "realidad" social, los ha dotado de un fuerte poder de influencia sobre la creación de opinión pública, debate público, imaginarios sociales, discursos sociales y sobre las actuaciones de las personas"[5].

Si bien es cierto los medios de comunicación han sido conceptualizados a lo largo del tiempo de diferente manera, y tomado desde la apreciación de

[5] ESCOBAR, Luis "Derechos de la Información", Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 544

cada autor. Los medios de comunicación a más de ser mecanismos informativos, fuerzan la atención hacia determinadas cuestiones, construyendo imágenes de lo que el mundo quiere ver, proponiendo además objetos acerca de los cuales el público debe pensar.

Estos deben enfocarse en dos ámbitos netamente iguales; por el un lado está en lo que se debería informar y por el otro que todos tenemos derecho a informarnos. Además de brindarnos explicaciones sobre las causas y consecuencias relacionadas con las cuestiones destacadas en sus noticieros. Según el autor llamado Champagne dice "los medios son parte integrante de la realidad o, si se prefiere, produce efectos de realidad al fabricar una visión mediática de aquella que contribuye a crear la realidad que pretende describir"[6]

Es así que los medios de comunicación toman un sentido muy amplio en nuestra vida, además de ser indispensables, toman un rumbo esencial para el desarrollo de un país. Además con los avances tecnológicos logran crear hasta realidades que van fuera de lo normal y pueden incitar al público a emprender acciones cuyos verdaderos intereses están camuflados, inclusive pueden persuadir a los ciudadanos de lo que sea, hasta de lo absurdo.

[6] CHAMPAGNE, Patric (1999). "La visión mediática". En la miseria del mundo. Bourdieu Pierre. Buenos Aires: Fondo Directivo pág. 224

4.1.4 Libertad de Expresión en el Ecuador

"La libertad de expresión es un derecho fundamental o un derecho humano, señalado en el artículo 19º de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, y las constituciones de los sistemas democráticos, también lo señalan, de ella deriva la libertad de imprenta también llamada libertad de prensa; el derecho a la libertad de expresión es definido como un medio para la libre difusión de las ideas, y así fue concebido durante la Ilustración. Para filósofos como Pach, Montesquieu, Voltaire y Rousseau la posibilidad del disenso fomenta el avance de las artes y las ciencias y la auténtica participación política. Fue uno de los pilares de la Guerra de la Independencia de los Estados Unidos y la Revolución francesa, hechos que revolvieron las cortes de los demás estados occidentales"[7].

Otro argumento clásico, asociado a John Stuart Mill, es que es esencial para el descubrimiento de la verdad; Oliver Wendell Holmes Jr. y Louis Brandeis, famosos juristas estadounidenses, acuñaron el argumento del mercado de ideas; según esta analogía con la libertad de comercio, la verdad de una idea se revela en su capacidad para competir en el mercado. Es decir, estando en igualdad de condiciones con las demás ideas (libertad de expresión), los individuos apreciarán qué ideas son verdaderas, falsas, o relativas, este argumento ha sido criticado por suponer que cualquier idea cabría en el mercado de ideas.

[7] www.derechoshumanos/ONU/org.com

Y aun así, el que unas ideas tengan mayores medios de difusión las impondría sobre otras, al margen de la verdad, la alternativa a esta debilidad del mercado de ideas sería la persecución de la falsedad; pero esta presenta su propia debilidad, ¿cómo saber si se está en lo cierto si se persigue la opinión disidente?, incluso si pudiéramos tener la certeza de la verdad de una opinión, la existencia de opiniones disidentes permite poner a prueba, mantener viva y fundamentada la opinión verdadera y evita así que se convierta en dogma o prejuicio infundado.

La lucha por la libertad de expresión nos corresponde a todos, ya que es la lucha por la libertad de expresar nuestro propio individualismo, el respetar la libertad de los demás a decir cualquier cosa, por más ofensiva que la consideremos, es respetar nuestra propia libertad de palabra, ante ello los defensores de los Derechos Humanos están comprometidos con la lucha por la libertad de expresión definida en los términos más amplios. Los medios de comunicación y la libertad de expresión son tan necesarios a la democracia y al desarrollo integral de un país como lo es la sangre al corazón.

No importa si los medios se equivocan más de una vez en emitir su información, pues para ello existen las rectificaciones pertinentes, dignas de toda persona e instituciones de bien. Si se coarta la libertad de expresión, muere la democracia.

4.1.5 La Censura

La censura, según el “DRAE” es la intervención que practica el censor en el contenido o en la forma de una obra atendiendo a razones ideológicas, morales o políticas.

En un sentido amplio se considera como supresión de material de comunicación que puede ser considerado ofensivo, dañino o inconveniente para el gobierno o los medios de comunicación según lo determinado por un censor. La censura moral es la eliminación de materiales que son obscenos o de otra manera considera moralmente cuestionable. La pornografía, por ejemplo, es a menudo censurada. En esta lógica, en especial la pornografía infantil, que es ilegal y censurado en muchas jurisdicciones del mundo.

4.1.6 Daño Moral

“Es la evaluación económica de los desperfectos padecidos por una persona en sus bienes y derechos. Hipotética valoración de los padecimientos de la víctima durante su curación, el pesar, la aflicción o el doloroso vacío que la ausencia de una persona pueda generar, el descrédito, etc.”[8]

El hombre como tal es considerado un ser íntegro, por lo tanto convivimos con la idea de que todo daño físico o moral debe repararse, ya que en su esencia como ser vivo existe la integridad espiritual y material, por eso el derecho de preservar su integridad espiritual y material es primordial frente a

[8] http://www.robertexto.com/archivo6/dicc_dcho.htm

hechos o actos de otros hombres. El daño moral se configura con la violación de los derechos, la seguridad personal, paz, la privacidad, la libertad individual, integridad física y las afecciones legítimas como el honor y la honra, causando una angustia constante y permanente.

El daño moral o el perjuicio a la honra también puede darse en detrimento de una institución u organismo, ya que puede ser perjudicada a consecuencia de un hecho contrario a la ley que daña gravemente a la entidad, que puede afectar su buen nombre o en la confianza del público o clientes; es así que, los ataques al prestigio de una empresa se equipara al honor de los humanos, especialmente si ese daño moral se convierte en Calumnia, un delito que corresponde a la justicia ordinaria investigar, juzgar y sancionar.

4.1.7 Responsabilidad Ulterior

Parecería que son definiciones y conceptualizaciones sobre dos aspectos distintos; sin embargo la comunicación social de origen público o privado, requiere de actuaciones humanas complementarias de manera transparente, equilibrada y ética.

Este ejercicio es responsabilidad fundamental de la ciudadanía, de periodistas profesionales, comunicadores sociales; pero también de quienes mantienen propiedad en medios de comunicación, sean éstos impresos,

radiales o audiovisuales. Hoy se discute con mucha pasión sobre una necesaria regulación en Internet.

El consenso es que además de la autorregulación, es necesaria una regulación social institucionalizada, que garantice y vele por los derechos humanos y colectivos de manera ágil y permanente; sin dañar a las personas que dialogan y conviven. “Se utiliza cuando hablamos del derecho a la libertad de expresión, ya que se considera que la libre expresión nunca debe estar sujeta a la censura previa sino tener responsabilidad ulterior.

Esto supone que no se puede impedir que una persona se exprese, pero sí puede ser sancionada cuando su expresión cause daño. Por ejemplo, un periodista puede denunciar en su espacio que un funcionario es corrupto, incluso si el funcionario se opone, ya que la libertad de expresión ampara al periodista. No obstante, si la Justicia demuestra que la información es falsa, el periodista deberá afrontar cargos por calumnias e injurias”[9]

La responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

[9] http://www.supercom.gob.ec/es/defiende-tus-derechos/conoce-tu-ley/201-mas-responsbilidad-art-19

4.1.8 Ética Periodística

"La ética es la ciencia que estudia los actos del ser humano, con el fin de orientar su accionar para que este sea en un modo racional, de forma que nos ayuda a decidir qué vamos a hacer y en qué modo lo haremos, basándonos en los principios de solidaridad, equidad, eficiencia, la abstención de dañar a un ser humano, la responsabilidad del papel que cada quien debe desempeñar, la aceptación de efectos colaterales y la cooperación en la inmoralidad"[10].

La ética implica que debemos actuar de manera inteligente para lograr lo que queremos, teniendo en cuenta: nuestra finalidad, el medio que usaremos para cumplirla y los valores que enfrentaremos para cumplir nuestras metas y objetivos. El elemento primordial de la ética es la libertad que va muy ligada a la responsabilidad. Como toda regla, la ética tampoco está exenta de violaciones, entre las que se pueden citar como las más comunes, las siguientes: sacrificar la calidad por querer ahorrar en costos, ocultar los incidentes que puedan proyectar una imagen negativa, engañar a los clientes, robar el crédito ajeno y el uso individuo de informaciones institucionales.

"En comunicación, la ética es el conjunto de valores y normas que rige el periodismo y que dicta las normas para que el periodista realice su trabajo considerando las bases fundamentales de la profesión. En otras carreras como la publicidad y las relaciones públicas la aplicación de la ética resulta

[10] http://pasosucsd.blogspot.com/2012/10/que-es-la-etica-periodistica.html

más difícil ya que el profesional para poder lograr sus objetivos debe realizar acciones que muchas veces afectan este concepto, por ejemplo usar "verdades a medias"[11].

Uno de los principios fundamentales de la ética de un periodista es la responsabilidad, esta es una señal inequívoca de un periodista profesional, este principio debe estar ligada a una coordinación entre lo que debe ser, lo que se hace y dice en un medio de comunicación, de forma tal que el profesionalismo conduzca a aceptar la responsabilidad en caso de cometer errores, corregirlos y emitir disculpas sinceras y acorde a la ley.

Es necesario apoyar un marco jurídico y social, que anime a los periodistas a respetar y seguir los valores de su oficio, ejerciendo una libertad de expresión ética; es así que la ética del periodista lo obligue a identificar las noticias no confirmadas, a rectificar los rumores y disculparse por las informaciones probadas como falsas.

El Código de Ética del Periodista establece que debe acogerse y exigir a la empresa el derecho a réplica o rectificación que haya afectado a personas o institución reclamante, en igual medida o intensidad de despliegue, sin tener que esperar la acción civil o judicial; y además, está en la obligación de rectificar en el plazo legal establecido las informaciones difundidas, y que la fuente demuestre que son falsas o inexactas.

[11] http://pasosucsd.blogspot.com/2012/10/que-es-la-etica-periodistica.html

La Ley de Comunicación en su artículo 10, nos proporciona las Normas Deontológicas de un periodista, respecto a las prácticas de los medios de comunicación social, tales como: Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas; y, Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan, entendiendo que todo información debe ser contrastada y verificada.

4.1.9 Derecho de Rectificación.

"Es el derecho que cualquier persona natural o jurídica tiene para exigir que sea cambiada una información divulgada por cualquier medio de comunicación social sobre hechos referentes a la misma que considere inexactos y pudiesen menoscabarle".[12]

Es un derecho fundamental del hombre para que los derechos a la honra y su buen nombre se protegen, de tal modo que si el medio de comunicación social, se niega a rectificar, debiendo hacerlo, puede ser forzado a cumplir la obligación correlativa que debe exigirle mediante el ejercicio de la acción constitucional correspondiente o de ser el caso la civil para el reclamo de daños y perjuicios y/o daño moral.

[12] Enciclopedia Jurídica. Derecho a la Rectificación.

El derecho a la rectificación, se ha elevado a la categoría constitucional de derecho fundamental, de manera que quien lo concede, en este caso el medio de comunicación social, no otorga una gracia a favor, sino que es apenas el cumplimiento de la más elemental de sus obligaciones, así lo señala la doctrina internacional.

4.2 MARCO DOCTRINARIO

4.1.5 Derechos y Libertades

"Los Derechos Humanos responden a las necesidades de las personas, grupos y sociedades y garantizarlos promueve el ejercicio de la dignidad, el concepto de Derechos Humanos es integral, ya que son interdependientes, es decir que no hay un derecho más importante que otro, lo que implica que la violación a uno solo de ellos, repercute en múltiples violaciones, además que la realización de un derecho posibilita la realización de otros. A través de la historia de los pueblos, se puede rastrear, en cada grupo social, una idea de hombre que responde a las condiciones de la cultura, en este sentido, sólo quiero hacer mención de tres de ellas, en cuanto en tanto son aquéllas de las que hemos recibido mayor influencia y, se podría decir, que han configurado lo que ahora somos. Estas tres miradas son la hebrea, la griega y la romana"[13].

Para cerrar este apartado, vale la pena dar un vistazo al concepto de persona que, junto con los definidos al inicio, marcan la pauta del sujeto de derechos a que nos referimos en este curso, para ello tenemos que recurrir a la etimología primitiva de la palabra en el escenario de la Grecia antigua, vemos aquí muy bien representada la personalidad de cada sujeto que se presenta como la identidad particular, aquí, en este punto, sin embargo, nos interesa la persona desde el punto de vista filosófico, para poderlo relacionar con los

[13] NIÑO Carlos Santiago, Dr. "EL CONCEPTO DE DERECHOS HUMANOS", en Ética y Derechos Humanos, Editorial Astrea, 2da. Edición, Argentina, 2005, Pág. 45

derechos humanos; la otra reflexión sobre el tema queda planteada para que cada quien la continúe de manera personal, aunque aquí seguiremos haciendo algunas referencias al evento descrito.

En la filosofía, la persona es la expresión de la esencia misma del ser humano, la cual no sólo se circunscribe a la ontología y a la lógica, sino que abarca también la ética, la axiología y la filosofía social. Al mismo tiempo nos da la idea de ser humano en sus relaciones consigo mismo, con el otro y con el mundo, así, pues, la filosofía define la persona como un ente racional, dotado de logos (logos) = palabra, lenguaje, discurso, arraigado en la moral y en las relaciones de zoon politikon (zoon politikon) = animal político que produce mercancías y que interactúa a diferentes niveles con el mundo y con los demás en un mundo atravesado por las normas. Boecio sintetiza la definición que se tenía en la antigüedad filosófica: "substancia indivisa de naturaleza racional", gobernada por la teología. En la modernidad, el término persona indica al sujeto moral puesto en el mundo, inquietándose por él en las experiencias cotidianas o en la existencia que se ha encontrado en sí misma, por la libertad.

Hay una diferencia perceptible entre la concepción filosófica de persona y la que se puede encontrar en lo jurídico; pues, aquí será entendida como una categoría genérica, importante para la vida práctica, y sus raíces se encuentran en el derecho romano; o sea, para el que hacer jurídico, no implica tanto la auténtica realidad humana. Asimismo, el derecho ve en la persona un

sujeto destinatario de norma legalmente establecida, presupuesto y fundamento de la justicia y la ley, término clave de relación jurídica, titular de cosas suyas, centro y final de la imputación normativa, ser capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones. Aquí, en estas adjetivaciones, radica la importancia para la vida moderna del individuo, la sociedad civil y el Estado desde la modernidad.

En los derechos humanos, el concepto filosófico de la persona tiene un papel definitivo, porque ellos son los derechos morales y políticos con gran vocación de positividad jurídica, no otra cosa cabe deducir cuando los contenidos esenciales de los derechos humanos han sido erigidos en normas legales : la libertad, la igualdad, la dignidad, la seguridad, la justicia o la paz; así, pues, la acepción de persona que nos ofrece la filosofía, nos permite iluminar el concepto jurídico que de ella se tiene, no puede ser al contrario, el cual no abarca completamente a toda la persona, sino que, a partir de lo que quiere defender, la define, estando así sujeta a fluctuaciones que no corresponden con el ser y la dignidad misma de ser humano.

4.1.6 La Libertad de Expresión Stricto Sensu

La libertad de expresión entendida en sentido estricto viene a proteger la difusión de “cualquier concepción de la mente humana”. Su objeto será, por tanto, toda manifestación tanto de opiniones como de cualquier contenido que pueda ser “pensado” y “expresado”.

De manera que estará entonces amparada por la libertad de expresión cualquier concepción de la mente humana que estuviera protegida por la libertad de pensamiento para que pueda así ser comunicada sin trabas”[14].

Ello incluye los pensamientos, las ideas y opiniones, pero también las creencias y los juicios de valor; en definitiva, toda expresión que por su naturaleza no pueda quedar sometida a la demostración de exactitud. Por otro lado, esta libertad, según la configuración que ofrece en sentido estricto la Constitución, protege u nicamente el derecho a “expresar y difundir” las ideas u opiniones, es decir, la dimensión activa de la comunicación; pero no la vertiente pasiva, la recepción de esos pensamientos.

Ello a diferencia de la libertad de información, para la cual sí que se tutela constitucionalmente no son solo el derecho a “comunicar”, sino también el derecho a “recibir” la información. Esta limitación en la protección ha sido muy criticada por un importante sector doctrinal, que considera que, al igual que ocurre con la libertad de información, debiera tutelarse los derechos no solo del emisor, sino también del receptor, de opiniones e ideas”[15].

En último lugar, indicar que la protección de esta libertad alcanza, como habíamos dicho con carácter general, la difusión y expresión de las opiniones, ideas, pensamientos o valoraciones, con independencia del cauce o medio que para ello se utilice.

---

[14] DÍEZ-PICAZO, L. M.: Sistema de derechos fundamentales, op. cit., pág. 331.
[15] Vid. LÓPEZ GUERRA, L., op. cit., págs. 287 y ss

La Constitución habla de la transmisión “mediante palabra” o “por escrito”, pero deja también una clausula abierta a “cualquier otro medio de reproducción”, lo que da paso a otros medios de transmisión como la televisión o Internet.

4.1.7 Derecho a la Comunicación

La comunicación no es un servicio público, es un derecho humano. El pensamiento y la información de las personas no pueden estar tutelados por la administración pública. El derecho de todo colectivo e individuo de pensar y expresarse no puede ser regulado como un servicio público.

Los procesos de democratización de la comunicación están en una línea opuesta de 180 grados a subordinar la comunicación a la condición de un servicio público. La democratización de la comunicación implica garantizar el derecho a todos a conocer todo, no a que la administración pública decida quién conoce qué y cuáles son los límites de lo que se conoce.

Planteamientos como estos tienen como fondo la obsesión de instituir un régimen de vigilancia, de control y castigo a la sociedad para proteger el ejercicio impune del poder.

“Lo grave es que todas estas disposiciones en el tema de comunicación están en conflicto abierto con el texto constitucional, por lo tanto descerebran la Constitución. Si los medios de comunicación están sometidos a la tutela

del Estado, la censura previa es un hecho, serán serviles a quienes estén en el poder. Quienes impulsan esta idea de la comunicación como servicio público se están metiendo en un laberinto que no tiene salida. Todas sus acciones son inconstitucionales”[16].

4.1.8 Derecho de Información

El derecho a la información está considerado como un derecho fundamental del ser humano y está respaldado legalmente a nivel superior por documentos y tratados internacionales de derechos humanos universales. Los estudiosos en el tema definen el derecho a la información de la siguiente manera:

“El derecho a la información pudiera definirse como la rama del derecho público que tiene por objeto el estudio de las normas jurídicas que regulan –lato sensu– las relaciones entre Estado, medios y sociedad y en –stricto sensu– los alcances y los límites del ejercicio de la libertad de expresión y de información a través de cualquier medio”[17].

“El derecho de acceso a la información pública es el derecho fundamental de la persona a conocer la información y documentos en manos de las entidades públicas, es decir, a acceder a éstos, y en una segunda vertiente es el derecho a ser informados oportuna y verazmente por las instituciones

[16] http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/05/nota/4065851/comunicacion-derecho-constitucional-o-servicio-publico
[17] htpp://www.itapem.org.mx/work/resources

públicas. En una interpretación moderna de esta garantía universal, el derecho de acceso a la información pública tiene por objeto otorgar el poder de la información pública a las personas para la toma de decisiones diarias desde los diferentes sectores sociales, así como poner a disposición de las mismas la información que le sirva para ejercer sus derechos políticos y mejorar su calidad de vida”[18].

El Derecho de acceso a la información pública es la prerrogativa que tiene cualquier persona física o moral, nacional o extranjera, de acceder a la información gubernamental, sin necesidad de acreditar interés alguno o justificar su utilización, y sin más limitaciones que las expresamente previstas en la Ley.

En el mundo académico se manejan dos posibilidades de aproximación al tema. La primera, tradicional, considera el Derecho a la Información como una disciplina del derecho dirigida a estudiar las libertades de opinión, de expresión y de información centrados en el polo de la emisión y del mensaje, y que están contenidos en diversos instrumentos de los Derechos Humanos.

Una segunda perspectiva de aproximación, complementaria de la primera, y particularmente fructífera en América Latina, recupera el otro polo de la comunicación, el de la recepción, donde la ciudadanía no sólo procesa mensajes sino que también los produce. Esta incorporación redimensiona el

[18] htpp://www.itapem.org.mx/work/resources

Derecho a la Información en otro más abarcativo, el Derecho a la Comunicación, que está todavía buscando estatuto académico y legal.

4.1.9 Fines y Características de los Medios de Comunicación

"El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar, etc.

- **Positivas.** Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo[19].

Las características primordiales de los medios de comunicación poseen altos niveles de importancia en cuanto están encargados de informar, educar y además tomar conciencia de lo que se transmite.

Otro factor positivo que se da en el ámbito económico: quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de conciencia sobre una especie de producto, es decir, puede generar su propia demanda, ya que los

[19] DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESTUDIANTIL Wikipedia

medios muchas veces cumplen la función de formadores de opinión. Entonces, visto desde el ámbito empresarial, es un aspecto ampliamente positivo al hacer posible el marketing y anuncios para el mundo.

- **"Negativas.** Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión (como sucede al generalizar personas o grupos."[20]

En cambio las características negativas recaen en el mal uso que se llegaren a tomar a los medios de comunicación para satisfacer intereses personales o beneficiando a grupos de poder.

4.1.10 Tipos y Clases de Medios de Comunicación

En primer lugar, cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos según los tipos de medios de comunicación que engloban como son: los medios masivos, auxiliares o complementarios y por último los alternativos. En segundo lugar, cada uno de estos grupos incluye una diversidad de tipos *de* medios de comunicación, como se podrá ver en detalle a continuación:

[20] DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESTUDIANTIL Wikipedia

1. Medios Masivos: Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

"Televisión: Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento"[21].

Este tipo de medio de comunicación posee ventajas como: buena cobertura de mercados masivos; costo bajo por exposición; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos.

Entre sus principales limitaciones se encuentran: costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público.

"Radio: Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad.

Según Lamb, Hair y McDaniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Además, según los mencionados autores, los radio-escuchadores tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles. Los horarios más populares son

[21] ESCOBAR, Luis "Derechos de la Información", Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 779

los de "las horas de conducir", cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo”[22].

Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez.

Sus principales limitaciones son: Solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

“Periódicos: Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales.

Sus principales ventajas son: flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse”[23].

Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: Vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

[22] ESCOBAR, Luis “Derechos de la Información”, Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 779
[23] Diccionario Enciclopédico Wikipedia

“Revistas: Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios:

Desplegados: Anuncios que se desdoblan en 3 o 4 páginas.
Gate Folder: Parecido al anterior pero este es desprendible.
Booklets: Anuncios desprendibles en forma de folleto.
Cuponeo: Cupón desprendible, además del anuncio impreso.
Muestreo: Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto”[24].

Sus principales ventajas son: Selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico.

Sus limitaciones son: Larga anticipación para comprar un anuncio; costo elevado; no hay garantía de posición.

“Internet: Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales”[25].

[24] ESCOBAR, Luis “Derechos de la Información”, Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 779

Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo (para atraer a la mayor cantidad de visitantes interesados en lo que ofrecen), primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores (Google, Yahoo, Altavista, MSN) para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet; y segundo, colocando en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con sus productos o servicios), uno o más de los siguientes elementos publicitarios: banners, botones, pop-ups y popunders, mensajes de texto y otros, para atraer a la mayor cantidad de personas interesadas.

En definitiva el primer grupo de la clasificación de los medios de comunicación, son los que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. Tal es el caso de la televisión, que incursiona efectivamente, por ser el mecanismo más utilizado en la sociedad para ser informados de los acontecimientos que se suscitan en la vida cotidiana y ser el más utilizado porque goza de imagen voz y movimiento; otro de ellos es la radio y los periódicos, aunque efectivamente en estos no se puede visualizar a la persona que emite la notica, se pude visualizar el tipo de voz con la que emiten, así como la localidad a la que se dirigen, es el caso de los periódicos; que sin lugar a duda, todos estos coadyuvan al fin para lo que se crearon.

[25] BUITRAGO, Elker, “Derecho de la Información”, cuarta Edición, Colombia año 2007, pág. 412

Por su parte las revistas e internet han sido creados a conveniencias de satisfacer y promocionar productos con el fin de venderlos, con la ventaja de poder seleccionar a su público que desea vender y promover la oferta y la demanda. Cada uno de estos medios masivos de comunicación posee ventajas y desventajas, cada uno de ellas independientes entre sí y sujetándose a diversas normas para su emisión.

2. Medios Auxiliares o Complementarios: Este grupo de medios incluye los siguiente tipos de medios de comunicación:

"Medios en Exteriores o Publicidad Exterior: Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre. Según Lamb, Hair y McDaniel, es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas. Los ejemplos incluyen: espectaculares, escritura en el cielo, globos gigantes, mini carteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, y anuncios en los costados de los autos, camiones y autobuses, e incluso en los enormes depósitos o tanques de agua.

Sus ventajas son: Flexibilidad alta; exposición repetida; bajo costo; baja competencia de mensajes; buena selectividad por localización. Algunas de sus desventajas son: No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, no tiene profundos efectos en los lectores, se le critica por constituir un peligro para el tránsito y porque arruina el paisaje natural.

Publicidad Interior: Consiste en medios visuales (y en algunos casos incluyen audio) colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, ésta publicidad se coloca en: estadios deportivos; plazas de toros; interior de los camiones; trolebuses y tranvías urbanos; la parte inferior de pantallas cinematográficas (marquesinas luminosas) y el interior del metro, ya sea en los vagones o en los andenes.

Sus ventajas son: bajo costo, audiencia cautiva, selectividad geográfica.

Sus desventajas son: no da seguridad de resultados rápidos, no llega a profesionales ni a empresarios, son muy numerosos y tienden a parecerse tanto que se confunden.

Publicidad Directa o Correo Directo: Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, la publicidad directa emplea muchas formas (por ejemplo, tarjetas postales, cartas, catálogos, folletos, calendarios, boletines, circulares, anexos en sobres y paquetes, muestrarios, etcétera). La más usual es el folleto o volante.

Sus ventajas son: Selectividad de público alta; no hay competencia publicitaria dentro del mismo medio; permite personalizar.

Sus limitaciones son: Costo relativamente alto por exposición; imagen de correo basura"[26].

Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado, pero se los puede manipular y visualizar de manera rápida. Estos tipos de medios de comunicación son utilizados en la mayor parte para hacer propaganda o eventos que se llevaran a cabo en determinado tiempo, lugar, etc.

3. Medios Alternativos: "Son aquellos medios que no se encuentran en las anteriores clasificaciones y que pueden ser muy innovadores. Según Lamb, Hair y McDaniel, dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

- Faxes.
- Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales.
- Protectores de pantallas de computadoras.
- Discos compactos.
- Kioscos interactivos en tiendas departamentales.
- Anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los videocasetes rentados."[27]

[26] BUITRAGO, Elker, "Derecho de la Información", Cuarta Edición, Colombia año 2007, pág. 398

[27] Fuente tomada de: http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html

Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. Además, según los mencionados autores, casi cualquier cosa puede convertirse en un vehículo para exhibir publicidad.

4.1.11 Responsabilidad Ulterior de la Prensa en el Ecuador

El concepto de responsabilidad ulterior lo define la propuesta de ley como: que "es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas, civiles y penales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, todo tipo de contenido que lesione los derechos humanos y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley".[28]

Esta responsabilidad ulterior a su vez se traslada a los medios de comunicación que difunden información como: Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos civil y administrativo, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

[28] Declaración de Chapultepec adoptada por la Conferencia Hemisférica sobre la libertad de expresión celebrada en México DF el 11 de marzo de 1994. Ecuador firma el 20 de septiembre 2012 en México.

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;

2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad; o,

3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley."[29]

Propietarios, accionistas, directivos y representantes legales de los medios de comunicación serán solidariamente responsables de indemnizaciones de carácter administrativo, civil y penal que hayan lugar por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y respuesta ordenados por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de contenido que lesione derechos humanos, reputación, honor y buen nombre de las personas, instituciones y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a la Constitución y la ley.

[29] Declaración de Chapultepec adoptada por la Conferencia Hemisférica sobre la libertad de expresión celebrada en México DF el 11 de marzo de 1994. Ecuador firma el 20 de septiembre 2012 en México.

4.1.12 La Libertad de Comunicación y el Derecho a la Honra de las Personas

No podemos desarrollar un concepto conciso sobre la comunicación, ya que es un campo muy amplio, en el que se encuentran involucradas muchas partes e instituciones; es así que la comunicación no solo significa libertad de expresión, ya que el hecho de expresar una opinión, pensamiento o noticia debe ir acompañada con la responsabilidad manifiesta del emisor, para no desprestigiar la honra de las personas o instituciones referidas.

El viejo paradigma de la comunicación nos dice que: "Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales."[30] Sin embargo hoy en día la tecnología abarca nuestras vidas y por lo tanto ya no es necesario un periódico o noticiero para ser parte de una noticia, pues cualquier persona con acceso a una computador o celular, puede, a través de las redes sociales, expresar una opinión, contar su día a día o incluso dar una notica desde el sitio donde se encuentre.

[30] http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/comunicacion/los_medios_de_comunicacion

Es aquí donde se define con mayor relevancia el término libertad de comunicación, ya que no necesitamos de autorización alguna para emitir un criterio o noticia, es más, resulta gratis e incluso divertido navegar a través de nuestras redes sociales, conocer de una noticia y compartirla hacia nuestros amigos o seguidores. Con todas las bondades que nos ofrece la tecnología, hay que tener en cuenta que toda acción personal que signifique articular criterios a través de un medio de comunicación, conlleva una responsabilidad si estos criterios afectan la honra de una persona o institución; es decir, tenemos el derecho a expresarnos de cualquier forma y por cualquier medio, tomando en cuenta que somos responsables de estas expresiones acorde a lo que la ley prohíbe y permite.

El derecho a la honra se encuentra reconocido en tratados internacionales y en la mayoría de las constituciones políticas de nuestros países. La honra en considerada como: el derecho fundamental que busca proteger el valor intrínseco de las personas frente a la sociedad y evitar todo menosprecio o acto difamatorio que lesione la apreciación o fama que los demás tengan de una persona; en un breve concepto el derecho a la honra es la buena fama o imagen ante terceros. Para reclamar el derecho a la libertad de expresión y por ende la libertad de comunicación, es necesario tener el conocimiento pleno de que las restricciones a las libertades y derechos personales de las que gozamos, solo serán procedentes si podemos asegurar que la información u opinión que entregamos a la luz pública se hallan enmarcada

en nuestra Constitución y la leyes que nos protegen, manteniendo la vigencia de los derechos más elementales, por ejemplo la honra.

4.1.13 El Derecho al Honor y Buen Nombre

El derecho al buen nombre es esencialmente un derecho de valor porque se construye por el merecimiento de la aceptación social, esto es, gira alrededor de la conducta que observe la persona en su desempeño dentro de la sociedad.

La Constitución de la República del Ecuador, en su Art. 66, nos dice: "Se reconoce y garantizará a las personas: El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley."[31]

La libertad de expresión no puede ser un escudo para periodistas, directivos o dueños de medios de comunicación, para lesionar o menoscabar el

[31] Constitución de la República del Ecuador

prestigio, buen nombre y honra de los ciudadanos e instituciones, en cualquiera de sus formas. Estos preceptos señalan los límites de la libertad, imponen el respeto por la otra persona o institución, que implica deberes tan elementales como no hacerle daño, tratarlo como a persona, no ofenderlo; tomando en cuenta las necesidades. La ley protegerá el acceso a datos e información personal o confidencial.

4.3 MARCO JURÍDICO

4.3.1 Declaración Universal de los Derechos Humanos

La Declaración Universal de los Derechos Humanos es un documento declarativo adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en su Resolución 217, el 10 de diciembre de 1948, en París; recoge en sus 30 artículos los derechos humanos considerados básicos, a partir de la carta de San Francisco del 26 de junio de 1945. En el Artículo 19 se lee: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y de recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión."[32]

4.3.2 Declaración de Chapultepec

Adoptada por la Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión, en México D.F. el 11 de marzo de 1994. Su concepto dicta: “ninguna ley o acto de gobierno puede limitar la libertad de expresión o de prensa, sin importar el medio que se trate. Con los siguientes principios:

1. No hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa. El ejercicio de ésta no es una concesión de las autoridades; es un derecho inalienable del pueblo.

[32] Declaración Universal de los Derechos Humanos. Art. 19

2. Toda persona tiene derecho a buscar y recibir información, expresar opiniones y divulgarlas libremente. Nadie puede restringir o estos derechos.

3. Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner a disposición de los ciudadanos, en forma oportuna y equitativa, la información generada por el sector público. No podrá obligarse a ningún periodista a revelar sus fuentes de información.

4. El asesinato, el terrorismo, el secuestro, las presiones, la intimidación, la prisión injusta de los periodistas, la destrucción material de los medios de comunicación, la violencia de cualquier tipo y la impunidad de los agresores, coartan severamente la libertad de expresión y de prensa. Estos actos deben ser investigados con prontitud y sancionados con severidad.

5. La censura previa, las restricciones a la circulación de los medios o a la divulgación de sus mensajes, la imposición arbitraria de información, la creación de obstáculos al libre flujo informativo y las limitaciones al libre ejercicio y movilización de los periodistas, se oponen directamente a la libertad de prensa.

6. Los medios de comunicación y los periodistas no deben ser objeto de discriminaciones o favores en razón de lo que escriban o digan.

7. Las políticas arancelarias y cambiarias, las licencias para la importación de papel o equipo periodístico, el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión y la concesión o supresión de publicidad estatal, no deben aplicarse para premiar o castigar a medios o periodistas.

8. El carácter colegiado de periodistas, su incorporación a asociaciones profesionales o gremiales y la afiliación de los medios de comunicación a cámaras empresariales, deben ser estrictamente voluntarios.

9. La credibilidad de la prensa está ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de precisión, imparcialidad y equidad, y a la clara diferenciación entre los mensajes periodísticos y los comerciales. El logro de estos fines la observancia de los valores éticos y profesionales no deben ser impuestos. Son responsabilidad exclusiva de periodistas y medios. En una sociedad libre la opinión pública premia o castiga.

10. Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público."[33]

4.3.3 Convención Americana sobre Derechos Humanos

La Convención Americana sobre Derechos Humanos (también llamada Pacto de San José) fue suscrita, tras la Conferencia Especializada

[33] Declaración de Chapultepec

Interamericana de Derechos Humanos, el 22 de noviembre de 1969 en la ciudad de San José en Costa Rica y entró en vigencia el 18 de julio de 1978.

"En su Artículo 13, señala:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar: a. el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o b. la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones."[34]

Y el Art. 14 consagra el Derecho de rectificación o respuesta, así dice:

[34] http://www.oas.org/ES/CIDH/EXPRESION/showarticle

1. Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentada y que se dirijan al público en general tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley.

2. En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de otras responsabilidades legales en que se hubiere incurrido.

3. Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial."[35]

4.3.4 Sociedad Interamericana de Prensa

“Es una organización sin fines de lucro dedicada a defender la libertad de expresión y de prensa en todas las Américas. Sus principales objetivos son:

- Defender la libertad de prensa donde quiera que se impugne en América.
- Proteger los intereses de la prensa en las Américas.
- Defender la dignidad, derechos y responsabilidades del periodismo.

[35] https://prezi.com/cbbg4rd0aziu/articulo-11-de-la-convencion-americana-sobre-derechos-humanos

- Alentar normas elevadas de profesionalismo y conducta empresarial.
- Promover el intercambio de ideas e información que contribuye al desarrollo técnico y profesional de la prensa.
- Alentar un conocimiento amplio y un mayor intercambio de información entre los pueblos de las Américas en apoyo a los principios básicos de una sociedad libre y de la libertad individual.

En 1926, se celebró el Primer Congreso Panamericano de Periodistas, en Washington D.C. que aprobó una resolución recomendando la constitución de un organismo interamericano permanente de periodistas. Pero fue hasta 1942, en México, cuando al siguiente Congreso Panamericano también se le llamó "primero" y se decidió crear una Comisión Permanente. Conferencias en Caracas, Bogotá y Quito establecieron la organización con su nombre actual y aprobaron sus Estatutos y Reglamentos. Desde 1950 la SIP depende de fondos provenientes de sus miembros y de donaciones de Fundaciones y sus socios son 1300 publicaciones o cadenas de periódicos afiliadas, con un total de circulación por sobre los 43 millones de ejemplares en papel y un número creciente de lectores por Internet. El principal evento anual de la SIP es la Asamblea General la que se celebra cada año en el mes de octubre, alternando su sede entre Iberoamérica y Norteamérica."[36]

Las acciones y declaraciones que emite la Sociedad Interamericana de Prensa, se basan principalmente en la "Declaración de Principios Sobre

[36] http://www.sipiapa.org/contenidos/home.html

Libertad de Expresión, conocida como la “Declaración de Chapultepec”, adoptada por la Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión celebrada en México, D.F. el 11 de marzo de 1994; que en términos simples se basa en el concepto de que ninguna ley o acto de gobierno puede limitar la libertad de expresión o de prensa, sin importar el medio que se trate.

Cada año, con la celebración de las Asambleas Generales de la Sociedad Interamericana de Prensa, se emiten informes del estado de la libertad de expresión y prensa en cada uno de los países de América. La 71º Asamblea General, celebrada en Charleston, Estados Unidos, concluyó con un extenso informe acerca del estado de la libertad de prensa en el Ecuador; la cual entre sus resoluciones expone: “Denunciar a la comunidad internacional que la aplicación de la Ley de Comunicación ha demostrado que dicho cuerpo legal es un instrumento para restringir la libertad de expresión y de prensa y para propiciar la autocensura de medios y periodistas”.[37]

En 1993 la Asamblea General de las Naciones Unidas, proclama el 3 de mayo como Día Mundial de la Libertad de Prensa, con la idea de fomentar la libertad de prensa en el mundo al reconocer que una prensa libre, pluralista e independiente es un componente esencial de toda sociedad democrática y rinde tributo a los periodistas alrededor del mundo que por decisión profesional ponen en peligro sus vidas en el esfuerzo de informar a sus sociedades y de promover el libre flujo de la información.

[37] http://www.sipiapa.org/notas/1209969-ecuador

4.3.5 Constitución de la República del Ecuador

"Art. 16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación."[38]

Nuestro país propende a que todos y cada una de las personas sea en manera individual o colectiva gocen de todas las formas de comunicación,

[38] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales; Art. 16

visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad, lo que conlleva a la incursión de las personas en los medios de comunicación. El derecho a la comunicación garantizado en nuestra constitución si bien es cierto, constituye un logro y avance en el campo del periodismo, en donde se asegura de carácter obligatorio, la no divulgación de información en los medios de comunicación, asegurando de esta manera la integridad de los ciudadanos. Al analizar cada numeral encontramos que se nos garantiza una comunicación libre, intercultural, diversa y participativa, en donde en la mayoría de los casos vulnera derechos, en donde no se cumple el fin para los cuales fueron creados.

El Art 18 de la Constitución en cuanto al derecho a la información establece que **"**Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejan fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la Ley.

En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negara la información."[39]

El derecho a la información es un derecho innegable que tiene cada persona, por ende no se debe transgredir a sus derechos que se derivan de esto, como los derechos que tiene a su honor y a su buen nombre. Es importante mencionar que la Constitución es clara al manifestar que se tiene derecho a recibir información sin censura sino que ésta debe ser previamente verificada y veraz. Así como no existirá reserva de información en las entidades bancarias excepto cuando la ley lo exija pertinente.

Este artículo se constituye en un derecho constitucional fundamental, cuyo ejercicio goza de protección jurídica y a la vez implica obligaciones y responsabilidades. Cuando hablamos de libertad de pensamiento estamos frente a una situación intangible, inalienable, imprescriptible, indivisible e indivisible, inherente solo al ser humano.

Por otra parte hace hincapié a la libertad de expresión haciendo referencia no solamente a la comunicación verbal, sino también a la no verbal.
De otra manera es toda aquella manifestación del hombre de manera psicofísica, es decir que da a conocer hacia afuera estados internos, ideas, sentimientos y afectos. Por tanto el derecho a la información es dual, por una parte el derecho a informar y por otra el derecho a ser informado.

[39] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales; Art 18

En lo que respecta a recibir información veraz y oportuna, se constituye en una disciplina jurídica que obliga por una parte a que el EMISOR informe todo lo que pase y por la otra al RECEPTOR tiene el derecho a saber todo lo que pasa. La información es un derecho de todos los ciudadanos y no un derecho propio de los periodistas. Y por último quien difunde la información, no sólo tiene el derecho de hacerlo, sino el deber de ser veraz e imparcial. Pero esta veracidad e imparcialidad solamente se debe referir a los hechos en sí, no a las opiniones del periodista.

El Art 19 de la Constitución en relación a la regulación de contenidos dice**.-** **"**La Ley regulará 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 la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra derechos"[40].

La ley regulara los contenidos de cada medio de comunicación con el fin de que estos no sean dañinos para la sociedad, y que al momento de ser emitidos, sean educativos y formativos. Así mismo la ley regulara el organismo que se encargue de velar por estos derechos. Se sancionara al medio que con intención dolosa induzca a la discriminación, la violencia, transgrediendo de esta forma los derechos de las y los ciudadanos.

[40] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales; Art 19

Un ejemplo claro es que un informe periodístico manipulado en sus hechos o difundido irresponsablemente, falso en cuanto a los hechos que lo configuran, calumnioso o difamatorio, inexacto en el análisis de conceptos especializados, o perniciosamente orientado a beneficios o ambiciosos puramente personales, resulta mucho más dañino cuanto mayor es la cobertura del medio que lo difunde, pero en todo caso, con independencia de ese factor, constituye en sí mismo abuso de la libertad, lesión que es muy grave al honor y honra de la persona humana.

El Art 20 respecto a la Cláusula de conciencia, secreto profesional y reserva de fuente: **"**El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación."[41]

El Estado garantiza a que toda persona que informe, La mala fe al momento de emitir un criterio en un medio de comunicación.

El Art. 66 numeral 7. Establece que, "El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, replica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario."[42]

---

[41] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales Art 20

[42] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, Corporación de Ediciones Legales, Art. 66 numeral 7; Pág. 19

Primeramente la comunicación es un bien intangible, presente en todas las sociedades e individuos de todas las naciones. Su reconocimiento dentro de nuestro país es como un bien necesario. Nuestra constitución garantiza a que todas las personas que se crean agraviadas por comentarios que lesionen sus derechos y pongan en peligro su honor por parte de un medio de comunicación, están en todo su derecho a que se les rectifique de manera inmediata y obligatoria.

La transmisión de rectificaciones debe hacerse en condiciones de igualdad y equidad y de manera inmediata las correcciones o aclaraciones que dieren lugar informaciones inexactas, en el mismo horario y con idéntica importancia a la del programa o programas que las hayan originado. Esta obligación se extiende a los directores de programas informativos o periodísticos.

Por consecuente la rectificación debe efectuarse dentro de un tiempo prudente y razonable toda vez que si ha pasado mucho tiempo el recuerdo de un hecho que ha dejado de ser actual podría tener en la gente un efecto contraproducente, por lo mismo, dado este tiempo tan extenso, se debe no solo buscar la reparación del daño mediante una indemnización, sino de un daño moral que rebasa la esfera del individuo y se sitúa en su vida de relación.

El Art 66 numeral 18 manifiesta que “el derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.”[43]

[43]CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales. Núm. 18

Al hablar del derecho al buen nombre llamado también derecho que tiene toda persona a no ser difamada, esto es, a que por parte de la sociedad se tenga una buena calificación o juicio favorable de su comportamiento mientras no se le pruebe lo contrario, y que él es a quien le corresponde probar que las publicaciones realizadas no son veraces, no son exactas y que por lo tanto no corresponde a la realidad o distorsionan los hechos. El derecho al buen nombre es esencialmente un derecho de valor porque se construye por el merecimiento de la aceptación social, esto es, gira alrededor de la conducta que observe la persona en su desempeño de la sociedad es un afectado con la información que se emita en los medios de comunicación.

El honor es el respeto a lo que nuestra reputación representa, pues así como el honor es difícil de alcanzar, es también imposible de recuperar, siendo así el honor un bien inmaterial que se asocia al concepto de dignidad humana, que consiste en el buen nombre que tiene una persona por su comportamiento individual y social protegido por el Estado, con ello se pretende que se la proteja a la persona de toda discriminación, cuidando su imagen y su honor.

En cuanto al Art 66 numeral 19**, "**el derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre la información y datos de ese carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la Ley"[44].

44 Ibídem Art 66 núm. 19

En si lo que se pretende es salvaguardar los intereses de las personas, proteger su intimidad personal acerca de su información. Se pretende que cuando alguien desee averiguar sobre esa persona exista el consentimiento de que ella le autorice a una tercera persona por ser titular o por la ley.

Además como reconocemos que nuestro país es un Estado Constitucional de derechos y justicia social, en donde el deber primordial del Estado es asegurar los derechos inherentes a cada ciudadano, se debe asegurar su cumplimiento y castigar de manera represiva aquellas personas que infringen este derecho.

4.3.6 Ley Orgánica de Comunicación

"Art. 19. Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

Art. 20. Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

- Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;

- Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad, o;

- Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

“Art. 21. Responsabilidad solidaria de los medios de comunicación.- El medio de comunicación será solidariamente responsable por las

indemnizaciones y compensaciones de carácter civil a que haya lugar, por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y de respuesta ordenados por la Superintendencia de la Información y Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de todo tipo de contenido que lesione derechos humanos, la reputación, el honor, el buen nombre de las personas y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley."[45]

En ésta Ley de Comunicación, los medios de comunicación, se hacen responsables solidariamente de carácter civil por perjuicios que se ocasionen a personas por criterios emitidos que atenten contra su honor y buen nombre. Así también están obligados a realizar sus rectificaciones en el mismo medio que lo ocasionaron de una manera gratuita y en un horario establecido. Los medios de comunicación por el hecho de manejar su principal patrimonio que es la noticia, se considera a su vez, como un bien social e indiviso y por ende genera una responsabilidad.

"Art. 23.- Derecho a la rectificación.- Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública de acuerdo a lo establecido en el artículo 22 de esta Ley.

[45] LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, Registro Oficial Nº 22 -- Martes 25 de junio de 2013, art 21

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de publicar dentro del plazo de 72 horas, contadas a partir de presentado el reclamo de la persona afectada, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones y en el mismo espacio, sección u horario; las rectificaciones a las que haya lugar.

En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia iniciativa el derecho de rectificación, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas:

1. La rectificación y la disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a los afectados directos con copia al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, la cual se publicará en su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos;

2. Lectura o transcripción de la rectificación y la disculpa pública en el mismo espacio, programas, secciones y medio de comunicación en que se difundió la información no demostrada, falsa o inexacta;

3. Solo en caso de reincidencia que tenga lugar dentro de un año se impondrá una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los

últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo; y,

4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.

En el caso de los medios de comunicación públicos o comunitarios que no tengan facturación, la multa será del 10% de la doceava parte de su presupuesto anual.

El cumplimiento de estas medidas administrativas, no excluye las acciones judiciales a las que haya lugar por la difusión de información no demostrada, falsa o inexacta.

Art. 24.- Derecho a la réplica.- Toda persona o colectivo humano que haya sido directamente aludido a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación; tiene derecho a que ese medio difunda su réplica de forma gratuita, en el mismo espacio, página y sección en medios escritos, o en el mismo programa en medios audiovisuales y en un plazo no mayor a 72 horas a partir de la solicitud planteada por el aludido.

En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia iniciativa el derecho de réplica, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación sobre la pertinencia del reclamo, las mismas medidas administrativas establecidas para la violación del derecho a la rectificación.

Art. 25.- Posición de los medios sobre asuntos judiciales.- Los medios de comunicación se abstendrán de tomar posición institucional sobre la inocencia o culpabilidad de las personas que están involucradas en una investigación legal o proceso judicial penal hasta que se ejecutoríe la sentencia dictada por un juez competente.

La violación de esta prohibición será sancionada por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa equivalente al 2% de la facturación promediada de los últimos tres meses del medio de comunicación, presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas. En caso de reincidencia que se realice en un mismo año, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior.

Art. 26.- Linchamiento mediático.- Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

La Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas:

1. La disculpa pública de la o las personas que produjeron y difundieron tal información.

2. Publicar la disculpa establecida en el numeral anterior en el medio o medios de comunicación, en días distintos, en el mismo espacio, programas, secciones, tantas veces como fue publicada la información lesiva al prestigio o la credibilidad de las personas afectadas.

Estas medidas administrativas se aplicarán sin perjuicio de que los autores de la infracción respondan por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral."[46]

El periodista a diferencia de otros profesionales no debe la primera de sus lealtades a la empresa para la que trabaja, ni al gobierno que rige su país, sino a la sociedad a la que transmite sus informaciones. Esa sociedad a la que debe responder por la calidad de su trabajo profesional, por las consecuencias que genera su información, lo mismo que su silencio porque ante ella el periodista es responsable de lo que hace y de lo que deja de hacer. Esto es en sentido primario de la responsabilidad del periodista. Ahora bien en lo que tiene que ver a la responsabilidad solidaria del medio de

[46] LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, Registro Oficial Nº 22 -- Martes 25 de junio de 2013

comunicación solo se deriva la civil ante el afectado, por ende esta debería configurarse de acuerdo al daño y perjuicio que ocasiona, es decir en acciones administrativas, civiles y penales.

4.3.7 Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación

El Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación en su **Art 9** establece las formas de ejercer los derechos de rectificación y de réplica. "El derecho de rectificación y el derecho de réplica que las y los ciudadanos realicen en los medios de comunicación audiovisuales pueden efectuarse de la siguiente manera:

1.- De forma personal.

2.- Mediante una grabación de audio o video.

3.- Mediante carta.

El medio de comunicación difundirá o publicará la rectificación o la réplica en el mismo espacio o programa en que se difundieron los contenidos que motivaron el reclamo"[47].

Es importante que las respectivas rectificaciones y réplicas se efectúen en el mismo medio en donde se perjudicó a la personas. El derecho de réplica procede cuando la información proviene de la opinión del comunicador; y, el derecho de rectificación, cuando se trata de información falsa y difamatoria.

[47] REGLAMENTO A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, Corporación De estudios y Publicaciones.

La persona afectada puede solicitar rectificación al medio que ha emitido tal información u opinión sin contrastarla.

4.3.8 Código Orgánico Integral Penal

El Capitulo Cuarto del Código Orgánico Integral Penal establece reglas para la investigación de delitos cometidos mediante medios de comunicación, especialmente el artículo 513 señala: “Las o los directores, editores, propietarios o responsables de un medio de comunicación social responderán por la infracción que se juzga y contra él se deberá seguir la causa, si a pedido de la o el fiscal no manifiesta el nombre de la o el autor, reproductor o responsable de la publicación. Igualmente serán responsables cuando la o el autor de la publicación resulte o sea persona supuesta o desconocida.

Respecto a las responsabilidades en el incumplimiento de la solicitud de grabaciones, hecha por el Fiscal o Juez se habla en el artículo 514: Las o los directores, administradores o propietarios de las estaciones de radio y televisión, estarán obligados a remitir, cuando la o el fiscal lo requiera, los filmes, las videocintas o las grabaciones de sonidos. De no hacerlo, el proceso se seguirá contra ellos. La o el fiscal concederá el plazo de tres días para la remisión, previniéndole de su responsabilidad en caso de incumplimiento”.[48]

[48] Código Orgánico Integral Penal

El objetivo de esta norma es la entrega de información relevante para el esclarecimiento de un delito, dado que muchas veces los medios de comunicación vulneran derechos por un manejo poco ético y caen en juzgamientos anticipados de los procesos que se llevan a cabo en instancias judiciales, promueven una opinión pública que violenta el derecho a la defensa de las personas, y crean una figura de culpabilidad o inocencia ficticia. Además se pretende, que la prueba necesaria para esclarecer un hecho no quede por fuera del procedimiento, ya que dentro de un juicio lo más importante es la prueba, y si ésta ha sido exhibida por los medios de comunicación social también debe ser conocida por el fiscal o el juez. Cabe señalar que estos plazos no existían en la anterior Código Penal.

El artículo 517 dice: "Comienzo de la instrucción o del juicio.- Exhibido el original de la cinta o la grabación y realizado el peritaje correspondiente, si se trata de un delito de ejercicio público de la acción, la o el fiscal solicitará día y hora para formular cargos. Si se trata de una infracción de ejercicio privado de la acción, la persona que se considere afectada podrá presentar su querella y se tramitará conforme con las reglas pertinentes. "[49]. Queda claro que si el delito se trata de acción privada, como Estupro, Calumnia o Usurpación, es el afectado quien debe presentar la querella y tramitarla acorde a las reglas del COIP.

[49] Código Orgánico Integral Penal

4.4 LEGISLACIÓN COMPARADA

4.4.1 Argentina

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Nro. 26.522, en cuanto a la responsabilidad solidaria señala:

Art 101.- "En cuanto a la producción y/o emisión de contenidos y el desarrollo de la programación, los responsables de dicha emisión están sujetos a las responsabilidades civiles, penales, laborales o comerciales que surjan por la aplicación de la legislación general, así como las disposiciones contempladas en esta Ley.

Art 103.- Llamado de atención, Apercibimiento, Multa, la que deberá ser a título personal del funcionario infractor. El instrumento mediante el cual se determine la multa tendrá el carácter de título ejecutivo. Las sanciones previstas se aplicaran sin perjuicio de otras que pudieran resultar aplicables de acuerdo a la legislación civil y penal vigentes"[50].

En esta legislación es evidente que se sanciona de manera represiva a las personas que responsables de emitir información, así como se responsabiliza a todo el medio de comunicación que transgreden y van en contra de los fines que persiguen los medios de comunicación, siendo responsables no

[50] Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Nro. 26.522 en linea.afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522

solamente civil, sino de manera penal, administrativa por parte de los representantes y demás personal que labore en el medio. Así como también su responsabilidad laboral o comercial.

Y que en efecto cuando ocurre que se ha publicado información dañosa al responsabilizar no solo se involucre el medio sino quien lo dirige, en cuanto asumido su representación desde el punto de vista informativo y que tiene a su cargo responsabilidades inherentes a la difusión de informaciones. Dado su función, se supone que el Director o representante del medio de comunicación conoce la información que habrá que propagar a través del medio que orienta, de lo cual se deriva su obligación de verificar que en ella se ajuste a la realidad y tenga el respaldo probatorio suficiente como hacerla pública, haciéndose merecedora la responsabilidad solidaria en todos sus campos. Teniendo en cuanta que cada medio de comunicación al ejercer el derecho a la información y primordialmente de quienes se expresan en ellos puede acarrear consecuencias desde el punto de vista jurídico, por eso se ha visto en la necesidad de abstenerse de afectar a la honra, la intimidad y la vida de terceros.

4.4.2 Perú

La Ley de Radio y Televisión publicada en Julio del 2014 en cuanto a la responsabilidad solidaria de los Medios de Comunicación, señala:

“Artículo 71.- De las responsabilidades.- Las personas naturales o jurídicas que incurran en infracciones tipificadas en la presente Ley, son responsables administrativamente ante el Ministerio, independientemente de la responsabilidad civil y penal que pudiera corresponderles.

Las sanciones administrativas que se impongan, son independientes del cumplimiento de obligaciones o requisitos exigidos a los infractores, por lo que su aplicación no convalida, exime o reemplaza ninguna exigencia incumplida, ni los daños ni perjuicios causados”[51].

Cuando la información difundida en un medio de comunicación se vea cuestionada en el plano legal, es decir cuando esta no fuere realizado de manera legítima, y que la persona afectada por afirmaciones inexactas, o agraviada en cualquier medio de comunicación social se le debería reconocer el derecho a que éste se rectifique en forma gratuita, inmediata y proporcional, sin perjuicio de las responsabilidades de ley, ya que esta ley de radio y televisión establece como principio para la prestación de los servicios el respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar así como el respeto al derecho de rectificación.

Así mismo la ley señala que la responsabilidad legal por violaciones a la dignidad, el honor, la intimidación, la imagen y la voz de las personas y en general los derechos reconocidos legalmente a las personas e instituciones

[51] Ley 28278 Ley de Radio y televisión, publicada en julio del 2014

se rigen por las disposiciones establecidas tanto en el código penal como civil y acarrea responsabilidad administrativa, pero dependiendo del daño y perjuicio que se ocasiones se desprendes las demás responsabilidades.

En esta legislación peruana al igual que en nuestro país se está abriendo nuevas interpretaciones respecto a la responsabilidad de periodistas y medios a la luz de las intenciones de los autores y también de la propia actitud de sus perjudicados.

4.4.3 Venezuela

La Ley de Comunicación Social de Venezuela en su Art 11 nos señala que: "Todo acto contra la verdad o tergiversación de ella, tiene que ser aclarado por el comunicador social que la procesó, bien sea por iniciativa propia, bien a solicitud de la persona interesada y, hacerlo, en el menor tiempo y con la mayor amplitud posible, inspirado para ello en el propósito de reparar el daño moral o material causado, así como, al medio de comunicación involucrado, corresponde la obligación de publicar la aclaratoria que le exija el comunicador social, dando al texto o locución de la aclaratoria igual espacio, ubicación y promoción, que el que correspondió a la noticia o información que da origen al derecho de réplica."[52]

[52]Ley de Comunicación Social de Venezuela, Art 11 (en línea) monitoreociudadano.org/yomonitoreo/2014/08/proyecto-de-ley-de-la-comunicacion-social-gaston-guisandes/

Existen muchas similitudes entre esta legislación venezolana y la ecuatoriana, desde el hecho de que el medio de comunicación debe realizar las correspondientes rectificaciones cuando se haya emitido información de mala fe. Aunque en la legislación Venezolana no se estipula el tipo de responsabilidad que deba realizar por parte del medio de comunicación. En donde su responsabilidad social establece como objetivo principal la promoción del efectivo ejercicio y respeto de los derechos humanos, en particular los que conciernen del honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación. Y su obligación de reparación se extiende a todo daño material o moral causado por el acto ilícito.

En fin el tipo de responsabilidad debería ser claro, porque los medios y los periodistas serán responsables en tanto abusen del derecho de informar, a sabiendas de que lo están haciendo, o con la intención respecto del tratamiento de la verdad o de los derechos de los ciudadanos., entonces es necesario plantear la existencia de responsabilidades solidarias para cada uno de ellos

4.4.4 Chile

La Ley de Comunicación Social, en su Art 27 señala: “Serán responsables solidarios del pago de las multas el director y el propietario o concesionario del medio de comunicación social. Cuando por aplicación de las disposiciones de este artículo un medio de comunicación social fuere

suspendido temporalmente, su personal percibirá, durante el lapso de la suspensión, todas las remuneraciones a que legal o contractualmente tuviere derecho, en las mismas condiciones como si estuviere en funciones."[53]

Es decir en esta legislación no se estipula la responsabilidad solidaria por verter comentarios que vayan en contra de la moral de una persona, sino únicamente pagaran multas cuando se llegare a suspender el medio de comunicación, pero en sí, no existe de forma clara y contundente el tipo de responsabilidad a que están sometidos tanto los periodistas, editoriales y representantes de los medios de comunicación.

Al revisar su Constitución manifiesta que se garantiza el respeto y protección a la vida privada y pública y a la honra de la persona y de su familia, cuyas infracciones que se cometan a través de un medio de comunicación social, y que esta infracción cause injustificadamente daño o descrédito a una persona, será constituida de delito y tendrá la sanción que determine la ley, por ello toda persona natural que pertenezca a un medio de comunicación o jurídica están en todo su derecho de fundar, editar información, siempre y cuando esta se la maneje en base a la ley. De aquí la importancia que debe tener cada país al garantizar el buen funcionamiento y control de lo que los medios emiten o no en sus transmisiones.

[53] LEY 1933 DE CHILE. "Ley sobre las libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo"

Tanto en Argentina, como Venezuela y Ecuador, las legislaciones que han entrado a regir en torno a la regulación de medios de comunicación han puesto en debate la calidad de los contenidos. En torno a este tema las leyes plantean una regulación de contenidos según programación - oferta; en Ecuador, por ejemplo, implica clasificación de contenidos según tipos de público, incluye articulados que garantizan el derecho de las audiencias, como recibir contenidos que respeten los derechos humanos y que se distinga programación y publicidad, así como la información y opinión.

En Ecuador existe una división de porcentaje de frecuencias del espectro radioeléctrico para medios de radio y televisión, el 33% para medios públicos, 33% para privados y 34% para medios comunitarios. En Venezuela, en cambio este proceso está en manos de la Comisión de Programación de Televisión, la cual establece mecanismos y las condiciones de asignación de los espacios a los productores nacionales independientes.

Otro de los puntos que fuertes de las leyes de comunicación vigentes es la producción nacional. Desde la ley argentina, venezolana y ecuatoriana se promueve una cuota de pantalla a los productos nacionales. En Argentina el mínimo es del 70% y un 30% en el caso de la música. Esta cuota mínima de producción audiovisual se repite en Venezuela y Ecuador, donde el mínimo de producción nacional que deberán emitir las estaciones de televisión es del 60%, mientras que respecto a las radios, estas deben incluir un 50% de programación nacional.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Materiales

- Impresora
- Copias Xerox
- Internet
- Papel
- Imprevistos
- Memoria extraíble
- Transporte
- Bibliografía
- Esferográficos
- Computadora
- Varios

5.2 Métodos

- **Método Científico.-** Se lo utilizó a lo largo del desarrollo de la investigación, en cuanto a la obtención de información científica y comprobada, de importancia para el presente estudio.

- **Método Comparativo:** Es el procedimiento mediante el cual se realiza una comparación sistemática en casos de análisis, dicha comparación

sistemática en su mayoría se aplica con fines de generalización empírica y de la verificación de hipótesis.

- **Método Analítico:** Permitió desarrollar los contenidos principales de nuestro sumario, dando un estudio pormenorizado del presente tema de investigación.

- **Método Sintético:** Consiste en la condensación de los principales conocimientos aprendidos durante el proceso. Lo cual nos permitió realizar las conclusiones, recomendaciones y Propuesta de Reforma.

5.3 Procedimientos y Técnicas

- **Encuesta.-** Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. Esta técnica se aplicó en forma de preguntas escritas, fue utilizada con la finalidad de obtener datos empíricos, de la población estudiada o investigada. La población investigada fue de 30 profesionales de Derecho y la Comunicación de la ciudad de Zamora.

- **La Entrevista.-** Es la recopilación de información sobre lo que se investiga, mediante una conversación profesional. Se aplicó esta técnica a 3 profesionales del Derecho y la Comunicación.

6. RESULTADOS

6.1 Resultados de la Aplicación de Encuestas

Se realizó la encuesta que se presentan a continuación, siguiendo el orden de las preguntas del cuestionario, obteniendo los siguientes resultados.

PRIMERA PREGUNTA:

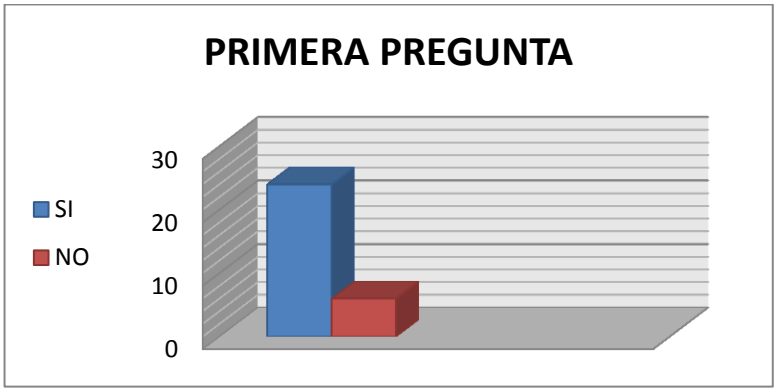
1. **¿Conoce Usted la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas?**

CUADRO 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	80%
NO	6	20%
TOTAL	**30**	**100%**

Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

GRAFICO 1



Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.
Interpretación:

Analizadas las encuestas de la primera pregunta, se observa que 24 personas, que representan el 80% de los encuestados, mencionan conocer la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas, mientras que 6 personas, que representan el 20% de los encuestados la desconocen.

Análisis:

El análisis de esta respuesta es claro, pues una gran mayoría de los encuestados manifiestan conocer la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas, por lo tanto esto nos dejan entrever su pleno conocimiento en la temática a tratar.

SEGUNDA PREGUNTA:

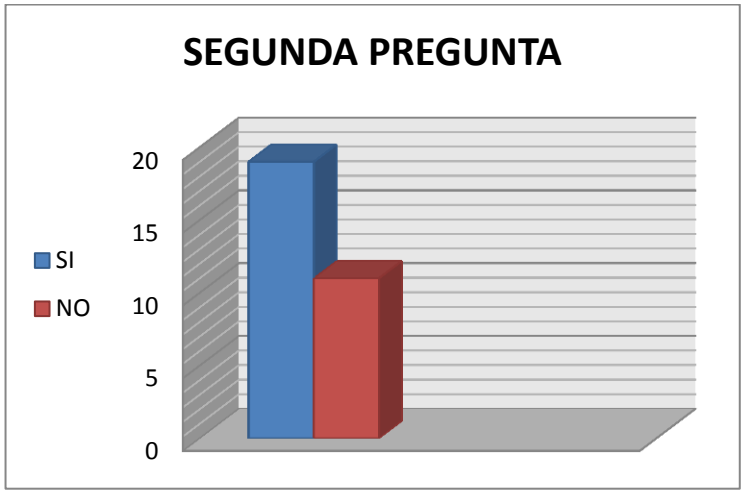
2. **¿Considera que la Ley Orgánica de Comunicación restringe la Libertad de Expresión en nuestro país?**

CUADRO 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	19	63,3%
No	11	36,6%
TOTAL	**30**	**100%**

Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

GRAFICO 2



Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

Interpretación:

Analizadas las encuestas de la segunda pregunta, se observa que 19 personas, que representan el 63,3% de los encuestados, consideran que la Ley Orgánica de Comunicación limita la libertad de expresión; por otra parte 11 personas, que representan un 36,6%, manifiesto que no creen que no existen limitaciones en la libertad de expresión en nuestro país.

Análisis:

Un alto porcentaje de encuestados, indica que la Ley de Comunicación limita la libertad de expresión, que la ley si bien puede regular la gestión de los medios de comunicación incluso el uso del espacio radioeléctrico, esta no puede limitar uno de los importantes derechos de los seres humanos.

TERCERA PREGUNTA:

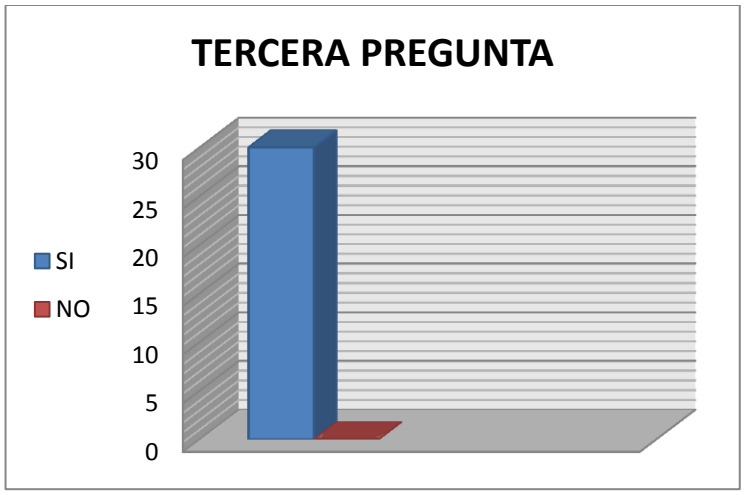
3. **¿La Ley de Comunicación debe tener censura previa sobre la información que se difunde?**

CUADRO 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	100%
No	0	0%
TOTAL	**30**	**100%**

Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

GRAFICO 3



Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

Interpretación:

Analizadas las encuestas de la tercera pregunta, se observa que de las 30 personas encuestadas, la totalidad, es decir el 100% consultado consideran

que la Ley de Comunicación debe tener censura o control previo sobre la información que se difunde en los medios de comunicación.

Análisis:

De tal modo que la totalidad de los encuestados, mencionan su acuerdo en que la Ley de Comunicación debe tener censura previa sobre la información que se difunden, puesto que esta debe ser revisada y verificada previamente antes de difundirlas a la población.

CUARTA PREGUNTA:

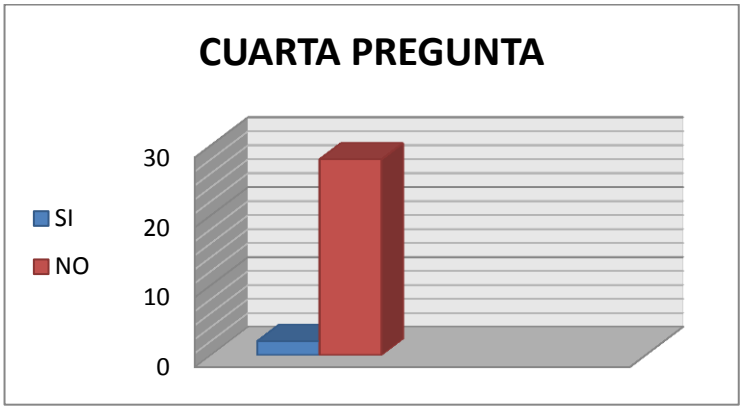
4. **¿Conoce Usted si existen sanciones por reincidencia, relativa al incumplimiento de rectificaciones, de parte de los Medios de Comunicación?**

CUADRO 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	6,6%
No	28	93,3%
TOTAL	**30**	**100%**

Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

GRAFICO 4



Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

Interpretación:

Analizadas las encuestas de la cuarta pregunta, se observa que 28 personas encuestadas, que corresponde al 93,3%, dicen desconocer sanciones por reincidencia, en el incumplimiento de rectificaciones, por parte de los medios de comunicación; mientras que el 6,6% conoce tales sanciones.

Análisis:

Es decir que, la mayoría de los encuestados considera que no existen sanciones por reincidencia relativa al incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación, por lo que es necesario que se normen tales sanciones en la Ley Orgánica de Comunicación.

QUINTA PREGUNTA:

5. **¿Piensa Usted que la insuficiencia normativa que presenta la Ley Orgánica de Comunicación respecto a las sanciones por**

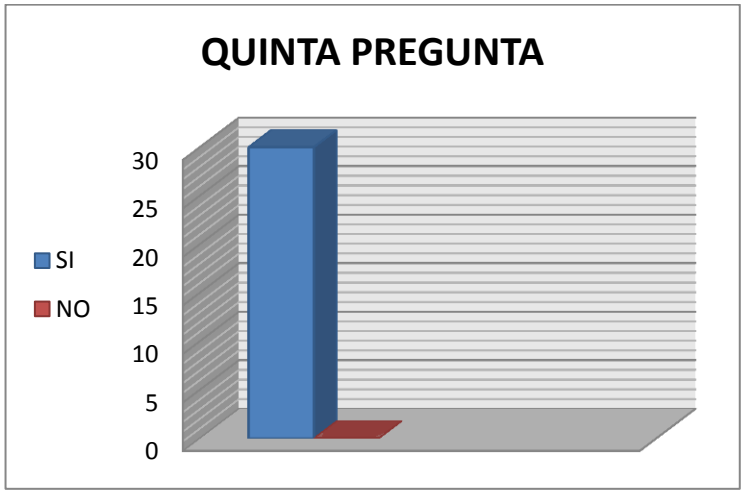
reincidencias por incumplimiento de rectificaciones de parte de los Medios de Comunicación, vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social?

CUADRO 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	**30**	**100%**

Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

GRAFICO 5



Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

Interpretación:

Analizadas las respuestas de la quinta pregunta, observamos que el 100% de las personas encuestadas (30 personas en total) respondió si considera que

la insuficiencia normativa que presenta la Ley Orgánica de Comunicación respecto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones de parte de los Medios de Comunicación vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social.

Análisis:

Estas respuestas nos demuestran que es necesaria una reforma legal urgente para establecer las respectivas sanciones para las reincidencias por incumplimiento de rectificaciones de parte de los Medios de Comunicación.

SEXTA PREGUNTA:

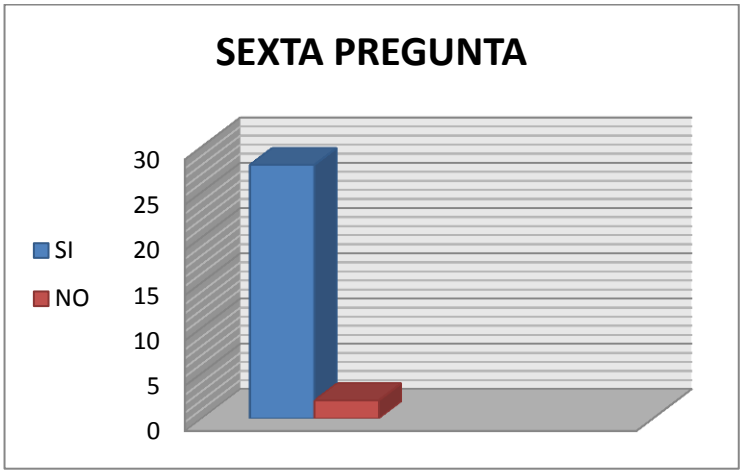
6. **¿Cree Usted que se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones de parte de los Medios de Comunicación?**

CUADRO 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	93,3%
No	2	6,6%
TOTAL	**30**	**100%**

Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

GRAFICO 6



Fuente: Abogados y Periodistas de la ciudad de Zamora.
Autor: Cristian Rolando Delgado Calva.

Interpretación:

Analizadas las respuestas a la sexta pregunta, observamos que 28 personas, que representan el 93% de los encuestados consideran que se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones de parte de los Medios de Comunicación; mientras que 2 personas, que representan el 7% de los encuestados no consideran esta opción.

Análisis:

Por lo que, casi la totalidad de los encuestados está de acuerdo que es urgente la reforma la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios, por cuanto existen algunos medios de comunicación que reinciden continuamente en las rectificaciones en la información emitida.

6.2 Resultados de la Aplicación de las Entrevistas

La técnica de la entrevista, se aplicó a 2 personas de la ciudad de Loja (un Periodista y un Abogado en libre ejercicio profesional) y un Abogado en libre ejercicio profesional en Zamora. Los resultados de la entrevista son los siguientes:

- **PRIMERA ENTREVISTA: Un Abogado en libre ejercicio profesional de la ciudad de Loja.**

Pregunta Uno: ¿Conoce Usted la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas?

Respuesta: Si conozco.

Pregunta Dos: ¿Qué criterio le merece la responsabilidad solidaria de los Medios de Comunicación?

Respuesta: Que tanto el medio como su trabajador son y deben ser responsables por sus actos.

Pregunta Tres: ¿Considera Usted que la Ley de Comunicación debe tener censura previa sobre la información que se difunden?

Respuesta: Sí, es necesaria la censura previa en todo medio de comunicación

Pregunta Cuatro: ¿Cree usted que existen vacíos legales en la Ley Orgánica de Comunicación, en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los Medios de Comunicación, que vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social?

Respuesta: Si, en realidad no se determinan sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

Pregunta Cinco: ¿Cree Usted que se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios?

Respuesta: Si, es urgente esta reforma legal.

- **SEGUNDA ENTREVISTA: Un Periodista en libre ejercicio profesional de la ciudad de Loja.**

Pregunta Uno: ¿Conoce Usted la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas?

Respuesta: Claro, tengo el conocimiento necesario en la materia.

Pregunta Dos: ¿Qué criterio le merece la responsabilidad solidaria de los Medios de Comunicación?

Respuesta: Este tipo de responsabilidad solidaria se la conoce como responsabilidad compartida.

Pregunta Tres: ¿Considera Usted que la Ley de Comunicación debe tener censura previa sobre la información que se difunden?

Respuesta: Es necesaria la censura previa, ya que con esto se pasa por un filtro informático, que permita la veracidad de la información.

Pregunta Cuatro: ¿Cree usted que existen vacíos legales en la Ley Orgánica de Comunicación, en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los Medios de Comunicación, que vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social?

Respuesta: Sí, creo más bien debe de aplicarse severas sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación, ya que se están violentando los derechos ciudadanos.

Pregunta Cinco: ¿Cree Usted que se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios?

Respuesta: Es pertinente, ya que al analizarse la Ley de Comunicación, no solo éste vacío se encuentra, sino algunos.

- **TERCERA ENTREVISTA: Un Abogado en libre ejercicio profesional de la ciudad de Zamora.**

Pregunta Uno: ¿Conoce Usted la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas?

Respuesta: Sí, es lógico.

Pregunta Dos: ¿Qué criterio le merece la responsabilidad solidaria de los Medios de Comunicación?

Respuesta: Es un compromiso que adquieren las personas con el medio de comunicación al cual representan.

Pregunta Tres: ¿Considera Usted que la Ley de Comunicación debe tener censura previa sobre la información que se difunden?

Respuesta: Es adecuado y correcto que todo medio de información y como tal la información debe tener censura previa sobre la información que se difunden.

Pregunta Cuatro: ¿Cree usted que existen vacíos legales en la Ley Orgánica de Comunicación, en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los Medios de Comunicación, que vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social?

Respuesta: Sí, porque no se garantiza de mejor manera el respeto hacia los derechos de las personas dentro de esta ley.

Pregunta Cinco: ¿Cree Usted que se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios?

Respuesta: Sí, se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplir las rectificaciones.

Una vez realizadas y completadas cada una de las entrevistas proyectadas para la presente investigación, he llegado a la conclusión de que existe un consenso general respecto al conocimiento general de la Ley Orgánica de Comunicación; así mismo, consideran que la responsabilidad de emitir las noticias e información corresponde tanto al periodista como al medio de comunicación en el que labora, y que tal información debe responder a una censura y verificación previa, para evitar mensajes inexactos e información que no corresponde a una realidad. Finalmente consideran importante una reforma a la Ley Orgánica de Comunicación en lo que respecta a sancionar a quienes reinciden en el incumplimiento de rectificaciones ordenadas por la autoridad competente a los medios de comunicación, rectificaciones que al no ser cumplidas se convierten en una vulneración flagrante de derechos fundamentales de los ciudadanos ecuatorianos.

7. DISCUSIÓN

7.1 Verificación de Objetivos

Objetivo general:

- **Establecer la necesidad de reformar la Ley Orgánica de Comunicación en lo relativo a las sanciones por reincidencias, en el incumplimiento de rectificaciones correspondientes, por parte de los medios de comunicación.**

Este Objetivo, ha sido verificado en el punto 6 de los Resultados, específicamente en las preguntas 4, 5 y 6 de la Encuesta, mientras que en la Entrevista con las respuestas de las preguntas 4 y 5; en donde se verificó la necesidad de reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios.

Objetivos específicos:

- **Realizar un estudio jurídico - crítico sobre las sanciones por reincidencias, en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.**

Este Objetivo Específico, ha sido verificado en el punto 4, en cuanto a la Revisión de Literatura, en relación con el Marco Conceptual, Marco Doctrinario, Marco Jurídico y Legislación Comparada, en relación con las

sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios

- **Determinar los derechos y responsabilidades de los Medios de Comunicación.**

Este objetivo se verificó en el punto de la Revisión de Literatura, en el numeral 4.1 del Marco Conceptual y 4.2 del Marco Doctrinario, en donde se hacen conocer los conceptos necesarios de comunicación e información, y la doctrina que merece atención respecto a los derechos y responsabilidades de los medios de comunicación.

- **Presentar una propuesta de reforma legal de la Ley Orgánica de Comunicación, en lo relativo a las sanciones por reincidencia en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.**

Finalmente, este objetivo se alcanzó con el desarrollo de la Propuesta Jurídica de Reforma a la Ley Orgánica de Comunicación en el punto 9.1, donde se plantea una reforma legal a la Ley Orgánica de Comunicación en lo relativo a las sanciones por reincidencia en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

7.2 Contrastación de Hipótesis

- **La insuficiencia normativa que presenta la Ley Orgánica de Comunicación respecto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social.**

Esta hipótesis fue contrastada mediante el punto 6 de los Resultados, específicamente en las preguntas 4, 5 y 6 de la Encuesta, mientras que en la Entrevista con las respuestas de las preguntas 4 y 5; en donde se verificó la existencia de la insuficiencia normativa que presenta la Ley Orgánica de Comunicación, respecto a las sanciones por reincidencias en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación, que vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social.

7.3 Fundamentación Jurídica de la Propuesta

El Art 66 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza en su numeral 7 “el derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, replica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario”; y que de igual forma en el mismo articulado, en su numeral 18 garantiza el derecho al honor y al buen

nombre, siendo así que se protege y garantiza la imagen y el bienestar de los y las ciudadanas.

Es decir que toda persona que se creyera ofendida por versiones emitidas en medios de comunicación (prensa, televisión, radio, etc.) pueda exigir se le reivindique el daño ocasionado de manera obligatoria y gratuita, procurando de esta forma la protección de su honor e integridad como persona.

De ahí que en la actualidad es común palpar de forma constante altos niveles de comentarios irresponsables, muchos de ellos en la figura de la injuria a través de los medios de comunicación en contra de terceras personas, en donde se trasgrede la misión y visión para que fueron constituidos dichos medios, pasan a convertirse algunos programas en fuentes de intereses personales o empresariales, con la carencia de imparcialidad y veracidad.

Cabe mencionar que la Ley Orgánica de Comunicación en su **Art. 21** determina tan solo que "El medio de comunicación será solidariamente responsable por las indemnizaciones y compensaciones de carácter civil a que haya lugar, por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y de respuesta ordenados por la Superintendencia de la Información y Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de todo tipo de contenido que lesione derechos humanos, la reputación, el honor, el buen

nombre de las personas y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley".

Siendo necesaria una reforma jurídica a este cuerpo legal, ya el derecho al honor y buen nombre es un derecho fundamental, y el atentado contra éste, es de mayor gravedad y alarma social que los delitos contra la administración pública. Si bien es cierto, la Constitución de la República del Ecuador garantiza y protege el derecho de informar y ser informado con veracidad y responsabilidad, a través de los medios de comunicación, en pos de un orden, comunicación e información de la comunidad, el país y el mundo. Es común, en la actualidad palpar de forma constante altos niveles de comentarios irresponsables, muchos de ellos en la figura de la injuria a través de los medios de comunicación en contra de terceras personas, en donde se trasgrede la misión y visión para que fueron constituidos dichos medios, pasan a convertirse algunos programas en fuentes de intereses personales o empresariales, con la carencia de imparcialidad y veracidad.

Es así, que existe la necesidad de reformar la Ley de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación, con el fin de establecer de mejor manera las sanciones que de forma continua y repetitiva realiza un medio de comunicación, de tal manera que se garantice y proteja a toda la ciudadanía de ser obtener una información responsable y veraz.

8. CONCLUSIONES

Al terminar el presente trabajo de tesis, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: La Constitución de la República del Ecuador garantiza en su Art. 66 numeral 7 “el derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, replica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario”; y que de igual forma en el mismo articulado, en su numeral 18 garantiza el derecho al honor y al buen nombre, siendo así que se protege y garantiza la imagen y el bienestar de los y las ciudadanas.

SEGUNDA: No existe en la actual Ley Orgánica de Comunicación sanciones para reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación**.**

TERCERA: En la actualidad se debe palpar de forma constante altos niveles de comentarios irresponsables, muchos de ellos en la figura de la injuria a través de los medios de comunicación en contra de terceras personas, en donde se trasgrede la misión y visión para que fueron constituidos dichos medios, pasan a convertirse algunos programas en fuentes de intereses personales o empresariales, con la carencia de imparcialidad y veracidad.

CUARTA: La insuficiencia normativa que presenta la Ley Orgánica de Comunicación respecto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social.

QUINTA: Es necesario endurecer las medidas y sanciones administrativas que dispone la Ley de Comunicación, respecto al incumplimiento de rectificaciones ordenadas por la Superintendencia de la Información y Comunicación, a los medios de comunicación.

9. RECOMENDACIONES

Habiendo efectuado el desarrollo pertinente del presente trabajo investigativo de carácter socio - jurídico, y luego de haber arribado a las conclusiones anteriormente citadas, sugiero las siguientes recomendaciones:

PRIMERA: Que el Estado se preocupe de educar y capacitar, no solo al comunicador social, sino también a la ciudadanía en general para el respeto y valoración de los derechos que tiene la persona y el perjuicio que ocasiona atenta contra éstos, como punto generador primordial de respeto.

SEGUNDA: Que la Asamblea Nacional discuta una reforma a la Ley Orgánica de Comunicación, estableciéndose sanciones por reincidencias en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

TERCERA: Que los organismos como CONARTEL y SUPERCOM, encargados de velar por los derechos de los comunicadores y de manera primordial de las personas en general, emprendan en acciones tendientes a proteger el honor y el buen nombre de las y los ciudadanos.

CUARTA: A los profesionales del Derecho, para que exijan el cumplimiento de los derechos de las y los ciudadanos referentes a violaciones que se presenten, y exijan de manera emergente se establezcan sanciones por

reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

QUINTA: A la Universidad Nacional de Loja, difunda las futuras normas legales reformadas o agregadas a la Ley Orgánica de Comunicación, en lo relativo a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

SEXTA: Es necesario crear y desarrollar una propuesta de reforma legal sobre reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

9.1 PROPUESTA DE REFORMA JURÍDICA

LA HONORABLE ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

CONSIDERANDO:

QUE, es deber primordial del Estado garantizar el cumplimiento efectivo de las normas constitucionales;

QUE, la Constitución de la República del Ecuador inserta los derechos constitucionales como salvaguardar el honor y buen nombre de las persona, además que las normas procesales deben guardar relación a la realidad social, tendiente a proteger estos derechos;

QUE, la Asamblea Nacional siendo un órgano con potestad normativa tiene la obligación de adecuar formal y materialmente las leyes y demás normas jurídicas a los derechos previstos en la Constitución;

QUE, el Estado ecuatoriano tiene el derecho de sancionar a toda persona y más aun a cualquier medio de comunicación que viole las normas vigentes que afectan a la moral, honor y buen nombre de las personas instauradas en la sociedad para el bien común y el mejor vivir de las personas y luchar por que los delitos no queden en la impunidad;

QUE, la Convención Americana sobre los Derechos Humanos establece que toda persona tiene derecho al respeto de su honra y su dignidad;

QUE, la Ley Orgánica de Comunicación contiene vacíos que es necesario superarlos a través de las normas que regulen sanciones a reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

QUE, de conformidad con el Artículo 120, numeral 6 de la Constitución de la República del Ecuador, le corresponde a la Asamblea Nacional, expedir, codificar, reformar, y derogar Leyes; e interpretar con carácter general obligatorio, en ejercicio de sus atribuciones:

RESUELVE:

EXPEDIR LA SIGUIENTE REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Artículo 1.- En el artículo 23, agréguese los numerales 5 y 6 con el siguiente texto:

“5. En caso de no cumplir con la rectificación y disculpa pública en el plazo previsto, según las medidas administrativas dispuestas por la Superintendencia de la Información y Comunicación, se impondrá una multa del 2% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas.

6. En caso de reincidencia en el incumplimiento de la rectificación, la multa será del doble de lo cobrado en cada ocasión anterior. Sin perjuicio para que

la Superintendencia de la Información y Comunicación pueda disponer nuevas medidas administrativas al respecto”

Artículo 2.- En el artículo 23, sustitúyase el segundo párrafo del numeral 4 y agréguese un inciso final, en su orden:

“En el caso de los medios de comunicación públicos o comunitarios que no tengan facturación, la multa por reincidencia en la difusión de información que afecte a las personas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo, con deficiencias en la verificación, contrastación y precisión será del 10% de la doceava parte de su presupuesto anual; mientras que para el incumplimiento de rectificaciones la multa será del 2% de la doceava parte de su presupuesto anual.”

“En caso de reincidir en la difusión de información con deficiencias en la verificación, contrastación y precisión por tercera vez en el plazo de un año, se iniciara un proceso administrativo que culminará con la clausura temporal del medio de comunicación por el lapso de 7 días, y multa del 20% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas. En caso de reincidencia por segundo año consecutivo, la sanción será la clausura definitiva del medio de comunicación”

Artículo Final.- La presente reforma de ley entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial.

Es dado y firmado en la ciudad de San Francisco de Quito, Provincia de Pichincha, en la Sala de Sesiones de la H. Asamblea Nacional a los…. días del mes de……. del dos mil dieciséis.

Presidenta del H. Asamblea Nacional **Secretario del H. Asamblea Nacional**

10. BIBLIOGRAFÍA

- DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS.
- DECLARACIÓN DE CHAPULTEPEC.
- LA CONVENCIÓN AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS. Pacto de San José.
- SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA. www.sipiapa.org
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA. 2014. Corporación de Estudios y Publicaciones. Quito.
- CÓDIGO CIVIL. 2014. Corporación de Estudios y Publicaciones. Quito.
- LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, A, Corporación de Estudios y Publicaciones año 2013.
- REGLAMENTO A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN. Corporación de Estudios y Publicaciones año 2013.
- BUITRAGO, Elker, “Derecho de la Información”, cuarta Edición, Colombia año 2007, pág. 412
- CHAMPAGNE, Patric (1999). “La visión mediática”. En la miseria del mundo. Bourdieu Pierre. Buenos Aires: Fondo Directivo pág. 224
- CABANELLAS DE TORRES, Guillermo. Diccionario Jurídico Elemental, Editorial Eliasta, Buenos Aíres-Argentina 2000, pág. 44.
- CAÑETE María Fernanda,” Asamblea, democracia. Medios de Comunicación” CEDIME 2008 QUITO .ECUADOR PAG.65
- DICCIONARIO JURÍDICO ELEMENTAL, Corporación de Estudios y Publicaciones, Servidor Público, Concepto.

- DICCIONARIO de la Lengua Española. Real Academia Española. Editorial. Espasa, 2001. p. 1719
- ENCICLOPEDIA JURÍDICA OMEBA, editorial argentina año 1964, pág. 911
- ESCOBAR, Luis “Derechos de la Información”, Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 544
- DUBRAUCIC Martha, “Comunicación popular el paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales”, Editorial Abya Yala., primera edición, Quito febrero 2002. Pág. 25
- ORLANDO Rocio, “Medios Privados y Nuevos Gobiernos en Ecuador y Argentina” Quito-Ecuador año 2012 pág. 55.
- SALA NOGUER, Ramón, “Introducción a la historia de los medios consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas”, primera edición Barcelona España, año 2007 pág. 10.
- VALDERRAMA ROJAS, Carmen Ligia, “Perspectiva del Derecho de Consumo”. Colombia año 2013 pág. 16

11. ANEXOS

PROYECTO APROBADO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE DERECHO

TEMA:

"REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, RELATIVA A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS, EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS RECTIFICACIONES CORRESPONDIENTES, POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN"

Proyecto de Tesis previa a la obtención del título de Abogado

AUTOR:

CRISTIAN ROLANDO DELGADO CALVA

LOJA - ECUADOR

2015

a. TEMA

“REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, RELATIVA A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS, EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS RECTIFICACIONES CORRESPONDIENTES, POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

b. PROBLEMÁTICA

Si bien es cierto, la Constitución de la República del Ecuador garantiza y protege el derecho de informar y ser informado con veracidad y responsabilidad, a través de los medios de comunicación, en pos de un orden, comunicación e información de la comunidad, el país y el mundo.

El Art 66 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza en su numeral 7 "el derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, replica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario"[54]; y que de igual forma en el mismo articulado, en su numeral 18 garantiza "el derecho al honor y al buen nombre, siendo así que se protege y garantiza la imagen y el bienestar de los y las ciudadanas.

Siendo así que, toda persona que se creyera ofendida por versiones emitidas en medios de comunicación (prensa, televisión, radio, etc.) pueda exigir se le reivindique el daño ocasionado de manera obligatoria y gratuita, procurando de esta forma la protección de su honor e integridad como persona.

Es común, en la actualidad palpar de forma constante altos niveles de comentarios irresponsables, muchos de ellos en la figura de la injuria a través

[54] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales; Art.77; Pág. 19

de los medios de comunicación en contra de terceras personas, en donde se trasgrede la misión y visión para que fueron constituidos dichos medios, pasan a convertirse algunos programas en fuentes de intereses personales o empresariales, con la carencia de imparcialidad y veracidad.

Es así, que existe la necesidad de reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación, con el fin de establecer de mejor manera las sanciones que de forma continua y repetitiva realiza un medio de comunicación, de tal manera que se garantice y proteja a toda la ciudadanía de ser obtener una información responsable y veraz.

C. JUSTIFICACIÓN

Social

La presente investigación es de gran trascendencia social y se justifica su realización en la connotación social que tiene la importancia, ya que se enmarca dentro de la Ley Orgánica de Comunicación, cumpliendo como requisito de trascendencia social, ya que nos compete a todos enterarnos de lo que contiene nuestra legislación vigente en cuanto a la responsabilidad solidaria de los medios de comunicación.

Institucional

La Universidad Nacional de Loja, tiene como objetivo principal y fundamental la formación de profesionales críticos y analíticos a través de la realización de la investigación, y vincular los conocimientos teóricos y prácticos con la realidad social y así buscar mejores alternativas frente a los problemas que se susciten con la sociedad.

Jurídica

Su trascendencia jurídica radica principalmente en la importancia que se trata de presentar una propuesta de reforma a un vacío legal en la Ley de Comunicación, en cuanto a a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación, que permita proteger de mejor manera los derechos y garantías constitucionales de cada ciudadano.

d. OBJETIVOS

- **Objetivo General:**

Establecer la necesidad de reformar la Ley Orgánica de Comunicación en lo relativo a las sanciones por reincidencias, en el incumplimiento de rectificaciones correspondientes, por parte de los medios de comunicación.

- **Objetivos Específicos:**

Realizar un estudio jurídico - crítico sobre las sanciones por reincidencias, en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

Determinar los derechos y responsabilidades de los medios de comunicación.

Presentar una propuesta de reforma legal de la Ley Orgánica de Comunicación, en lo relativo a las sanciones por reincidencia en el incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación.

e. HIPÓTESIS

La insuficiencia normativa que presenta la Ley Orgánica de Comunicación respecto a las sanciones por reincidencias en el incumplimiento de rectificaciones, por parte de los medios de comunicación vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social y moral.

f. MARCO TEÓRICO

MARCO CONCEPTUAL

Comunicación

"La comunicación es un proceso fundamental "esencial", de las sociedades humanas. Cuando de comunicación humana hablamos, nos referimos al proceso de producción de sentido mediante el intercambio de señales y mensajes entre sujetos humanos."[55]

La comunicación viene a significar parte esencial para el desenvolvimiento y la transmisión de emociones, sentimientos, intercambio de intereses, entre otras. De ahí su importancia en la incursión de la convivencia de las personas dentro de la sociedad.

[55] SALA NOGUER, Ramón, "Introducción a la historia de los medios consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas", primera edición Barcelona España, año 2007 pág. 10.

Así mismo el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, menciona: Que previene del latín "comunicare", nos da las siguientes acepciones: "hacer a otro partícipe de lo que uno tiene". "Descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa". "Conversar, tratar con alguno de palabra o por escrito"[56].

Es decir que existen varias apreciaciones, sin encontrar ninguna satisfactoria que complemente en sí lo que es la comunicación. Podemos partir de que es toda relación entre las personas en donde se transmiten, reciben e intercambian mensajes con el fin de dar a conocer algún acontecimiento.

Medios de Comunicación

"Los medios de comunicación en nuestra sociedad, han sido conceptualizados por el sentido común como herramientas que permiten difundir diversos sucesos sociales. Esta conceptualización acompañada con una serie de anuncios sobre la objetividad, neutralidad y función de transmisión de eventos de la "realidad" social, los ha dotado de un fuerte poder de influencia sobre la creación de opinión pública, debate público, imaginarios sociales, discursos sociales y sobre las actuaciones de las personas"[57].

[56]DICCIONARIO de la Lengua Española. Real Academia Española. Editorial. Espasa, 2001. p. 1719

[57] ESCOBAR, Luis "Derechos de la Información", Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 544

Si bien es cierto los medios de comunicación han sido conceptualizados a lo largo del tiempo de diferente manera, y tomado desde la apreciación de cada autor. Los medios de comunicación a más de ser mecanismos informativos, fuerzan la atención hacia determinadas cuestiones, construyendo imágenes de lo que el mundo quiere ver, proponiendo además objetos acerca de los cuales el público debe pensar. Estos deben enfocarse en dos ámbitos netamente iguales; por el un lado está lo que se debería informar y por el otro, que todos tenemos derecho a informarnos. Además de brindarnos explicaciones sobre las causas y consecuencias relacionadas con las cuestiones destacadas en sus noticieros.

Según el autor llamado Champagne dice "los medios son parte integrante de la realidad o, si se prefiere, produce efectos de realidad al fabricar una visión mediática de aquella que contribuye a crear la realidad que pretende describir."[58]

Es decir el modo de ver y como interpretar la realidad de lo que se va narrar. Es así que los medios de comunicación toman un sentido muy amplio en nuestra vida, además de ser indispensables, toman un rumbo esencial para el desarrollo de un país. Además con los avances tecnológicos logran crear hasta realidades que van fuera de lo normal y pueden incitar al público a emprender acciones cuyos verdaderos intereses están camuflados, inclusive pueden persuadir a los ciudadanos de lo que sea, hasta de lo absurdo.

[58] CHAMPAGNE, Patric (1999). "La visión mediática". En la miseria del mundo. Bourdieu Pierre. Buenos Aires: Fondo Directivo pág. 224

Libertad de Expresión en el Ecuador

La libertad de expresión es, esencialmente, libertad frente al Estado. Sin embargo, el presidente Correa no lo entiende así. El periodismo nacional le

critica su incapacidad de aceptar discrepancias y él defiende su gestión denostando al periodismo.

Los medios de comunicación y la libertad de expresión son tan necesarios a la democracia y al desarrollo integral de un país como lo es la sangre al corazón. No importa si los medios se equivocan más de una vez en emitir su información, pues para ello existen las rectificaciones pertinentes, dignas de toda persona e instituciones de bien. Si se coarta la libertad de expresión, muere la democracia.

La Censura

La censura, según el DRAE, es la intervención que practica el censor en el contenido o en la forma de una obra atendiendo a razones ideológicas, morales o políticas.

En un sentido amplio se considera como supresión de material de comunicación que puede ser considerado ofensivo, dañino o inconveniente

para el gobierno o los medios de comunicación según lo determinado por un censor.

La censura moral es la eliminación de materiales que son obscenos o de otra manera considera moralmente cuestionable. La pornografía, por ejemplo, es a menudo censurada. En esta lógica, en especial la pornografía infantil, que es ilegal y censurado en muchas jurisdicciones del mundo.

Responsabilidad Ulterior

Parecería que son definiciones y conceptualizaciones sobre dos aspectos distintos; sin embargo la comunicación social de origen público o privado, requiere de actuaciones humanas complementarias de manera transparente, equilibrada y ética.

Este ejercicio es responsabilidad fundamental de la ciudadanía, de periodistas profesionales, comunicadores sociales; pero también de quienes mantienen propiedad en medios de comunicación, sean éstos impresos, radiales o audiovisuales. Hoy se discute con mucha pasión sobre una necesaria regulación en Internet.

El consenso es que además de la autorregulación, es necesaria una regulación social institucionalizada, que garantice y vele por los derechos humanos y colectivos de manera ágil y permanente; sin dañar a las personas que dialogan y conviven.

MARCO DOCTRINARIO

Fines y Características de los Medios de Comunicación

"El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar, etc.

- **Positivas.** Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo".[59]

Las características primordiales de los medios de comunicación poseen altos niveles de importancia en cuanto están encargados de informar, educar y además tomar conciencia de lo que se transmite.

Otro factor positivo que se da en el ámbito económico: quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de conciencia sobre una especie de producto, es decir, puede generar su propia demanda, ya que los medios muchas veces cumplen la función de formadores de opinión.

[59] DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESTUDIANTIL Wikipedia

Entonces, visto desde el ámbito empresarial, es un aspecto ampliamente positivo al hacer posible el marketing y anuncios para el mundo.

- **"Negativas.** Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión (como sucede al generalizar personas o grupos".[60]

En cambio las características negativas recaen en el mal uso que se llegaren a tomar a los medios de comunicación para satisfacer intereses personales o beneficiando a grupos de poder.

Tipos y Clases de Medios de Comunicación

En primer lugar, cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos según los tipos de medios de comunicación que engloban como son: los medios masivos, auxiliares o complementarios y por último los alternativos.

En segundo lugar, cada uno de estos grupos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación, como se podrá ver en detalle a continuación:

---

[60] IBIDEM

[8] ESCOBAR, Luis "Derechos de la Información", Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 779

12. Medios Masivos: Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

***"Televisión**:* Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento"[61].

Este tipo de medio de comunicación posee ventajas son: Buena cobertura de mercados masivos; costo bajo por exposición; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos.

Entre sus principales limitaciones se encuentran: Costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público.

***"Radio**:* Es un medio "solo - audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad.

Según Lamb, Hair y McDaniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Además, según los mencionados autores, los radio - escuchadores tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles. Los horarios más populares son

los de "las horas de conducir", cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo”[62].

Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez. Sus principales limitaciones son: Solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

***“Periódicos**:* Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales. Sus principales ventajas son: Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse”[63].

Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: Vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

***“Revistas**:* Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.

---

[62] ESCOBAR, Luis “Derechos de la Información”, Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 779
[63] Diccionario Enciclopédico Wikipedia

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios:

Desplegados: Anuncios que se desdoblan en 3 o 4 páginas.

Gate Folder: Parecido al anterior pero este es desprendible.

Booklets: Anuncios desprendibles en forma de folleto.

Cuponeo: Cupón desprendible, además del anuncio impreso.

Muestreo: Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto"[64].

Sus principales ventajas son: Selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico.

Sus limitaciones son: Larga anticipación para comprar un anuncio; costo elevado; no hay garantía de posición.

***"Internet**:* Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales"[65].

Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo (para atraer a la mayor cantidad de visitantes interesados en lo que ofrecen),

---

[64] ESCOBAR, Luis "Derechos de la Información", Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 779

[65] BUITRAGO, Elker, "Derecho de la Información", cuarta Edición, Colombia año 2007, pág. 412

primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores (Google, Yahoo, Altavista, MSN) para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet; y segundo, colocando en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con sus productos o servicios), uno o más de los siguientes elementos publicitarios: banners, botones, pop-ups y popunders, mensajes de texto y otros, con la finalidad de atraer a la mayor cantidad de personas interesadas.

En definitiva el primer grupo de la clasificación de los medios de comunicación, son los que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. Tal es el caso de la televisión, que incursiona efectivamente, por ser el mecanismo más utilizado en la sociedad para ser informados de los acontecimientos que se suscitan en la vida cotidiana y ser el más utilizado porque goza de imagen voz y movimiento; otro de ellos es la radio y los periódicos, aunque efectivamente en estos no se puede visualizar a la persona que emite la notica, se pude visualizar el tipo de voz con la que emiten, así como la localidad a la que se dirigen, es el caso de los periódicos; que sin lugar a duda, todos estos coadyuvan al fin para lo que se crearon.

Por su parte las revistas e internet han sido creados a conveniencias de satisfacer y promocionar productos con el fin de venderlos, con la ventaja de poder seleccionar a su público que desea vender y promover la oferta y la demanda. Cada uno de estos medios masivos de comunicación posee

ventajas y desventajas, cada uno de ellas independientes entre sí y sujetándose a diversas normas para su emisión.

13. Medios Auxiliares o Complementarios: Este grupo de medios incluye los siguientes tipos de medios de comunicación:

***"Medios en Exteriores o Publicidad Exterior*:** Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre. Según Lamb, Hair y McDaniel, es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas. Los ejemplos incluyen: espectaculares, escritura en el cielo, globos gigantes, mini carteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, y anuncios en los costados de los autos, camiones y autobuses, e incluso en los enormes depósitos o tanques de agua.

Sus ventajas son: Flexibilidad alta; exposición repetida; bajo costo; baja competencia de mensajes; buena selectividad por localización. Algunas de sus desventajas son: No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, no tiene profundos efectos en los lectores, se le critica por constituir un peligro para el tránsito y porque arruina el paisaje natural.

***Publicidad Interior*:** Consiste en medios visuales (y en algunos casos incluyen audio) colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, ésta publicidad se coloca en: Estadios deportivos; plazas de toros; interior de los camiones; trolebuses y tranvías

urbanos; la parte inferior de pantallas cinematográficas (marquesinas luminosas) y el interior del metro, ya sea dentro de los vagones o en los andenes.

Sus ventajas son: Bajo costo, audiencia cautiva, selectividad geográfica.

Sus desventajas son: No da seguridad de resultados rápidos, no llega a profesionales ni a empresarios, son muy numerosos y tienden a parecerse tanto que se confunden.

***Publicidad Directa o Correo Directo*:** Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, la publicidad directa emplea muchas formas (por ejemplo, tarjetas postales, cartas, catálogos, folletos, calendarios, boletines, circulares, anexos en sobres y paquetes, muestrarios, etcétera). La más usual es el folleto o volante. Sus ventajas son: Selectividad de público alta; no hay competencia publicitaria dentro del mismo medio; permite personalizar.

Sus limitaciones son: Costo relativamente alto por exposición; imagen de correo basura"[66].

[66] BUITRAGO, Elker, "Derecho de la Información", Cuarta Edición, Colombia año 2007, pág. 398

Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado, pero se los puede manipular y visualizar de manera rápida. Estos tipos de medios de comunicación son utilizados en la mayor parte para hacer propaganda o eventos que se llevaran a cabo en determinado tiempo, lugar, etc.

14. Medios Alternativos: "Son aquellos medios que no se encuentran en las anteriores clasificaciones y que pueden ser muy innovadores.

Según Lamb, Hair y McDaniel, dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

- Faxes.
- Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales.
- Protectores de pantallas de computadoras.
- Discos compactos.
- Kioscos interactivos en tiendas departamentales.
- Anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los videocasetes rentados."[67]

Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. Además, según los mencionados autores, casi cualquier cosa puede convertirse en un vehículo para exhibir publicidad. Por ejemplo, los elevadores (ascensores) incluirán o ya incluyen pantallas para

[67] Fuente tomada de: http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html

exhibir noticias, información y publicidad para captar la atención de trabajadores de altos ingresos en los grandes edificios de oficinas.

MARCO JURÍDICO

Constitución de la República del Ecuador

"**Art. 16**.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación."[68]

Nuestro País propende a que todos y cada una de las personas accedan de manera individual o colectiva al uso y goce de todas las formas de comunicación, sean estas; visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad, entre otros, lo que conlleva a la incursión de las personas en los medios de comunicación.

El Derecho a la comunicación está garantizado en nuestra Constitución; lo que constituye un logro y avance en el campo del periodismo, en especial cuando se dirige a las personas y colectividades que carezcan de acceso a información de primera mano o la tengan de forma limitada. Al analizar cada numeral encontramos que se nos garantiza una comunicación libre, intercultural, diversa y participativa, sin embargo, en muchos casos vulnera derechos, y no cumplen el fin para los cuales fueron creados.

El **Art 18** de la Constitución en cuanto al derecho a la información establece que **"**Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los

[68] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales; Art.16

hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejan fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la Ley.

En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negara la información."[69]

El Derecho a la Información es un derecho innegable que tiene cada persona, por ende no se debe transgredir a sus derechos que se derivan de esto, como los derechos que tiene a su honor y a su buen nombre. Es importante mencionar que la Constitución es clara al manifestar que se tiene derecho a recibir información sin censura, pero esta debe ser previamente verificada y veraz. Así como no existirá reserva de información en las entidades bancarias excepto cuando la ley lo exija pertinente.

El **Art 19** de la Constitución en relación a la regulación de contenidos dice, **"**La Ley regulará 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 la difusión de la producción nacional

[69] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales; Art 18

independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra derechos"[70].

La Ley regulara los contenidos de cada medio de comunicación con el fin de que estos no sean dañinos para la sociedad, y que al momento de ser emitidos, sean con carácter de educativos y formativos. Así mismo la Ley regulara el organismo que se encargue de velar por estos derechos. Se sancionara por su parte al medio que con intención dolosa induzca a la discriminación, la violencia, transgrediendo de esta forma los derechos de las y los ciudadanos.

El **Art 66** numeral 18 manifiesta que "el derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona."[71]

Al hablar del Derecho al buen nombre llamado también Derecho que tiene toda persona a no ser difamada, esto es, a que por parte de la sociedad se tenga una buena calificación o juicio favorable de su comportamiento mientras no se le pruebe lo contrario, y que él es a quien le corresponde probar que las publicaciones realizadas no son veraces, no son exactas y que por lo tanto no corresponde a la realidad o distorsionan los hechos.

[70] CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR; Corporación de Ediciones Legales. Art 19
[71] Ibídem. Num 18

El Derecho al buen nombre es esencialmente un Derecho de valor porque se construye por el merecimiento de la aceptación social, esto es, gira alrededor de la conducta que observe la persona de su desempeño en la sociedad, y no puede ser afectado con la información que se emita en los medios de comunicación.

El honor es el respeto a lo que nuestra reputación representa, pues así como el honor es difícil de alcanzar, es también imposible de recuperar, siendo así el honor un bien inmaterial que se asocia al concepto de dignidad humana, que consiste en el buen nombre que tiene una persona por su comportamiento individual y social protegido por el Estado, con ello se pretende que se la proteja a la persona de toda discriminación, cuidando su imagen y su honor.

Ley Orgánica de Comunicación

“Art. 19.- Responsabilidad Ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

Art. 20.-Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

- Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;
- Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad, o;
- Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la Ley.

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la

misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Art. 21.-Responsabilidad solidaria de los medios de comunicación.- El medio de comunicación será solidariamente responsable por las indemnizaciones y compensaciones de carácter civil a que haya lugar, por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y de respuesta ordenados por la Superintendencia de la Información y Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de todo tipo de contenido que lesione derechos humanos, la reputación, el honor, el buen nombre de las personas y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la Ley."[72]

En ésta Ley de Comunicación los medios de comunicación únicamente se hacen responsables solidariamente de carácter civil por perjuicios que se ocasionen a personas por criterios emitidos que atenten contra su honor y buen nombre. Así también están obligados a realizar sus rectificaciones en el mismo medio que lo ocasionaron de una manera gratuita y en un horario establecido. Los medios de comunicación por el hecho de manejar su principal patrimonio que es la noticia, se considera a su vez, como un bien social e indiviso y por ende genera una responsabilidad.

[72] LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, Registro Oficial Nº 22 -- Martes 25 de junio de 2013.

Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación

El Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación en su Art 9 establece las formas de ejercer los derechos de rectificación y de réplica. “El derecho de rectificación y el derecho de réplica que las y los ciudadanos realicen en los medios de comunicación audiovisuales pueden efectuarse de la siguiente manera:

1.- De forma personal

2.- Mediante una grabación de audio o video.

3.- Mediante carta

El medio de comunicación difundirá o publicará la rectificación o la réplica en el mismo espacio o programa en que se difundieron los contenidos que motivaron el reclamo”[73].

Es importante que las respectivas rectificaciones y réplicas se efectúen en el mismo medio en donde se perjudicó a la personas, esto no está mal, pero también se debería hacer responsable al medio de comunicación de manera administrativa y penal, porque se ha llegado a perjudicar a una persona, no cabe solamente la responsabilidad de carácter civil, sino que se la debería aplicar al comentarista, periodista e inclusive al editorialista.

[73] REGLAMENTO A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, Corporación De estudios y Publicaciones.

No se llega a beneficiar en la medida correcta, con las formas de rectificar, a una persona perjudicada, sino más bien se le compensa en parte, ya que de manera personal se le reivindica el daño, o lo puede hacer mediante una carta, o como lo estipula el reglamente se le podrá hacer mediante una grabación, pero con esto no se llega a una responsabilidad tanto del medio como de la persona que permitió que se de este hecho.

En tal sentido ocurren dos casos; la primera cuando se publica información en donde se conoce el autor y ésta merece ser rectificada por no ser veraz e imparcial, es aquí en donde la victima puede acudir para demandar esta protección, actuando tanto contra todo el medio o contra el autor de la publicación; o en otro caso, en contra los dos al mismo tiempo.

Es necesario hacer una aclaración en lo referente al Derecho de Réplica, en donde este se emplea para las opiniones; y el Derecho de rectificación de la información. Si se mezclan, como cuando se informa opinando y se vulneran derechos, es procedente la rectificación.

g. METODOLOGÍA

El trabajo de Tesis, se desarrollará a cabalidad con la utilización de determinados métodos y técnicas:

MÉTODOS

- **Método Científico.-** Es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre. Se lo utilizará a lo largo del desarrollo de la investigación, en cuanto a la obtención de información científica y comprobada, de importancia para el presente estudio.

- **Método Dialéctico.-** Describe la historia de lo que nos rodea, de la sociedad y del pensamiento, a través de una concepción de lucha de contrarios y no puramente contemplativa, más bien de transformación. Se lo utilizará para una confrontación directa entre los datos científicos sobre la problemática y los datos empíricos.

- **Método Inductivo – Deductivo.-** Este método va de la particular a lo general. Se lo utilizará en el proceso de observación, para arribar en juicios, conceptos y premisas.

- **Método Estadístico.-** Este método permite representar la información obtenida en datos estadísticos de fácil entendimiento. Se lo utilizará para elaborar los resultados de la investigación, ya que para los cuadros o tablas estadísticas es básico, generando así los porcentajes y representaciones gráficas de los resultados de la información de campo.

- **Método Descriptivo.-** Consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga. Este método se utilizará para procesar y describir información, recolectada y contrastar con la información empírica rescatada.

- **Método Analítico.-** Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método permitirá el análisis minucioso de la temática en general, conjuntamente con los datos empíricos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas de investigación.

TÉCNICAS

- **Encuesta.-** Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. Esta técnica se aplicará en forma de preguntas escritas, será utilizada con la finalidad de obtener datos empíricos, de la población estudiada o investigada. La población a investigar será de 30 personas, entre profesionales de Derecho y de la Comunicación en la ciudad de Zamora.

- **La Entrevista.-** Es la recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga. Se aplicará esta técnica a 2 profesionales conocedores de Derecho y a un profesional en Comunicación.

h. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	2015																2016															
	SEP				OCT				NOV				DIC				ENE				FEB				MAR				ABR			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Selección y Definición del Problema Objeto de Estudio.																																
Elaboración del Proyecto de Investigación																																
Investigación Bibliográfica																																
Investigación de Campo																																
Organización de la Información y Confrontación de los Resultados con los Objetivos e Hipótesis																																
Conclusiones, Recomendaciones y Propuesta de Reforma Jurídica																																
Redacción del Informe Final																																
Defensa y Sustentación de Tesis																																

i. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RECURSOS HUMANOS

- **Postulante:** Cristian Rolando Delgado Calva.
- Director.
- Encuestados.
- Entrevistados.

RECURSOS MATERIALES

MATERIALES	
DESCRIPCIÓN	**COSTO**
Libros	$30
Material de escritorio	$20
Hojas	$150
Copias	$50
Internet	$200
Levantamiento de texto, impresión y encuadernación	$100
Transporte	$300
Imprevistos	$150
TOTAL	**$1000**

El costo total de la presente Tesis asciende a la cantidad es de mil dólares americanos, los mismos que serán financiados, en su totalidad, con los recursos propios del postulante.

i. BIBLIOGRAFÍA

- BUITRAGO, Elker, “Derecho de la Información”, cuarta Edición, Colombia año 2007, pág. 412
- CHAMPAGNE, Patric (1999). “La visión mediática”. En la miseria del mundo. Bourdieu Pierre. Buenos Aires: Fondo Directivo pág. 224
- CABANELLAS DE TORRES, Guillermo. Diccionario Jurídico Elemental, Editorial Eliasta, Buenos Aíres-Argentina 2000, pág. 44.
- CÓDIGO CIVIL. 2014. Corporación de Estudios y Publicaciones. Quito.
- LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN. 2013. Registro oficial. Suplemento 22.
- REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN. 2014. Corporación De estudios y Publicaciones.
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA. 2014. Corporación de Estudios y Publicaciones. Quito.
- DICCIONARIO JURÍDICO ELEMENTAL, Corporación de Estudios y Publicaciones, Servidor Público, Concepto.
- DICCIONARIO de la Lengua Española. Real Academia Española. Editorial. Espasa, 2001. p. 1719

- ESCOBAR, Luis “Derechos de la Información”, Tercera Edición, Madrid España año 2004, pág. 544
- SALA NOGUER, Ramón, “Introducción a la historia de los medios consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas”, primera edición Barcelona España, año 2007 pág. 10.

11.2 ANEXO 2. Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE DERECHO

Mucho agradeceré se sirva contestar la presente encuesta, emitiendo su valioso criterio, el cual me permitirá obtener información para realizar mi Tesis de Abogado, sobre el tema: **"REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN EN CUANTO A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS POR INCUMPLIMIENTO DE RECTIFICACIONES POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN"**

1. **¿Conoce Usted la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas?**

   Si ( ) No ( )

2. **¿Considera que la Ley Orgánica de Comunicación restringe la Libertad de Expresión en nuestro país?**

   Si ( ) No ( )

3. **¿La Ley de Comunicación debe tener censura previa sobre la información que se difunde?**

   Si ( ) No ( )

4. **¿Conoce Usted si existen sanciones por reincidencia, relativa al incumplimiento de rectificaciones, de parte de los Medios de Comunicación?**

Si ( ) No ( )

5. **¿Piensa Usted que la insuficiencia normativa que presenta la Ley Orgánica de Comunicación respecto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones de parte de los Medios de Comunicación, vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social?**

Si ( ) No ( )

6. **¿Cree Usted que se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones de parte de los Medios de Comunicación?**

Si ( ) No ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

11.3 ANEXO 3. Formato de Entrevista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE DERECHO

Mucho agradeceré se sirva contestar la presente entrevista, emitiendo su valioso criterio, el cual me permitirá obtener información para realizar mi Tesis de Abogado, sobre el tema: **"REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN EN CUANTO A LAS SANCIONES POR REINCIDENCIAS POR INCUMPLIMIENTO DE RECTIFICACIONES POR PARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN"**

PRIMERA PREGUNTA:

¿Conoce Usted la Ley Orgánica de Comunicación y sus normas?

……
……
……

SEGUNDA PREGUNTA:

¿Qué criterio le merece la responsabilidad solidaria de los medios de comunicación?

……
……
……

TERCERA PREGUNTA:

¿Considera Usted que la Ley de Comunicación debe tener censura previa sobre la información que se difunden?

……
……
……

CUARTA PREGUNTA:

¿Cree usted que existen vacíos legales en la Ley Orgánica de Comunicación, en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios de comunicación vulnera los derechos ciudadanos y como tal ocasiona inseguridad jurídica y perjuicio social?

……
……
……

QUINTA PREGUNTA:

¿Cree Usted que se debe reformar la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a las sanciones por reincidencias por incumplimiento de rectificaciones por parte de los medios?

……
……
……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE

PORTADA……i
CERTIFICACIÓN ii
AUTORÍA iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN iv
DEDICATORIA v
AGRADECIMIENTO vi
TABLA DE CONTENIDOS vii
1. TÍTULO: 1
2. RESUMEN 2
2.1. ABSTRACT 4
3. INTRODUCCIÓN 6
4. REVISIÓN DE LITERATURA 8
5. MATERIALES Y MÉTODOS 75
6. RESULTADOS 77
7. DISCUSIÓN 91
8. CONCLUSIONES 96
9. RECOMENDACIONES 98
9.1 PROPUESTA DE REFORMA 100
10. BIBLIOGRAFÍA 104
11. ANEXOS 106
ÍNDICE 146