

# **METODOLOGÍA**

## DE EVALUACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA VERIFICACIÓN DE OTRAS PRESUNTAS VULNERACIONES DE DERECHOS A LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

**Junio 2025**



**Coordinación General de Desarrollo de la  
Información y Comunicación**

Dirección Técnica de Evaluación de Contenidos

## ÍNDICE

<b>1. Antecedentes.....</b>	.3
<b>2. Objetivos.....</b>	.4
<b>3. Principios orientadores.....</b>	.4
<b>4. Marco Normativo.....</b>	.5
<b>5. Marco Teórico.....</b>	.15
5.1 Los Medios de Comunicación.....	.15
5.2 Medios de Comunicación y responsabilidad social.....	.19
5.3 Vulneración de derechos a la información y comunicación.....	.23
5.3.1 Derecho a la Identidad, privacidad y propia imagen.....	.28
5.3.2 Derecho al honor, la honra y el buen nombre.....	.34
5.3.3 Derecho a recibir información de calidad.....	.39
5.4 Tratamiento informativo con enfoque de derechos.....	.45
5.4.1 El Enfoque de Derechos.....	.45
5.4.2 El tratamiento informativo.....	.48
5.4.3 Lenguaje Soez.....	.50
5.4.5 Tratamiento de imágenes.....	.55
5.4.6 Contenido que difunde o valida conductas de riesgo.....	.61
<b>6. Procedimiento.....</b>	.66
6.1 Lineamientos generales.....	.66
6.2. Proceso de Informe Técnico de Verificación de Alertas Frente a Otras Vulneraciones (ITVOV).....	.67
6.3 Estructura del ITVAOV.....	.69
<b>7. Estrategia Metodológica:.....</b>	.72
7.1 Pasos para realizar el Informe Técnico de Verificación de Alertas Frente a Otras Vulneraciones (ITVAOV).....	.72
7.1.1 Análisis multimodal del discurso.....	.72
7.1.2 Procedimiento de solicitud de ITVOV.....	.76
<b>8. Bibliografía.....</b>	.81

## **1. Antecedentes**

El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (Consejo de Comunicación), consciente de la importancia del ejercicio del derecho a la libertad de expresión con responsabilidad, así como de los derechos a la información y comunicación, y demás derechos conexos, reconocidos en la Constitución del Ecuador y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, en cumplimiento de las disposiciones señaladas en la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley de Comunicación (LOC, 2022), así como en la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Loipevm, 2018), diseña, desarrolla y aplica, diversos instrumentos, mecanismos y herramientas para promover, promocionar y fomentar una comunicación de calidad, que evite vulnerar los derechos.

Entre otras herramientas que el Consejo de Comunicación ha desarrollado, se encuentran las metodologías de evaluación de contenidos comunicacionales, sobre las siguientes temáticas:

- 1. Metodología de Evaluación de contenidos comunicacionales presuntamente discriminatorios, o que se configuren en discursos de odio;**
- 2. Metodología de Evaluación de contenidos comunicacionales presuntamente violentos o que motiven la violencia de género;**
- 3. Metodología de Evaluación de contenidos comunicacionales presuntamente sexualmente explícitos que no estén contextualizados o no tengan finalidad educativa.**

Sin embargo, frente a la existencia de posibles vulneraciones relacionadas con los derechos a la dignidad humana (honra, identidad, imagen, etc.) así como con la protección integral de niñas, niños y adolescentes o frente a contenidos riesgosos para su desarrollo<sup>1</sup> y, como acción enfocada a afrontar estas dinámicas de vulneración relacionada a derechos conexos, el Consejo de Comunicación, con el objetivo de mantener una línea de trabajo que identifique este tipo de vulneraciones y argumente la forma en que estas narrativas afectan los derechos de las personas, elabora este documento denominado: “Metodología de evaluación de contenidos para la verificación de otras presuntas vulneraciones de derechos a la información y comunicación”, mismo que se constituye en una herramienta técnico-metodológica complementaria a las ya existentes.

El presente material se realiza con apego al respeto de los derechos a la dignidad humana y a la protección del interés superior de NNA, para abordar aquellas otras vulneraciones de derechos mediante una argumentación sistemática y estandarizada de los componentes discursivos presentes

---

<sup>1</sup> Utilización de lenguaje soez, publicidad de bebidas alcohólicas o sustancias psicotrópicas, exposición a contenido nocivo para su salud sin utilizar recursos comunicacionales para su protección, etc.

en los contenidos mediáticos, con el objetivo de colaborar en la prevención y erradicación de este tipo de vulneraciones y lograr una comunicación de calidad, incluyente, intercultural, diversa y participativa.

## **2. Objetivos**

### **General**

Generar una herramienta técnico - metodológica, con base en la normativa y competencias vigentes del Consejo, que permita identificar, de manera estandarizada y sistemática, prácticas discursivas que, desde el ámbito mediático, pudieran afectar los derechos de las y los ciudadanos a la dignidad humana, enfatizando en la protección integral del desarrollo de niñas, niños y adolescentes, y demás derechos conexos.

### **Específicos**

- Propender al derecho a ejercer una libertad de expresión respetuosa de las y los ciudadanos con énfasis en la protección integral de NNA.
- Contribuir a que los medios de comunicación difundan contenidos mediáticos de calidad, que respeten los derechos humanos: la dignidad humana, la identidad, la imagen, la honra, etc., y que protejan de manera integral a NNA.
- Generar un instrumento que facilite el proceso de análisis de discursos que presuntamente vulneren derechos como la honra y la dignidad.
- Aportar desde el estudio de los derechos a generar procesos de visibilización, reflexión, sensibilización y desnaturalización alrededor de fenómenos de vulneración relacionados con la dignidad humana y la protección integral de NNA en el espacio mediático – simbólico.
- Caracterizar contenidos que al ser difundido puedan aportar a la naturalización de patrones socio – culturales riesgosos que pueden perpetuar ideas peligrosas de consumo de bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas o prácticas sexuales sin responsabilidad.

## **3. Principios orientadores**

- Derecho a recibir información de calidad
- Garantía de derechos
- Contenidos de calidad
- Respeto al principio de interés superior de NNA
- Libertad de expresión en equilibrio e interdependencia con otros derechos conexos.

#### 4. Marco Normativo

El marco normativo relacionado con “otras vulneraciones” se encuentra contemplado tanto en la normativa nacional como en tratados e instrumentos internacionales, como se puede ver a continuación:

##### **Constitución de la República del Ecuador**

**Art. 18.-** 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 manejen 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 negará la información.

**Art. 44.-** El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas.

Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

**Art. 46.-** El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

**7.** Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.

**Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas:

**18.** El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.

**19.** Establece el derecho a la privacidad y a la protección de los datos personales. 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.

**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana”.

#### **Ley Orgánica de Comunicación (LOC)**

**Art. 3.-** Contenido comunicacional. – Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

**Art. 8.-** Prevalencia en la difusión de contenidos. – Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

**Art. 15.-** Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes. – Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

**Art. 17.-** Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. - Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión.

Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

**Art. 18.-** Prohibición de censura previa. Se prohíbe la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, que en ejercicio de sus funciones o en su calidad apruebe, desapruebe o vete los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación.

**Art. 22.-** Derecho a recibir información de calidad. – Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

Artículo innumerado posterior al Art. 25, establece:

**Art. (...). -** Protección a la identidad e imagen. – No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho constitutivo de infracción penal, sea que se haya iniciado o no un proceso judicial.

La misma prohibición opera para proteger la identidad e imagen de las víctimas de violencia de género, incluidas las víctimas de femicidio y otras muertes violentas por razones de género. Se exceptúan los testimonios de las víctimas indirectas que voluntaria y explícitamente dan su autorización para que los medios de comunicación cubran sus casos, siempre que sean estos mayores de edad.

**Art. 30.-** Información de circulación restringida. – No podrá circular libremente a través de los medios de comunicación información que esté protegida expresamente en la ley.

**Art. 32.-** Protección integral de las niñas, niños y adolescentes. -Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación, ni estigmatización alguna.

Los contenidos que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La revictimización, así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, se tratarán de acuerdo con lo establecido en las leyes referentes a la materia.

**Art. 49.- Funciones.** El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación tendrá las siguientes funciones:

**a)** Garantizar la promoción y el ejercicio pleno de las libertades de prensa, de opinión, de expresión, en todas sus dimensiones, y los derechos de información y comunicación reconocidos en la Constitución de la República del Ecuador y los instrumentos internacionales de derechos humanos. (...)

**Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.** – Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción.

**Art. 68.1** de la LOC establece que las personas u organizaciones de la sociedad civil pueden solicitar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación un “Informe Técnico de Contenido” para la determinación de posibles contenidos discriminatorios, violentos o sexualmente explícitos. Sin embargo, la normativa no excluye la posibilidad de incluir otras formas de vulneración de derechos, lo que abre la puerta a una interpretación más amplia.

**Art. 71.- Responsabilidades comunes.** - (...) Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

**c)** Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;

(...)

**g)** Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas;

**h)** Respetar las franjas horarias establecidas y las regulaciones relacionadas a las mismas.

#### **Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación**

**Art. 5.- Definiciones.** - Sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley, para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se establecen las siguientes definiciones:

(...) **6. Monitoreo de contenidos:** Es el proceso por el cual se analizan contenidos de conformidad con el artículo 49 letra i) de la Ley Orgánica de Comunicación, especialmente los de carácter: violento, discriminatorio, sexualmente explícito y violencia de género.

**Art. 51.-** Trámite de atención de las solicitudes de Informe Técnico de Contenido. – (...) El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de oficio, podrá analizar contenidos comunicacionales.

**Ley Orgánica de Protección de Datos Personales**

**Art. 1.-** Objeto y finalidad. – “El objeto y finalidad de la presente ley es garantizar el ejercicio del derecho a la protección de datos personales, que incluye el acceso y decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. Para dicho efecto regula, prevé y desarrolla principios, derechos, obligaciones y mecanismos de tutela”.

**Art. 21.-** Derecho de niñas, niños y adolescentes a no ser objeto de una decisión basada única o parcialmente en valoraciones automatizadas.- “Además de los presupuestos establecidos en el derecho a no ser objeto de una decisión basada única o parcialmente en valoraciones automatizadas, no se podrán tratar datos sensibles o datos de niñas, niños y adolescentes a menos que se cuente con la autorización expresa del titular o de su representante legal; o, cuando, dicho tratamiento esté destinado a salvaguardar un interés público esencial, el cual se evalúe en atención a los estándares internacionales de derechos humanos, y como mínimo satisfaga los criterios de legalidad, proporcionalidad y necesidad, y además incluya salvaguardas específicas para proteger los derechos fundamentales de los interesados.

Los adolescentes, en ejercicio progresivo de sus derechos, a partir de los 15 años, podrán otorgar, en calidad de titulares, su consentimiento explícito para el tratamiento de sus datos personales, siempre que se les especifique con claridad sus fines.

**Código Orgánico de la Niñez y Adolescencia (CONA)**

**Art. 46.-** Prohibiciones relativas al derecho a la información. – Se prohíbe:

1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios;
  2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y,
  3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo.
- Estas prohibiciones se aplican a los medios, sistemas de comunicación, empresas de publicidad y programas.

**Art. 47.-** Garantías de acceso a una información adecuada. – Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá:

- a)** Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes;
- b)** Exigirles que proporcionen, en forma gratuita, espacios destinados a programas del Ministerio encargado de los asuntos de inclusión económica y social;
- c)** Promover la producción y difusión de literatura infantil y juvenil;
- d)** Requerir a los medios de comunicación la producción y difusión de programas acordes con las necesidades lingüísticas de niños, niñas y adolescentes perteneciente a los diversos grupos étnicos;
- e)** Impedir la difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes;
- f)** Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores: libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación del menor; y,
- g)** Exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia.

Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor.

**Art. 51.-** Derecho a la libertad personal, dignidad, reputación, honor e imagen. – Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete:

- a)** Su libertad, sin más limitaciones que las establecidas en la ley. Los progenitores y responsables de sus cuidados los orientarán en el ejercicio de este derecho; y,
- b)** Su dignidad, autoestima, honra, reputación e imagen propia. Deberá proporcionárseles relaciones de calidez y buen trato fundamentadas en el reconocimiento de su dignidad y el respeto a las diferencias.

**Art. 52.-** Prohibiciones relacionadas con el derecho a la dignidad e imagen. Se prohíbe:

1. La participación de niños, niñas y adolescentes en programas, mensajes publicitarios, en producciones de contenido pornográfico y en espectáculos cuyos contenidos sean inadecuados para su edad;
2. La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso;
3. La publicación o exhibición de noticias, reportajes, crónicas, historias de vida o cualquiera otra expresión periodística con imagen o nombres propios de niños, niñas o adolescentes que han sido víctimas de maltrato o abuso;
4. La publicación o exhibición de imágenes y grabaciones o referencias escritas que permitan la identificación o individualización de un niño, niña o adolescente que ha sido víctima de maltrato, abuso sexual o infracción penal, y cualquier otra referencia al entorno en el que se desarrollan; y,
5. La publicación del nombre, así como de la imagen de los menores acusados o sentenciados por delitos o faltas.

Aun en los casos permitidos por la ley, no se podrá utilizar públicamente la imagen de un adolescente mayor de quince años, sin su autorización expresa; ni la de un niño, niña o adolescente menor de dicha edad, sin la autorización de su representante legal, quien sólo la dará si no lesiona los derechos de su representado.

**Art. 54.-** Derecho a la reserva de la información sobre antecedentes penales. - Los adolescentes que hayan sido investigados, sometidos a proceso, privados de su libertad o a quienes se haya aplicado una medida socio - educativa, con motivo de una infracción penal, tienen derecho a que no se hagan públicos sus antecedentes policiales o judiciales y a que se respete la reserva de la información procesal en la forma dispuesta en esta Ley, a menos que el Juez competente lo autorice en resolución motivada, en la que se expongan con claridad y precisión las circunstancias que justifican hacer pública la información.

**Art. 57.-** Derecho a protección especial en casos de desastres y conflictos armados. – Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a protección especial en casos de desastres naturales y de conflictos armados internos o internacionales.

Esta protección se expresará, entre otras medidas, en la provisión prioritaria de medios de evacuación de las zonas afectadas, alojamiento, alimentación, atención médica y medicinas.

El Estado garantiza el respeto irrestricto de las normas del derecho internacional humanitario en favor de los niños, niñas y adolescentes a los que se refiere este artículo; y asegurará los recursos, medios y mecanismos para que se reintegren a la vida social con la plenitud de sus derechos y deberes.

Se prohíbe reclutar o permitir la participación directa de niños, niñas y adolescentes en hostilidades armadas internas e internacionales.

#### **Convención sobre los Derechos del Niño (1989)**

**Art. 16.-** Protege la privacidad y el derecho a la identidad de los NNA.

**1.** Ningún niño será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia ni de ataques ilegales a su honra y a su reputación. **2.** El niño tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o ataques.

**Art. 19.-** Exige que los Estados adopten medidas para proteger a los niños de cualquier forma de violencia, abuso o explotación, incluyendo la exposición de su imagen y datos personales en los medios de comunicación.

**Art. 17.-** Los medios de comunicación deben contribuir a la difusión de contenidos que promuevan el bienestar de los niños, evitando la divulgación de información que los exponga a situaciones de riesgo.

#### **Convención Americana sobre Derechos Humanos**

**Art. 11.-** Protección de la Honra y de la Dignidad

- 1.** Toda persona tiene derecho al respeto de su honra y al reconocimiento de su dignidad.
- 2.** Nadie puede ser objeto de injerencias arbitrarias o abusivas en su vida privada, en la de su familia, en su domicilio o en su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra o reputación.
- 3.** Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques.

**Art. 13.-** Libertad de Pensamiento y de Expresión

(...) **5.-** Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

## Determinaciones de derecho

### 1. Artículos de la LOC respecto a la elaboración de Informes sobre otras vulneraciones

El artículo 68.1<sup>2</sup> de la LOC establece que las personas u organizaciones de la sociedad civil pueden solicitar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación un “Informe Técnico de Contenido” para la determinación de posibles contenidos discriminatorios, violentos o sexualmente explícitos. Sin embargo, la normativa no excluye la posibilidad de analizar contenidos comunicacionales como lo dispone el artículo 51<sup>3</sup> del Reglamento General a la LOC, así como también el tercer inciso del artículo 68.1<sup>4</sup>. Es así que se establece que el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de oficio podrá analizar contenidos comunicacionales, es decir, contenidos que se intercambien o difunda a través de medios de comunicación social.

Así también, en el artículo 49<sup>5</sup> de la LOC se establecen entre las obligaciones del Consejo de Comunicación, garantizar la promoción y el ejercicio de los derechos de la información y comunicación. Atribución que se puede cumplir mediante la elaboración del informe técnico de verificación de alertas frente a otras vulneraciones de derechos de la información y comunicación.

Además, el artículo 22<sup>6</sup> de la LOC establece el derecho a recibir información de calidad, para lo cual se debe garantizar la protección de los derechos, esto sustenta la necesidad de la elaboración del informe técnico de verificación de alertas frente a otras vulneraciones.

---

2 Art. 68.1.- Informe Técnico de Contenido. Para la determinación de posible contenido discriminatorio, violento o sexualmente explícito, las personas, u organizaciones de la sociedad civil podrán solicitar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación la emisión del Informe Técnico de Contenido. El Informe Técnico emitido por Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y comunicación, no tendrá el carácter de vinculante; sin embargo, de ser solicitado por una autoridad pública, deberá ser valorado al momento de emitir una decisión para cada caso concreto. El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de oficio, podrá analizar contenidos comunicacionales; y de ser el caso, ponerlos en conocimiento de la Defensoría del Pueblo para su trámite correspondiente. El Reglamento de esta Ley, desarrollará el trámite de atención de las solicitudes de Informe Técnico de Contenido. Este Informe no constituye un requisito para el planteamiento de las acciones legales correspondientes (LOC, 2022).

3 Art. 51.- Trámite de atención de las solicitudes de Informe Técnico de Contenido. - De conformidad con lo dispuesto en la Ley, cualquier persona que se sienta afectada por un posible contenido discriminatorio, violento o sexualmente explícito podrá solicitar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación que emita un informe técnico de contenido, dentro del plazo de treinta (30) días, contados desde su emisión. La solicitud deberá indicar con precisión el contenido emitido posiblemente discriminatorio, violento y/o sexualmente explícito; razón social y/o nombre comercial del medio de comunicación que difundió el contenido. Una vez ingresada la solicitud, el Consejo dispondrá al medio, de ser necesario, el respaldo del contenido, que deberá ser remitido en el término máximo de cinco (5) días. El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación pondrá a disposición de los ciudadanos las herramientas y medios físicos y digitales, sencillos y expeditos, para la solicitud de informe técnico de contenido. El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación procederá a emitir el informe técnico de contenido, en el término de cuarenta y cinco (45) días, contados desde la recepción de esta. El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de oficio, podrá analizar contenidos comunicacionales (Reglamento a la LOC, 2023)

4 El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de oficio, podrá analizar contenidos comunicacionales; y de ser el caso, ponerlos en conocimiento de la Defensoría del Pueblo para su trámite correspondiente (LOC, Art. 68.1, 2022).

5 Art. 49.- Funciones. El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación tendrá las siguientes funciones:  
a) Garantizar la promoción y el ejercicio pleno de las libertades de prensa, de opinión, de expresión, en todas sus dimensiones, y, los derechos de información y comunicación reconocidos en la Constitución de la República del Ecuador y los instrumentos internacionales de derechos humanos (...);

6 Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada (...) (LOC, 2022).

## **2. Normativa nacional e internacional y jurisprudencia sobre “otras vulneraciones”**

El concepto “otras vulneraciones” involucra los siguientes componentes:

**a) Disposiciones de la Constitución de la República del Ecuador:**

- Derecho a recibir información de veraz, verificada, oportuna, contextualizada (art. 18).
- Prevalencia en la difusión de contenidos (art. 19).
- Protección a NNA frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género (art. 46).
- Derecho al honor y al buen nombre (art. 66).

**b) Disposiciones de la Ley Orgánica de Comunicación:**

- Prevalencia en la difusión de contenidos (art. 8).
- Derecho a recibir información de calidad (art. 22).
- Derecho a que se respete la presunción de inocencia (art. 25)
- Protección a la identidad e imagen (art. 25).
- Protección integral de NNA (art. 32).
- Regulación de franjas horarias (art. 49).

**c) La Convención Americana sobre Derechos Humanos (Art. 11) establece el derecho al respeto a la honra y dignidad, prohibiendo injerencias abusivas en la reputación.**

En síntesis, con base en lo dispuesto en el artículo 68.1 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) así como lo indicado en el artículo 51 del Reglamento General a la LOC, en el que se establece que el Consejo de Comunicación de oficio podrá analizar contenidos comunicacionales, es decir, contenidos que se intercambien o difunda a través de medios de comunicación social que permitan la promoción y el ejercicio de los derechos de información y comunicación dentro de los cuales están contemplados los de “otras vulneraciones”.

La normativa constitucional, en especial los artículos 18, 44 y 46 de la Constitución, los tratados internacionales ratificados por Ecuador, como la Convención Americana sobre Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño, respaldan la necesidad de protección integral de los derechos de las personas en entornos mediáticos. Estos documentos enfatizan el derecho a la dignidad, privacidad, protección de datos personales, identidad e imagen, calidad

de la información, entre otros.

Para garantizar y promover el ejercicio de los derechos de información y comunicación, función establecida por la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) para el Consejo de Comunicación es fundamental analizar posibles vulneraciones adicionales, a través de un informe técnico de verificación de alertas en relación con otras vulneraciones.

La revisión del marco normativo nacional e internacional reafirma el compromiso de Ecuador con la protección de los derechos fundamentales de las personas, especialmente de los NNA y otros colectivos vulnerables, promoviendo un entorno comunicacional seguro y ético.

Con base en lo expuesto, el Consejo de Comunicación, conforme en sus atribuciones procede a realizar el Informe Técnico de otras vulneraciones con el objetivo de proteger la libertad de expresión y los derechos a la comunicación.

## 5. Marco Teórico

### 5.1 Los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación “son herramientas y recursos que se utilizan para transmitir un mensaje entre un emisor y un receptor” (Universidad de la Rioja [UNIR], 2024, párr. 2). Es decir, posibilitan los procesos comunicacionales entre los miembros de una sociedad, mediante instrumentos tecnológicos apropiados para tal fin, entre ellos están la radio, los medios escritos, la televisión y el Internet (Montesinos, 2011).

Tradicionalmente, el estudio de los medios de comunicación se ha dirigido a analizar el sector de los medios de comunicación de masas (*mass media*, en inglés): si la comunicación consiste en transmitir un determinado mensaje a través de un canal entre un emisor y un receptor, la comunicación de masas añade a esta definición, además, que dicho proceso llega a un gran número de receptores a la vez (audiencia de masas), merced a un canal de difusión tecnológicamente capacitado para lograr dicho efecto. Así, se ha diferenciado clásicamente entre los medios de comunicación de masas y los medios de comunicación interpersonal, como el teléfono o la conversación cara a cara. (McQuail 1999 en Broseta, et al. 2023, p. 23)

Es así como, los medios de comunicación despliegan dos formas de realizar el proceso de comunicación:

El primero, referido al contexto tradicional de la comunicación masiva, donde los miembros de la audiencia no son solo receptores pasivos de mensajes (decodifican,

interpretan y codifican los mensajes por si solos); mientras que el segundo es un nuevo modelo para describir la comunicación masiva del Internet, que hace posible que haya diferentes niveles de comunicación; pero, una sola persona realiza las funciones de decodificación, interpretación y codificación, donde el receptor escoge el tiempo y el modo de actuar. (Dominick, 2006, pp. 21-22)

Así, existen medios convencionales, también conocidos como tradicionales, que se basan en la difusión de información a través de canales físicos, que están “indisolublemente ligados a un soporte específico: la prensa, al papel; la radio, al transistor; y la televisión, a la pantalla (...), cuya forma de grabar y de reproducir contenidos seguía unos criterios, y unos formatos, muy concretos” (Broseta, et al. 2023, p. 30).

Los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión) manejan en general una fórmula básica dentro del proceso de comunicación: el emisor (medio) se encarga de enviar o transmitir la información al receptor (lector, radioescucha o televidente) y el *feedback* es difícil de cuantificar, medir y gestionar. (European Business School, 2025, párr. 8)

El número de medios de comunicación era relativamente reducido y concentraba grandes audiencias. “La comunicación se producía en momentos específicos, más o menos frecuentes: las ediciones diarias de los periódicos, o en determinados momentos del día de la televisión o la radio” (Broseta, et al. 2023, p. 32).

En cambio, “los nuevos medios digitales surgen gracias a la aparición y popularización del Internet, lo que ha permitido la creación de páginas *web*, *blogs*, *newsletters* y redes sociales, entre otros” (Prieto, 2023, párr. 6).

Los contenidos digitales son iguales en cuanto al formato; texto, imágenes fijas o en movimiento, procesos vectoriales, aplicaciones de diversa índole, siguen el mismo sistema de codificación, y se pueden distribuir y mostrar a través de cualquier soporte digital (Broseta, et al. 2023). Además, “se establece una comunicación bidireccional, puesto que el receptor puede interactuar con el emisor, obteniendo un *feedback* durante las 24 horas del día”. (Prieto, 2023, párr. 6).

Esto sucede, además, porque la mayoría de los dispositivos digitales son multifunción, es decir, los ordenadores, tabletas y móviles actúan como soporte de aplicaciones que permiten leer periódicos, escuchar radio y ver televisión, sustituyendo a los viejos

instrumentos especializados con los que antes se accedía a cada uno de esos medios.

Todo el sistema de la comunicación digital está conectado, y no solo por formar parte de la red Internet; está conectado porque tanto los formatos como los soportes están adaptados a un único código: el digital. (Broseta, et al. 2023, p. 30)

Los medios digitales ocupan un lugar importante entre las comunidades que los siguen, "convirtiéndolos en la fuente de información principal y el escenario para la promoción de productos y servicios de las empresas. Sin embargo, los medios tradicionales siguen siendo muy bien recibidos por diversas audiencias más conservadoras" (Prieto, 2023, párr. 4).

Sin lugar a dudas, la evolución de la tecnología ha modificado las formas de interacción entre las personas, incluso,

(...) ha creado un escenario diferente a través de los nuevos medios, así como los contenidos y el público objetivo a impactar. De este modo, los medios tradicionales deben seguir adoptando las ventajas que les ofrece el Internet para ofrecer la comunicación digital que exige el público actual. (Prieto, 2023, párr. 13)

Estas son las diferencias clave que existen entre los medios tradicionales y los digitales:

**Tabla Nro. 1**

**Diferencias entre Medios Tradicionales y Medios Digitales**

	Medios tradicionales	Medios digitales
<b>Agilidad de interacción</b>	<p>Los canales de distribución y acceso son unidireccionales, a través de: la televisión, la radio o la prensa escrita.</p> <p>El público no tiene la oportunidad de comentar, intervenir o incidir en el mensaje, por lo que es difícil comprender la interacción entre audiencia, anuncios y mensaje.</p> <p>El público no puede comunicarse a través de los anuncios. Necesitará contactar a la empresa para poder comunicarse</p>	<p>Los canales de distribución y acceso son digitales: redes sociales, motores de búsqueda (Google), correo electrónico, etc.</p> <p>La audiencia si tiene la oportunidad de comentar, intervenir o incidir en el mensaje (clic en <u>anuncios en redes sociales</u> para acceder a las páginas de productos de un sitio web).</p> <p>Los usuarios pueden comentar el anuncio o responder al correo electrónico para contactarte al instante y hacer preguntas.</p>
<b>Capacidades de segmentación</b>	<p>El público objetivo se segmenta acorde a nivel de rating y horarios por lo que el mensaje llega a todas las personas que estén en el canal elegido y que podrían o no ser parte del <u>público objetivo</u>.</p> <p>Esto implica que el mensaje llegue a personas que no tienen interés en ellos y que probablemente no se convertirán en clientes.</p>	<p>Aprovechan las funciones de segmentación de audiencia existentes en Internet, así, se ubican los mensajes o anuncios por edad, ubicación, intereses, sector de empresa, etc.</p> <p>Esto significa que el mensaje y anuncios llegan a las personas más afines al mismo, al real público objetivo.</p>

**METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA VERIFICACIÓN DE OTRAS  
PRESUNTAS VULNERACIONES DE DERECHOS A LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

---

<b>Inmediatez</b>	Hay que esperar a que se publique el siguiente ejemplar o se transmita la próxima edición, a menos que se difunda un flash informativo al instante.	El Internet permite tener una comunicación inmediata frente a un acontecimiento o hecho, al cual se le puede hacer seguimiento a través de Internet.
<b>Finalidad</b>	La audiencia busca satisfacer el deseo de estar al día con la actualidad general, más allá de querer utilizar esta información con otros fines.	Al buscar información en línea se persigue satisfacer una necesidad específica porque para muchos es una herramienta de trabajo, de estudio o de distracción.
<b>Promoción</b>	La promoción solo se puede aprovechar hasta donde llega el periódico o la señal.	Utilizan el marketing y publicidad digital para crear estrategias de promoción de productos o servicios que llegan a diversos públicos para mayor presencia en el mercado.
<b>Libertad</b>	La audiencia consume lo que publica el periódico, la radio o la televisión, sin interactuar con ellos. Puede pasar la página o cambiar de radio o canal de televisión.	Los medios digitales posibilitan elegir el contenido que se desea ver, compartir o comentar, lo que permite que el usuario se convierta en un gestor social del conocimiento que va adquiriendo.
<b>Credibilidad</b>	Durante décadas los medios tradicionales han brindado información veraz, buscando opiniones de expertos y líderes de opinión.	Algunos de los contenidos existentes en el Internet son <i>fake news</i> , por lo que se debe corroborar la información.

**Nota:** Tomado de Prieto (2023) y European Business School (2025).

Todo esto implica grandes cambios, un nuevo escenario que modifica los paradigmas de la comunicación, lo que puede resumirse en:

**Tabla Nro. 2**

**Cambios en la comunicación**

Cambio	Descripción
<b>1. De audiencia a usuario:</b>	La transición de "audiencia" a "usuario" en el ámbito digital implica un cambio en la relación del individuo con el medio y la información. Pasamos de una postura pasiva de recepción (audiencia) a una participación activa y funcional <sup>7</sup> .
<b>2. De medio a contenido:</b>	Con la llegada de los medios digitales cambia la importancia que se otorga a los medios por la importancia que se le da al contenido. Forjándose el lema de: " <i>el valor ya no radica en el medio de soporte sino en el contenido que transmite</i> ". Forjándose el concepto marketing de contenidos que, según las palabras de Germán Piñeiro Vázquez «Formatos más habituales del marketing de contenidos», consiste en crear y distribuir contenido relevante para clientes y potenciales clientes con el objetivo de atraerlos hacia la empresa y conectar con ellos. No es, por tanto, contenido promocional sino útil y relevante para los usuarios y para la empresa que ha de ser aportado mediante formatos adecuados.

<sup>7</sup> Los medios de comunicación electrónicos, consiguen segmentar temáticamente a los receptores de los mensajes, las nuevas herramientas de comunicación e información online permiten, no sólo orientar la comunicación a targets específicos como perfiles demográficos, profesionales o económicos similares, (cosa que se hace también con la publicidad tradicional), sino que se orientan a individuos, ya que la Red permite responder a las demandas de información específicas de cada usuario en particular European Business School (2025).

<b>3. De soporte a formato multimedia:</b>	El mundo digital permite la integración de todos los formatos de información tradicionales. Así, texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones convergen en los medios de comunicación en Internet que tiene carácter multimedia. Diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión y hasta películas de cine se han integrado en el mundo multimedia y ha combinado formatos atípicos entre sí permitiendo el enriquecimiento del medio. El cambio ha sido importante en este punto, generándose la polémica acerca de la supuesta sustitución de los medios clásicos como radio, televisión, prensa, etc., por la Red. Hasta ahora, el nacimiento de un nuevo medio conllevaba la sustitución y diferenciación con respecto a los anteriores, sin embargo, en la evolución de las nuevas tecnologías no ha sido así, sino que los anteriores medios han sido complementados y han desarrollado su presencia en Internet.
<b>4. De periodicidad a tiempo real:</b>	El Internet no para y la capacidad de reacción a cualquier acontecimiento acaecido durante las 24 horas es instantánea, los 365 días del año. Al contrario que los anteriores medios que, en gran medida, tenían una periodicidad programada de la que han surgido denominaciones que definen estos medios; "periodismo", "diarios", "boletines horarios", "periódicos mensuales", "revistas quincenales", "noticiero del mediodía o de la noche", "informe semanal", "anuario", etc. La era del tiempo real en la información comenzó con la Red que hace posible el seguimiento al minuto de la actualidad informativa.
<b>5. De escasez a abundancia:</b>	El espacio, en los medios impresos, y el tiempo, en los medios electrónicos, han sido tradicionalmente los recursos escasos en el sector de la comunicación. Los medios digitales también trastocan el argumento del recurso escaso, ya que multiplican los canales disponibles, este fenómeno implica mayor cantidad de información en menor tiempo y la escala de difusión es universal aún bajo un contexto donde los recursos son escasos.
<b>6. De intermediación a desintermediación:</b>	El acceso de usuarios comunes a la información sin la mediación de editores. El paradigma de la nueva mediación multiplica el número de voces, pero a la vez diluye su autoridad al haber fracturado el sistema de control editorial previo a la difusión pública de información.
<b>7. De distribución a acceso:</b>	Se refiere a la libertad de elegir el contenido que se desea ver, contrario a apegarse a la programación establecida por un medio tradicional.
<b>8. De unidireccionalidad a interactividad:</b>	Frente a la comunicación unidireccional propia del modelo de difusión de contenido anterior, donde la empresa emisora mandaba un mensaje a su público objetivo y este último no dispone de la capacidad de respuesta inmediata por parte del usuario que ofrece las nuevas tecnologías.
<b>9. De lineal a hipertexto:</b>	Se refiere a la oportunidad de enlazar o hipervincular los contenidos a través de los enlaces.
<b>10. De información a conocimiento:</b>	Donde la participación, libertad de selección de información convierte al emisor como un gestor social de conocimiento.

Nota: European Business School (2025).

En este nuevo contexto es imprescindible el rol que cumplen los medios de comunicación, así como redefinir los contenidos, formatos, soportes, el público objetivo a impactar, e incluso el perfil del periodista.

## 5.2 Medios de Comunicación y responsabilidad social

El rol de los medios de comunicación es indispensable para la formación de la opinión pública y para que la comunidad, a la hora de tomar decisiones, esté suficientemente informada; de hecho, el ejercicio informativo reviste de trascendencia por la posibilidad que tiene de llegar a

gran cantidad de personas e incidir en el desarrollo de las relaciones sociales y de la democracia (García, et al., 2018).

Bajo este marco, “la circulación de información y la posibilidad de recibirla son dos elementos fundamentales para el ejercicio de la libertad de expresión, éstas adquieren plenitud y sentido, una en función de la otra” (García et al., 2018), por lo que la dimensión individual que conlleva la posibilidad de expresar y dar a conocer ideas, opiniones o informaciones se corresponde de forma simultánea con el derecho a recibirlas. Correlación que permite afirmar que “una sociedad que no está bien informada, no es plenamente libre” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH], 2000, párr. 9); y que la libertad de expresión “no sólo es un derecho de los individuos, sino de la sociedad misma, por lo que no puede haber desarrollo de la democracia sin la participación social de los actores que forman parte de ella” (García, et al., 2018). Por ello, “el derecho a la libertad de expresión es uno de los pilares más sólidos que sostienen el sistema democrático, y es la primera herramienta para la protección de los derechos humanos” (Rodríguez, 2009. p. 238).

Sin embargo, el derecho a la libertad de información no es absoluto, existen límites para su ejercicio y controles sobre su adecuado desempeño, lo cual no involucra que este derecho pueda ser suprimido (Krsticevic, 2000; Olivo, 2022). Este precepto está en concordancia con el carácter originario de los derechos humanos, que son universales, indivisibles e interdependientes; es decir, que los derechos que pertenecen a todos los seres humanos, sin distinción no pueden disfrutarse uno a costa de otro, ni puede prescindirse de ninguno de ellos, todos se relacionan entre sí (Declaración y Programa de Acción de Viena, 1993).

En este sentido, el marco de protección que incluye los límites al derecho de información existe, para poder “exigir a quien ejerce ese derecho la responsabilidad que corresponda en función del desbordamiento, la desviación, el exceso, el abuso –en suma, la ilicitud– en que incurra con tal motivo” (García, et al., 2018, p. 54).

Al respecto,

(...) el concepto de responsabilidad social de los medios surge para asegurar que ni periodistas ni empresarios vulneren el derecho a la información de la sociedad, teniendo en cuenta que la principal justificación social de su existencia, de la cual se derivan una serie de privilegios, consiste en fiscalizar a los poderes públicos y fácticos en beneficio de la sociedad. (Campbell, 1999 citado en González, et al., 2011, p. 2).

De la mano de la responsabilidad social está el concepto de autorregulación informativa: un “sistema de conducta que deben observar las personas físicas y jurídicas en relación con el fenómeno comunicativo” (González, et al., 2011, p. 2), el cual involucra la adopción de un conjunto de normas para fortalecer las libertades informativas con responsabilidad ante la sociedad y la implementación de organismo/s encargado/s de velar por el cumplimiento de dichas normas (González, et al., 2011; Consejo de Comunicación, 2020).

La autorregulación deriva de “las exigencias que entraña la protección de los bienes con repercusión social que tutela una determinada profesión, que en el caso del periodismo es el derecho universal a la información” (Aldridge y Evertts, 2003 como se cita en González, et al., 2011, p. 3).

Al respecto, la literatura académica distingue cuatro niveles sobre ética periodística; el primero corresponde a la ética individual, que,

(...) resulta del ejercicio de las virtudes periodísticas y de la autocritica, y conlleva esfuerzos por aumentar la calidad y profesionalidad. Esta conciencia periodística surge de la socialización primaria y secundaria, de la experiencia y de la motivación personal, así como de los valores vinculados a la ética profesional. (González, et al., 2011, p. 3).

El segundo nivel es el de la ética institucional que “incluye normas formales e informales para la organización periodística, que se recogen en los códigos profesionales” (González, et al., 2011, p. 3). Aquí inciden las tradiciones institucionales, las jerarquías laborales, las demandas del mercado y del público (González, et al., 2011). El tercer nivel corresponde a las asociaciones profesionales, cuyo objetivo es conseguir el autocontrol de los medios y el desarrollo de una autocritica para desarrollo de los mismos, así como el cumplimiento de la ética periodística (González, et al., 2011). Y, el cuarto nivel se asocia con la ética del público, aunque “pocos medios e instituciones trabajan este aspecto, y la actividad de la audiencia a menudo queda al margen de la deontología<sup>8</sup> profesional” (González, et al., 2011, p. 3).

En Ecuador, acorde con lo que establece la Convención Americana de Derechos Humanos, se considera a la responsabilidad ulterior como parte de la responsabilidad social. La responsabilidad ulterior surge en función de una conducta indebida y busca 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” (Convención Americana de Derechos Humanos,

---

<sup>8</sup> Parte de la ética que trata de los deberes, especialmente de los que rigen una actividad profesional (RAE, 2024).

art. 13, núm. 2, 1969). En tanto que la protección a la reputación de los demás y a sus derechos se encuentran en normas como la Constitución y la Ley Orgánica de Comunicación.

La primera establece a través de su artículo 66, numeral 18, el derecho al honor y al buen nombre, que involucra la protección de la imagen y voz de la persona (Constitución de la República del Ecuador, Art. 66, 2008); mientras que la segunda, aborda en sus artículos: 21 (la responsabilidad civil<sup>9</sup>); 24 (derecho a la réplica o respuesta<sup>10</sup>); 19 (responsabilidad ulterior<sup>11</sup>); 20 (responsabilidad ulterior de los medios de comunicación<sup>12</sup>); 7 (Información de relevancia pública o de interés general)<sup>13</sup>.

A su vez, se aborda el derecho de la ciudadanía de recibir información “verificada, contrastada, precisa y contextualizada”<sup>14</sup> (LOC, art. 22, 2022), establece el derecho al honor y al buen nombre, que, en correspondencia con lo señalado por la Constitución de la República del Ecuador que involucra la protección de la imagen y voz de la persona (Art. 66, Núm. 18, 2008). Por ello, los medios de comunicación tienen una importante responsabilidad en la configuración del imaginario social que le dan a la humanidad (García, 2014. p. 133).

9 “Será civilmente responsable por las indemnizaciones y compensaciones Art. 21 a las que haya lugar por el incumplimiento de la obligación de realizar las rectificaciones o réplicas o por las afectaciones a los derechos humanos, reputación, honor y el buen nombre de los afectados, la persona natural o jurídica a quien se le puede imputar la afectación de estos derechos, previo al debido proceso. (LOC, art. 21, 2022).

10 “Toda persona que haya sido directamente aludida 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 publique o brinde acceso para que se realice su réplica o respuesta de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página o sección en medios escritos, o en el mismo programa, espacio y horario en medios audiovisuales, en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, a partir de la solicitud escrita planteada por la persona afectada. La persona afectada podrá acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias o ejercer las acciones constitucionales que le asistan. Los medios de comunicación deberán participar en talleres de capacitación desarrollados por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, referentes al manejo de la información con énfasis en la verificación, contrastación, precisión y contextualización de la información y temas relacionados a posibles vulneraciones de Derechos Humanos vinculados a las personas responsables y producir y difundir contenidos sociales que fomenten los derechos y deberes ciudadanos, realizados por el propio medio en relación a la falta de cometida. El medio de comunicación que incumpla con lo que indica este artículo deberá realizar una campaña educativa relacionada a temas de beneficio social como son; la erradicación de todo tipo de violencia, la lucha contra la drogadicción, la lucha contra el racismo o la discriminación, a favor del incentivo cultural, en beneficio del sector turístico o, a favor de los valores. Esta campaña deberá ser difundida en el mismo horario, tiempo y espacio del programa en el cual se difundió el contenido que motivó la afectación. El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.” (LOC, art. 24, 2022).

11 “Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos establecidos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley” (LOC, art. 19, 2022).

12 “Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a una persona” (LOC, art. 20, 2022).

13 “Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos” (LOC, art. 7, 2022).

14 “La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística. La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones. La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística. Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente” (LOC, art. 22, 2022).

Como se puede ver, existen limitaciones específicas a la libertad de expresión, en función de si las informaciones pudieran afectar el derecho de otras personas y ante el deber de asumir la responsabilidad sobre ello. Es decir, existe por una parte un reconocimiento de derechos y por otra el establecimiento de deberes que deben cumplir los medios de comunicación y las personas trabajadoras de la información y la comunicación, lo cual permite a la ciudadanía la garantía del cumplimiento de leyes específicas y de orden supremo como la Constitución, así como las instancias a las que responde la existencia de dichas leyes y ante las cuales se pueden establecer mecanismos de exigibilidad para su cumplimiento.

### **5.3 Vulneración de derechos a la información y comunicación**

Los medios de comunicación social no solo describen y destacan acontecimientos noticiosos e informativos importantes para la vida de los ciudadanos y las ciudadanas, sino que además difunden hechos relevantes. En consecuencia,

(...) inciden en la formación de opinión pública y contribuyen a generar climas favorables al respeto y vigencia de los derechos humanos. En efecto, en virtud del rol social que cumplen, la forma en que los medios aborden las situaciones de vulneración de derechos, la relevancia que le den o su invisibilidad u ocultamiento, incluido el rol que tienen en la construcción o reafirmación de estereotipos, son factores que impactan en el respeto y garantía de los mismos. (Instituto Nacional de Derechos Humanos [Indh], 2016, p. 7)

En este sentido, en los casos de relevancia, los medios juegan un papel vital, informan y generan conocimiento a las personas sobre ellos se “incentivan debates públicos sobre el papel de los gobiernos, de los sistemas legales, de la sociedad civil, del sector privado y de los mecanismos internacionales de protección” (Clade et al, 2015, p.7).

Es así que “los medios de comunicación tienen una enorme importancia simbólica y cultural en la conformación de realidades sociales y la transmisión de valores, conocimientos, creencias y modelos de conductas” (Araya, 2002, p. 34). Y, muchas veces los contenidos que estos difunden, pueden contribuir a la reproducción de imaginarios, estereotipos e ideas que propenden a la transgresión de la dignidad humana y la vulneración de derechos (Indh, 2016).

Cabe indicar que la dignidad, como eje transversal de las vulneraciones, es un concepto fundamental, ampliamente discutido, que “tiene sus orígenes en la palabra latina ‘*dignitas*’,

que se relaciona ‘con las nociones de respeto’, y de ser ‘merecedor de’ o ‘acrededor a’ ciertas prestaciones<sup>15</sup>” (Velásquez, 2011, p. 76). Es así que, su significado y aplicación no solo abarcan el respeto por cada individuo, sino que también constituyen la base de las normas sociales (Vega, 2012).

Según la Declaración Universal de los Derechos Humanos, proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948, “todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad<sup>16</sup> y derechos” (Artículo 1). Es decir, la dignidad reconoce que cada persona tiene un valor intrínseco y debe ser tratada con respeto, sin importar su origen, creencias, género, raza o cualquier otra característica. En este sentido, “la dignidad humana remite al valor único, insustituible e intransferible de toda persona, con independencia de su situación económica y social, de la edad, del sexo, de la religión, etcétera, y al respeto absoluto que ella merece” (Michelin, 2010, p. 42).

En el ámbito de la ética, la dignidad humana ha sido el eje central de muchas teorías filosóficas; Kant<sup>17</sup> (1996) ha destacado que la dignidad es lo que distingue al ser humano de los demás seres vivos, “sostenía que el ser humano debe ser tratado como un fin en sí mismo y no como un medio para un fin” (Velásquez, 2011, p. 77). Es decir, si la dignidad no fuera reconocida, los derechos humanos perderían su fundamento moral y ético, pues, “la dignidad no designa todos los valores sublimes, sino el valor elevado de un ser que realmente existe como una persona” (Seifert, 2002, p.19).

En este sentido, la dignidad de las personas es la base que justifica la existencia de derechos: a la vida, a la libertad personal, a la educación, a la salud, a la participación política, al derecho a la información y comunicación, a la libertad de expresión, a una vida libre de violencia, entre otros, lo que además “exige que haya personas preparadas para hacerlos efectivos [los derechos]” (Rodríguez, 2009, p. 238).

Así, las dinámicas comunicativas pueden jugar un papel crucial, ya que la dignidad no solo está vinculada al contenido del mensaje, sino también a la forma en que “los medios de comunicación, informan, forman, interpretan, analizan el presente, transmiten valores con cada mensaje de opinión que difunden” (Rodríguez, 2009, p. 247), por ende, la comunicación, en

15 Cuando se calificaba a alguien como *summa laude dignus*, queriendo significarse que era acreedor a, o merecedor de, los mayores elogios (Velásquez, 2011, p. 76).

16 En honradez, respetabilidad, nobleza, honestidad, honorabilidad, integridad, probidad, rectitud, decencia, seriedad, decoro (RAE, 2024).

17 Immanuel Kant fue un filósofo prusiano de la Ilustración. Fue el primero y más importante representante del criticismo y precursor del idealismo alemán. Es uno de los pensadores más influyentes de la Europa moderna y de la filosofía universal

sus múltiples formas, tiene la capacidad de proteger o de vulnerar la dignidad de las personas en cualquier contexto, ya sea personal o público.

Es decir, los mensajes que son trasmítidos por los medios de comunicación juegan un rol crucial en la valoración social de la dignidad humana, pueden promover una cultura de respeto hacia ésta como el “derecho que tiene cada uno, de ser valorado como sujeto individual y social, en igualdad de circunstancias, con sus características y condiciones particulares, por el solo hecho de ser persona” (Raynier et al, 2021, p. 441), o por otra parte, pueden difundir narrativas que manipulen, desinformen, no contextualicen, irrespeten la identidad, imagen o privacidad de las personas; el lenguaje que se utilice en un contenido, puede degradar, humillar o estigmatizar, lo que puede vulnerar la dignidad de una persona.

En el artículo 11 de la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de la Asamblea Nacional de la Revolución Francesa se señala que, “la libre comunicación de pensamientos y opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre; todo ciudadano puede pues hablar, escribir, imprimir libremente, sin perjuicio de responder del abuso de tal libertad en los casos establecidos” (1789).

Otro eje transversal de protección es el principio de interés superior de NNA<sup>18</sup>, quienes se encuentran en crecimiento y no han desarrollado por completo sus capacidades cognitivas, sociales y emocionales, por lo que son considerados como un grupo de atención prioritaria que requiere protección especializada (Consejo de Igualdad, 2024).

El término “interés superior” se contempla en Constitución de la República del Ecuador:

El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes; asegurarán el ejercicio de sus derechos, mismos que prevalecerán sobre el de las demás personas. Concibe que este grupo etario tiene derecho a su desarrollo integral que implica un proceso de crecimiento, maduración y evolución de su intelecto, capacidades, potencialidades, aspiraciones en su entorno social, comunitario, familiar y escolar sobre la base de la seguridad y la afectividad para satisfacer sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con la protección de políticas intersectoriales nacionales y locales. (Constitución de la República del Ecuador, Art. 44, 2008)

---

18 El Código de la Niñez y la Adolescencia, en su artículo 11, define al interés superior del niño como: “un principio que está orientado a satisfacer el ejercicio efectivo del conjunto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes; e impone a todas las autoridades administrativas y judiciales y a las instituciones públicas y privadas, el deber de ajustar sus decisiones y acciones para su cumplimiento” (Consejo de Igualdad, 2024, p. 3). Es decir, es un “conjunto de acciones y procesos tendentes a garantizar un desarrollo integral y una vida digna, así como las condiciones materiales y afectivas que permitan vivir plenamente y alcanzar el máximo de bienestar posible a las y los menores” (Comisión de Ayuda al Refugiado en Euskadi, 2024, p. s/n).

El artículo 45 de este mismo cuerpo legal, reconoce que niñas, niños y adolescentes gozan de derechos comunes del ser humano, además de derechos específicos de su edad; por ejemplo, su derecho a la integridad física y psíquica, a tener un nombre, a su identidad, a la salud integral, a la educación y la cultura; a disfrutar de la convivencia comunitaria y familiar; al respeto de su dignidad, a ser consultados en los asuntos que les afecten y a educarse en los contextos culturales propios (Constitución de la República del Ecuador, Art. 45, 2008).

Por ello, es responsabilidad del Estado adoptar diferentes medidas para asegurar a este colectivo la protección y atención contra todo tipo de violencia y en relación a la influencia de programas o mensajes difundidos por los medios de comunicación social (Constitución de la República del Ecuador, Art. 46, 2008).

En concordancia, la Ley Orgánica de Comunicación determina que,

(...) los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia (LOC, Art. 15, 2022)

De igual manera, el marco internacional de protección de derechos precisa que el interés superior del niño debe ser una consideración primordial en la adopción de todas las medidas de aplicación por parte de los Estados (CRC/C/GC/14, 2013). Así, el Comité de los Derechos del Niño, en la Observación General Nº 14 sobre el derecho del niño puntuiza sus tres dimensiones:

**a. Un derecho sustantivo:** el derecho del niño a que su interés superior sea una consideración primordial que se evalúe y tenga en cuenta al sopesar distintos intereses para tomar una decisión sobre una cuestión debatida, y la garantía de que ese derecho se pondrá en práctica siempre que se tenga que adoptar una decisión que afecte a un niño, a un grupo de niños concreto o genérico o a los niños en general. [...]

**b. Un principio jurídico interpretativo fundamental:** si una disposición jurídica admite más de una interpretación, se elegirá la interpretación que satisfaga de manera más efectiva el interés superior del niño. [...]

**c. Una norma de procedimiento:** siempre que se tenga que tomar una decisión que afecte a un niño en concreto, a un grupo de niños concreto o a los niños en general, el proceso de adopción de decisiones deberá incluir una estimación de las posibles repercusiones (positivas o negativas) de la decisión en el niño o los niños interesados. La

evaluación y determinación del interés superior del niño requieren garantías procesales.

Además, la justificación de las decisiones debe dejar patente que se ha tenido en cuenta explícitamente ese derecho. [...] (CDN, 2013)

En este marco, desde 1959, las Naciones Unidas aprobaron la Declaración de los Derechos del Niño con el objetivo de reconocer diez principios fundamentales para garantizar el bienestar y el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes. Este instrumento fue la base de lo que treinta años más tarde, se convertiría en la Convención sobre los Derechos del Niño, misma que recoge cincuenta y cuatro artículos relacionados a derechos civiles, políticos, económicos y culturales inherentes a esta población.

En la siguiente tabla, se definen los derechos de los NNA recogidos en el Código de la Niñez y Adolescencia y en la Convención de los Derechos del niño.

**Tabla Nro. 1**

**Derechos de las niñas, niños y adolescentes**

DERECHO	CONCEPTO
<b>Derecho a la igualdad, sin discriminación de raza, de religión o de nacionalidad.</b>	Todos los niños, niñas y adolescentes son iguales ante la ley y no serán discriminados por causa de su nacimiento, nacionalidad, edad, sexo, etnia; color, origen social, idioma, religión, filiación, opinión política, situación económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diversidad cultural o cualquier otra condición propia o de sus progenitores, representantes o familiares. (Código de la Niñez y Adolescencia, art.6, 2003)
<b>Derecho a la integridad personal.</b>	Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete su integridad personal, física, psicológica, cultural, afectiva y sexual. No podrán ser sometidos a torturas, tratos crueles y degradantes. (Código de la Niñez y Adolescencia, art.50, 2003)
<b>Derecho a una protección especial para que puedan crecer física, mental y socialmente sanos y libre.</b>	El niño gozará de una protección especial y dispondrá de oportunidades y servicios, dispensado todo ello por la ley y por otros medios, para que pueda desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente en forma saludable y normal, así como en condiciones de libertad y dignidad (ONU, 1959).
<b>Derecho a tener un nombre y una nacionalidad.</b>	El niño tiene derecho desde su nacimiento a un nombre y a una nacionalidad (ONU, 1959).
<b>Derecho a una alimentación, vivienda y atención médica adecuada.</b>	Tendrán derecho a crecer y desarrollarse en buena salud; con este fin deberán proporcionarse, tanto a él como a su madre, cuidados especiales, incluso atención prenatal y postnatal (ONU, 1959).

<b>Derecho a la educación y atención especiales para los niños, niñas y adolescentes con discapacidad.</b>	El niño física o mentalmente impedido o que sufra algún impedimento social debe recibir el tratamiento, la educación y el cuidado especiales que requiere su caso particular (ONU, 1959).
<b>Derecho a la compresión amor por parte de las familias y de la sociedad.</b>	El niño, para el pleno y armonioso desarrollo de su personalidad, necesita amor y comprensión. Siempre que sea posible, deberá crecer al amparo y bajo la responsabilidad de sus padres y, en todo caso, en un ambiente de afecto y de seguridad moral y material; salvo circunstancias excepcionales, no deberá separarse al niño de corta edad de su madre (ONU, 1959).
<b>Derecho a una educación gratuita.</b>	El niño tiene derecho a recibir educación, que será gratuita y obligatoria por lo menos en las etapas elementales. Se le dará una educación que favorezca su cultura general y le permita, en condiciones de igualdad de oportunidades, desarrollar sus aptitudes y su juicio individual, su sentido de responsabilidad moral y social, y llegar a ser un miembro útil de la sociedad (ONU, 1959).
<b>Derecho a atención y ayuda preferente en caso de peligro.</b>	El niño debe, en todas las circunstancias, figurar entre los primeros que reciben protección y socorro (ONU, 1959).
<b>Derecho a ser protegido contra el abandono y el trabajo infantil.</b>	El niño debe ser protegido contra toda forma de abandono, crueldad y explotación. No será objeto de ningún tipo de trata (ONU, 1959).
<b>Derecho a la libertad de expresión</b>	Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresarse libremente, a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, oralmente, por escrito o cualquier otro medio que elijan, con las únicas restricciones que impongan la ley, el orden público, la salud o la moral públicas para proteger la seguridad, derechos y libertades fundamentales de los demás. (Código de la Niñez y Adolescencia, art.59, 2003)

**Nota:** Tomado de Código de la Niñez y Adolescencia, 2003 y la Convención de los derechos del Niño, ONU, 1959.

### **5.3.1 Derecho a la Identidad, privacidad y propia imagen**

#### **Derecho a la identidad**

La identidad “es el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad, que los caracterizan frente a los demás” (RAE, 2024), es “algo personal, potencialmente original e inédita y, por consiguiente, inventada o asumida en cierta medida” (Taylor, 1996, p.12). Es decir, “las identidades surgen de la narración del yo, de la manera como nos representamos y somos representados” (Marcús, 2011, p.109).

Es importante resaltar que la identidad personal no es algo que se define una vez y para siempre, “es una construcción dinámica que se desarrolla a lo largo de toda la vida, [que] se construye a partir de mecanismos de autopercepción que se inscriben en el lenguaje, en

el encadenamiento del relato, en el modo de narrarse a sí mismo y en las formas de narrar el entorno” (Marcús, 2011, p.110); en este sentido, se entiende que esta no es estática, sino que está en constante construcción y transformación, sujeta a la influencia de múltiples factores como la cultura, la educación, los cambios sociales, las relaciones interpersonales y, por supuesto los medios de comunicación (Marcús, 2011). Es decir, está determinada por las experiencias desde la niñez y relacionada con los vínculos familiares, el lugar de nacimiento y la crianza.

La identidad es un derecho fundamental reconocido en el derecho internacional a través de diversas declaraciones y convenciones. La Declaración Universal de Derechos Humanos establece que “todo ser humano tiene derecho, en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica” (art. 6, 1948). En esencia, “tener una identidad jurídica es fundamental para los derechos humanos, ya que permite que las personas sean reconocidas oficialmente como miembros de la sociedad y accedan a servicios y protecciones esenciales” (Agencia Española de Protección de Datos [Aepd], 2024, párr. 2).

La ausencia de la identidad jurídica “puede tener implicaciones significativas para las personas, y afectar a diferentes aspectos de sus vidas como la educación<sup>19</sup>, el acceso al empleo<sup>20</sup>, la atención médica<sup>21</sup>, la protección social<sup>22</sup>, los servicios financieros<sup>23</sup> o el voto<sup>24</sup>. Las personas que carecen de identidad jurídica “se encuentran a menudo en la periferia de la sociedad, privadas de presencia oficial y sufriendo exclusión social” (AEPD, 2024, parr.2).

El derecho a la identidad también se vincula a la autoexpresión, lo que permite a las personas desarrollar su conciencia y personalidad sin interferencias y abarca elementos como el nombre, el apellido, la fecha de nacimiento, el género o la nacionalidad (ya que la identidad jurídica suele estar ligada a la ciudadanía). [Por ello], la identidad de una persona suele reconocerse a través de documentos como cédulas de ciudadanía, certificados de nacimiento, tarjetas de identificación o pasaportes (AEPD, 2024, párr. 3). En la actualidad, dados los cambios y avances tecnológicos, “es fundamental tener en cuenta que la personalidad o estatus jurídico no solo debe desarrollarse en el mundo analógico o físico, sino también en el digital, donde se produce la mayor parte de la actividad diaria” (AEPD, 2014, párr. 6). Además,

19 Inscribirse en instituciones educativas y acceder a los servicios educativos puede ser un problema sin una identidad jurídica (AEPD, 2024, párr. 2).

20 Asegurar un trabajo en la economía formal puede ser imposible sin una identidad jurídica (AEPD, 2024, párr. 2).

21 Al acceso a la atención primaria puede verse gravemente limitado (AEPD, 2024, párr. 2).

22 Sin una identidad jurídica hay una menor probabilidad de beneficiarse de los sistemas de protección (AEPD, 2024, párr. 2).

23 Los sistemas bancarios, de seguros, de pensiones y fiscales pueden ser inaccesibles (AEPD, 2024, párr. 2).

24 La participación en los procesos electorales requiere una identidad jurídica (AEPD, 2024, párr. 2).

(...) existe una fuerte conexión entre la identidad jurídica y el derecho a la privacidad, que radica en el control y uso de los datos personales vinculados a esta identidad. El tratamiento de datos personales relacionados con la identidad jurídica es un aspecto fundamental para defender el derecho a la privacidad: las personas deben poder controlar su identidad y protegerla de cualquier uso indebido: fraude o suplantación de identidad, pero también *targeting*<sup>25</sup>, elaboración de perfiles o vigilancia. (AEPD, 2024, párr. 7)

Por lo tanto, el derecho a la identidad es trascendental en todas las etapas de la vida, desde el nacimiento, ya que forma y preserva la existencia de un individuo dentro de la sociedad, permitiéndole disfrutar de sus derechos y cumplir con sus obligaciones.

### **Derecho a la privacidad**

La privacidad es la posibilidad irrestricta de realizar acciones privadas (que no dañan a otros) por más que se cumplan a la vista de los demás y que sean conocidas por éstos. Se trata de una zona de reserva personal, propia de la autonomía del ser humano (Bidart, 1998; Moreno y Olmeda, 2021).

De acuerdo a Edward Bosteen<sup>26</sup> la privacidad es un beneficio de la personalidad humana, que protege la inviolabilidad de la personalidad, la independencia individual, la dignidad y la integridad. Según Ruth Davison<sup>27</sup>, tres elementos conviven en la privacidad: el secreto, el anonimato y la soledad, subrayando que es un estado que puede perderse por elección de la persona o por acción de un tercero. (Privacy International, 2012, p. 17)

Si bien “la identidad jurídica establece el reconocimiento de una persona ante la ley, el derecho a la privacidad garantiza que este reconocimiento no se produzca a costa de la libertad personal y la autonomía sobre los datos personales” (Aepd, 2024, párr. 8).

Por ello, la privacidad implica tratar lo íntimo, lo privado versus lo público, e “involucra aproximarnos a las nociones de vida privada, privacidad e intimidad” (Sanz, 2018, p. 132). Según el Diccionario de la Real Academia Española, “la privacidad es el ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromisión” (2025); mientras que “la intimidad es la zona espiritual íntima (entendido lo íntimo como lo más interior o interno) y reservada de una persona o de un grupo, especialmente de una familia” (RAE, 2025).

---

25 La segmentación y el *targeting* son estrategias de marketing que dividen un mercado en segmentos más pequeños para enfocarse en un grupo específico de clientes dentro de ese público. Define un segmento de clientes en función de sus características únicas y enfócate en servirlo. En otras palabras, es la identificación y caracterización de las personas que intervienen e influyen en el proceso de compra (Kaizen Institute, s/f, párr.3).

26 Licenciado en Artes por la Universidad de Nueva York y Doctor en Filosofía por la Universidad de Cornell, se desempeñó como docente de la Facultad de Derecho de la Universidad de Nueva York y fue presidente de la Universidad de Rutgers desde 1971 hasta 1989.

27 Política escocesa miembro de la Cámara de los Lores desde 2021.

De tal manera, el derecho a la privacidad se relaciona con resguardar, tanto la intimidad como el derecho a la vida privada, mismo que se define como:

El derecho de toda persona a mantener fuera del conocimiento de terceros aquellos aspectos de su vida corporal o anímica que le provocan recato o pudor, aun cuando no afecten su honor, imagen o integridad física o mental, toda vez que le resultan íntimos, no obstante, la falsedad o veracidad objetiva de su contenido. (Sanz, 2018, p. 134)

Así, “la privacidad es percibida como un atributo de la persona humana, consistente en los asuntos, conductas, documentos, comunicaciones, imágenes o recintos que el titular del bien jurídico protegido no desea que sean conocidos sin su consentimiento previo” (Jara, 2014. p. 164), es decir, este derecho refiere a la capacidad de las personas para disponer y controlar su propia información.

En el Art. 66, numeral 19, de la Constitución de la República del Ecuador se contempla el derecho a la privacidad, relacionado con la protección de datos, incluyendo el acceso, control y la protección contra su tratamiento indebido. Así mismo, la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales regula el tratamiento adecuado de datos sensibles, especialmente los de niñas, niños y adolescentes y víctimas, en concordancia con la Convención sobre los Derechos del Niño (Art. 16), que protege la vida privada de los menores y los derechos a la reserva de datos personales.

En este sentido,

(...) es derecho de cada persona controlar su propia vida privada, decidir qué aspectos de su existencia son públicos y cuáles permanecen reservados, en referencia a los medios de comunicación deben tener en cuenta que por seguridad no deben exponer información personal de víctimas o victimarios, por ejemplo: datos personales e imágenes de su domicilio y/o de las casas donde se están refugiando. (Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social Perú, 2011, p. 40).

### **Derecho a la propia imagen**

La imagen “es la reproducción identificable de los rasgos físicos de una persona sobre cualquier soporte material” (Zavala, 2011, p. 3).

El derecho a la propia imagen, es un derecho autónomo que forma parte de los derechos de la personalidad, protege el patrimonio moral de la persona con base en su forma corpórea o física; y posee vinculaciones con el derecho a la privacidad, pues la imagen de la persona, como ámbito propio necesario para el libre desarrollo de la personalidad y para mantener un mínimo de

calidad de vida propiamente humana, es una de las fuentes de datos e información más importante sobre los individuos (Nogueira, 2007, p. 262). Por ello,

(...) este derecho, protege la captación, reproducción o publicación de la imagen, en forma reconocible y visible de una persona, bajo el supuesto de que cada persona dispone de la facultad exclusiva de determinar cuándo, cómo, por quién y en qué forma quiere que se capten, reproduzcan o publiquen sus rasgos fisonómicos, controlando el uso de dicha imagen por terceros, impidiendo así su captación, reproducción y publicación por cualquier procedimiento mecánico o tecnológico, sin su consentimiento expreso. (Nogueira, 2007, p. 261)

Es decir, toda persona tiene derecho sobre su imagen, y posee las facultades “para disponer de su apariencia, autorizando o no la captación y difusión de la misma” (Zavala, 2011 p. 3).

El derecho a la propia imagen tiene una doble dimensión, la primera de carácter positiva, que faculta a la persona para captar, reproducir y publicar su propia imagen; la segunda de carácter negativa, consistente en la facultad para impedir su captación, reproducción o publicación por un tercero no autorizado, cualquiera que sea su finalidad, salvaguardando un ámbito necesario para el libre desarrollo de la personalidad. (Nogueira, 2007, p. 262)

Entonces,

(...) el derecho a la imagen no preserva en sí la apariencia física de un sujeto, sino que, protege al individuo ante el peligro de que, sin justificación, su imagen sea captada, difundida o deformada por otros, reproduciendo sin su voluntad un perfil físico que trasunta presencia moral. (Zavala, 2011 p. 3)

Por ello:

El derecho a la propia imagen tiene una dimensión personal y relacional, en esta segunda dimensión se relaciona con el derecho a la honra y el derecho a la intimidad o privacidad<sup>28</sup> de la persona, como asimismo con el derecho a la libertad de información, en la medida que la sociedad es cada vez más una sociedad de la información, es que hay una creciente preocupación por proteger la vida privada, la honra y la imagen de las personas en los ámbitos en que no hay razones de relevancia pública para su afectación. (Nogueira, 2007, p. 264)

---

28 No se identifica así el derecho a la propia imagen con el derecho a la protección de la vida privada, aun cuando puede conectarse con el mismo en algunos ordenamientos constitucionales que no lo consideran dentro de su catálogo de derechos fundamentales, sin perjuicio de reconocer su identidad y autonomía de la vida privada, ya que se puede vulnerar el derecho a la propia imagen independientemente de la vulneración de la intimidad y vida privada de la persona, por lo que la imagen no puede ser utilizada libremente por el hecho de ser captada en espacios públicos, ya que se protege también el derecho a la propia imagen en ámbitos públicos; en estos lugares se renuncia a la privacidad pero no necesariamente al derecho de control de su propia imagen y a su reproducción y socialización posterior (Nogueira, 2007, p. 264).

En este marco, según Federico Vercellone<sup>29</sup>, citado por Humberto Nogueira Alcalá:

(...) la relación del derecho al honor y a la imagen puede dar lugar a cuatro situaciones diferentes:

1. Se pueden lesionar conjuntamente ambos derechos (cuando no existe justificación por otros bienes constitucionales de la captación, reproducción o publicación de la imagen de la persona y al mismo tiempo se afecta su integridad personal);
2. Se puede lesionar el derecho al honor y no el derecho a la imagen (cuando se publica la imagen en forma justificada en atención a otros bienes constitucionales, pero se produce un menoscabo de la integridad personal);
3. Se puede lesionar el derecho a la imagen y no el derecho al honor, (cuando se publica la imagen sin el consentimiento de la persona y sin justificación por otros bienes constitucionales, pero sin afectar la integridad de la persona); y,
4. Puede que no se lesione ninguno de los dos derechos (cuando la captación, reproducción o publicación de la imagen se encuentra justificada por otros bienes constitucionales y no se afecta la integridad de la persona). (Nogueira, 2007, p. 265).

Entonces, el derecho a la propia imagen es el derecho de la persona a decidir sobre la comunicación de su imagen física y a evitar que, sin su consentimiento, se capte, reproduzca, se difunda o se explote comercialmente.

Los derechos a la identidad, privacidad (intimidad, datos personales) y propia imagen, se encuentran vinculados y, su acatamiento es trascendental para el respeto de la dignidad humana de las personas.

Por ello, los medios de comunicación en sus coberturas deben proteger la privacidad de todas las personas, procurando informar al público de manera responsable y respetuosa, “deben omitir la identidad tanto de víctimas como victimarios para que las audiencias no puedan identificarlos fácilmente, en esta misma línea, el periodista no recurrirá a identidades falsas o contactos de terceros para obtener información” (Martínez y Centeno, 2019, pp. 43-47); “deben evitar primeros planos de heridos o muertos, ya que no es aceptable el tratamiento exótico” (Sendín, 2008, p. 13). Así mismo,

(...) deben prestar especial atención al uso de las imágenes para que éstas no comprometan la identidad de la víctima (no tiene sentido ocultar su identidad y mostrar la fachada de su

---

29 Federico Vercellone es profesor de Filosofía Estética en la Universidad de Turín. Sus investigaciones analizan la relación entre la estética y la hermenéutica, la historia del nihilismo europeo y la tradición del Romanticismo alemán. Sus trabajos más recientes se centran en la teoría de la imagen, los estudios visuales y la idea de morfología.

vivienda, el nombre de la calle o la empresa en la que trabaja, así como a sus amigos o familiares). (Martínez y Centeno, 2019, p. 40)

Por consiguiente, “una condición fundamental del trabajo periodístico es la protección de los derechos a la identidad, la imagen, y la privacidad” (Villanueva, 2003, p. 165). Incluso, la Ley Orgánica de Comunicación (2022), en el artículo innumerado, posterior al 25, prohíbe la publicación de

Art. (...) fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho constitutivo de infracción penal, sea que se haya iniciado o no un proceso judicial. La misma prohibición opera para proteger la identidad e imagen de cualquier persona que haya sido víctima de una infracción penal de violencia de género.

El Código Orgánico de la Niñez y Adolescencia por su parte, prohíbe la publicación o exhibición de noticias, reportajes, crónicas, historias de vida o cualquiera otra expresión periodística con imagen o nombres propios de niños, niñas o adolescentes que han sido víctimas de maltrato o abuso o que sean víctimas de un delito. Adicionalmente, la Ley de Protección de Datos Personales exigen autorización explícita para publicar imágenes de NNA o víctimas de violencia, evitando así su revictimización.

Por otro lado, en el “Manual de Cobertura de Hechos con Víctimas”, editado por la Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas de México, se sugiere tomar en cuenta que “las imágenes que se emplean para cubrir un suceso guarden el mismo respeto que el lenguaje” (Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas [CEAV], 2017 p. 10), ya que la exposición de fotografías así como mencionar los nombres, permite identificar con facilidad a las víctimas; pudiendo vulnerar, tanto los derechos de protección a la identidad e imagen de la víctima, como revictimizar a sus familiares (CEAV, 2017); así mismo, “un uso poco cuidadoso de los datos personales, pueden provocar que estas personas pierdan su privacidad, sufran difamaciones, y que se difundan videos y fotos insensibles sobre su situación, lo que resulta en una nueva forma de victimización” (CEAV, 2017, p. 10).

### **5.3.2 Derecho al honor, la honra y el buen nombre**

En 1948, la adopción de la Declaración Universal de Derechos Humanos, en su artículo 8, expresó el siguiente principio: “Todas las personas tienen derecho a pedir justicia si se violan sus derechos” (Dudh, 1948, art.8), este reconocimiento marcó un paso histórico en la consagración jurídica de los derechos fundamentales.

El derecho al honor, la honra y el buen nombre han sido incorporados en diversos instrumentos internacionales y legislaciones nacionales, reconocimiento que refleja la transcendencia de estos derechos.

### **Honor y la honra**

El vocablo “honor” procede del griego *ainos* y significa alabanza, halago (Baeza, 2003). Mientras que, “en latín proviene de las palabras *honor*, *honoris* cuyo significado es de rectitud, decencia, dignidad, fama, respeto, etc.” (Echeverría, 2020, p. 2011). Es decir, “su origen etimológico se encuentra ligado a la idea de bien, de mérito, de todo aquello que despierte admiración y suscite respeto” (Baeza, 2003, p.8), por ello, el derecho al honor como valor intangible, no trata solo de proteger la imagen pública de una persona, sino también de salvaguardar su integridad moral y psíquica frente a la calumnia, la difamación y la injuria (Baeza, 2003).

Honor: calidad moral que nos lleva al más severo cumplimiento de nuestros deberes respecto del prójimo y de nosotros mismos. Gloria o buena reputación que sigue a la virtud, al mérito o a las acciones heroicas, la cual trasciende a las familias, personas y acciones mismas del que se la granjea. (Osorio, 2003 como se cita en Muñoz, 2020, p. 211)

En cuanto a la honra, Guillermo Cabanellas<sup>30</sup>, en su Diccionario Jurídico Elemental, nos dice que es un “vocablo con diversas acepciones, entre ellas: estima y respeto de la dignidad propia. Buena opinión y fama adquirida por la virtud pudor, honestidad y recato” (2003, p. 206). Al rastrear su origen etimológico, se determina que “proviene de la palabra *honorare* y significa la demostración de afecto de una persona hacia otra en razón de sus virtudes o méritos” (Echeverría, 2020, p. 211).

Así, la honra de la persona “implica la estima, reputación y respetabilidad propia que emana de ésta y hace a su dignidad, desde la esfera de su conciencia y sentimientos hasta la valoración que tienen de ella los demás” (Petrino, 2003, p.207), en este sentido, se entiende a la honra como el respeto, la dignidad y la integridad que una persona mantiene frente a los demás y frente a sí misma. Sin embargo, “la honra tiene un carácter subjetivo y tiene que ver con las virtudes que el ser humano posee para conectarse con la colectividad” (Consejo de Comunicación, 2021, p. 13), es decir, se entiende como un compromiso con los principios de justicia, verdad y dignidad.

Para entender lo que es el honor y la honra en el ámbito jurídico, es necesario citar sus definiciones:

---

<sup>30</sup> Historiador, Abogado, Editor y Lexicógrafo español que desarrolló su actividad académica e intelectual en España, Paraguay y Argentina.

Honor: calidad moral que nos lleva al más severo cumplimiento de nuestros deberes respecto del prójimo y de nosotros mismos. Gloria o buena reputación que sigue a la virtud, al mérito o a las acciones heroicas, la cual trasciende a las familias, personas y acciones mismas del que se la granjea. Honra: vocablo con diversas acepciones, entre ellas: Estima y respeto de la dignidad propia. Buena opinión y fama adquirida por la virtud y el mérito. Pudor, honestidad y recato. (Echeverría, 2020, p. 211)

Esto implica que ambos términos deben distinguirse de manera diferente, ya que:

(...) el honor es una calidad general, que otorga buena fama o reputación que una persona tiene en base a sus aportes y méritos en la sociedad, mientras que la honra tiene un carácter subjetivo, ya que se relaciona con las virtudes que el ser humano posee y con las cuales actúa frente a una colectividad. Es un concepto vinculado estrechamente al buen nombre, la buena fama, el bien moral. La honra se adquiere, se conserva, se enaltece cuando se vive con honor, que es la conciencia de que es preciso estar cumpliendo siempre con las obligaciones personales, familiares y sociales. (Echeverría, 2020, p. 211)

Entonces, “el honor es 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” (Echeverría, 2020, p. 225), incluso,

(...) hay un honor interno o subjetivo que es el valor asignado a su personalidad, en sus distintos aspectos: moral, profesional, social, etcétera, por el propio sujeto; y un honor objetivo o externo que es el que le atribuyen los demás para valorarlo. Ambos aspectos son objeto de protección legal tanto en el ámbito del Derecho Civil como del Derecho Penal. (Echeverría, 2020, p. 225)

La violación del derecho al honor ocurre “cuando públicamente se imputa a una persona hechos falsos que menoscaban su reputación o atentan contra su autoestima” (Echeverría, 2020, p. 225).

Si bien la libertad de expresión “constituye un derecho fundamental de todas las personas y su ejercicio incluye no ser perseguido ni discriminado a causa de las propias opiniones” (Alvarado, 2016, p. 43), los medios comunicación deben garantizar que el contenido que difunden no vulnere los derechos de las personas, incluido su honor, honra y buen nombre.

### Derecho al Buen Nombre / Buena Reputación

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” (Granizo, 2018, p. 19), es decir, el buen nombre es un derecho fundamental de la sociedad, el mismo que se entiende como la reputación que una persona ha cultivado a lo largo de su vida.

En la modernidad el hombre, basado en su dignidad, busca el reconocimiento y la realización de sí mismo, razón por la cual está en búsqueda de la verdad, que debe ser una verdad integral ya que si esta es distorsionada el honor como persona se fragmenta ya que la buena imagen, la buena reputación y el buen nombre se irrespetan al punto de cambiar o modificar nuestra esfera personal. (Martínez 2024, p. 2)

El derecho al buen nombre está íntimamente relacionado con el derecho al honor, y, (...) constituye un limitante a la libertad de expresión en cualquiera de sus formas, ya que este último no puede ser ejercido de tal manera que afecte negativamente otros derechos constitucionales; por tanto, la libertad de expresión<sup>31</sup> no es un derecho absoluto y debe ser interpretado en su integralidad con los demás derechos establecidos en el texto constitucional con el objetivo de que este sea ejercido de manera adecuada sin afectar la honra de terceras personas (Echeverría, 2020, p. 224).

Es así que, este derecho protege la dignidad de las personas y su reputación frente a terceros, ya que,

(...) ninguna persona puede ser objeto de ataques o difamaciones que afecten su imagen o estima social, el medio de comunicación debe procurar no difundir información de la vida pasada del sujeto, en cuanto que pueda representar bochorno para él, así mismo sus orígenes familiares que lastimen la posición social, y en igual caso cuestiones concernientes a la filiación y a los actos de estado civil, los medios en general, no deben difundir todo dato, hecho o actividad personal no conocidos por otros, cuyo conocimiento por terceros produzca turbación moral o psíquica al afectar su buen nombre. (Morelos, 2013, p. 124)

En este sentido, el límite a este derecho “supone la prohibición de la publicación y emisión de injurias en contra de cualquier persona y por cualquier medio. Las limitaciones también inciden

---

<sup>31</sup> “El derecho a la libertad de expresión, que, si bien brinda la potestad a las personas de opinar libremente respecto de cualquier tema, situación o persona, no puede exceder al nivel de atentar contra la dignidad de las personas y causar perjuicios a su imagen, con el pretexto de invocar su planteamiento sin escrupulo alguno” (Echeverría, 2020, p. 224).

sobre las informaciones difamatorias y el correspondiente delito de difamación” (Soto Gama, 2010, p. 99).

La Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 66, garantiza “el derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona”, (art. 66, núm. 18, 2008), siendo así que, la protección jurídica del honor, la honra y la buena reputación es fundamental para garantizar la dignidad humana y el desarrollo pleno de las personas. Estos derechos permiten a los individuos vivir libres de ataques difamatorios o injuriosos que puedan afectar su imagen y su estigma social.

En concordancia con lo establecido en la Carta Magna, este derecho se encuentra amparado por el Código Civil e implica la protección del honor y honra e intimidad de las personas, así como su reputación y dignidad. Por consiguiente, se recomienda a los medios de comunicación: “no justificar los actos de violencia como cuestiones de celos, amor u honor” (Consejo Audiovisual de Andalucía [CAA], 2016, p. 7).

Los derechos a la identidad, privacidad (intimidad, datos personales) y propia imagen, se encuentran vinculados y, su acatamiento es trascendental para el respecto de la dignidad humana de las personas. Por ello, los medios de comunicación en sus coberturas deben proteger la dignidad, honra, honor y buen nombre de las personas, procurando ejercer su derecho a la libertad de expresión con respeto y responsabilidad, y no difundir opiniones o imágenes que puedan menoscabar la dignidad o restarle credibilidad a una persona. “No son personajes públicos. Su vida privada y su familia tampoco deben serlo, salvo que así lo deseen” (CAA, 2016, p.7); por lo cual, los medios de comunicación, “deben evitar revelar los datos personales de un individuo en el marco de un hecho noticiable, ya que esto puede vulnerar el respeto del derecho al honor, la intimidad o la protección de la propia imagen” (Síndic, 2019, p.5).

Así mismo, los medios de comunicación deben verificar la información, con esto se evita la propagación de rumores y noticias falsas que pueden dañar el honor de las personas (Síndic, 2019); “informar de manera oportuna y veraz [ya que] la desinformación, las medias verdades y la manipulación de hechos pueden erosionar la confianza pública, socavar la cohesión social y dañar la honra de una persona” (Martínez, 2024, p.5). De igual manera, “evitar las noticias falsas, las imágenes manipuladas, la difamación y los comentarios maliciosos, que pueden destruir la reputación de alguien de manera casi irreversible, y causar descrédito o deshonra” (Martínez 2024, p.5).

### 5.3.3 Derecho a recibir información de calidad

“La información puede entenderse como aquello que reduce la incertidumbre, cualquiera que sea el origen de esta” (Pérez, 2008, p. 55). En el ámbito de la comunicación humana, “la información sólo tiene sentido si se enmarca dentro de una acción finalizada, intencional. Así, para el estudio de la comunicación humana, la información debe definirse como aquello que reduce la incertidumbre con respecto a alguna clase o modelo de intencionalidad” (Pérez, 2008, p. 55).

De tal manera:

La información es el significado que le otorgan las personas a las cosas, los datos se perciben mediante los sentidos, estos los integran y generan información necesaria para el conocimiento [que] permite tomar decisiones para realizar las acciones cotidianas que aseguran la existencia social. El ser humano ha logrado simbolizar los datos en forma representativa, para posibilitar el conocimiento de algo concreto y creó las formas de almacenar y utilizar el conocimiento representado. La información es en sí misma, como palabra es al mismo tiempo significado y significante, este último es el soporte material o simbólico que registra o encierra el significado, el contenido. (Goñi, 2000 p. 203)

Desde la literatura académica, se ha podido identificar que el concepto de información, en lo relativo a la comunicación mediática, se contempla como un proceso social que al emplearse, de modo consciente y planificado, “genera un grado de transformación o cambio perceptible en los sujetos y en las pautas de la situación comunicativa, producción de sentido y cambios de conducta” (Aguado, 2004, p. 19) y por lo tanto, sirve para informar e informarse a través de diversas fuentes (Campbell, 1989; McHalle, 1981; González, 2005; Vizcaya, 2010).

El Ecuador, a nivel constitucional, reconoce el derecho a la información:

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 manejen 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 negará la información. (Constitución de la República del Ecuador, art. 18, 2008)

En concordancia con el mandato constitucional, la Ley Orgánica de Comunicación [LOC], determina en su artículo 22:

**Derecho a recibir información de calidad.**- Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública<sup>32</sup> que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.

La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente (LOC, art. 22, 2022).

Acorde a lo hasta aquí expuesto, se puede inferir que los medios de comunicación se ven obligados a cumplir tanto con el mandato constitucional como con lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación, siendo su responsabilidad ofrecer a las audiencias información de calidad, misma que para adquirir dicha categoría, debe ser sometida a los procesos de verificación, contrastación, precisión y contextualización. Toda información que falte o incumpla con estos principios, se convertirá en datos que propician procesos de desinformación.

---

<sup>32</sup> Es la información difundida a través de los medios de comunicación a cerca de los asuntos públicos y de interés general (LOC, art. 7, 2022).

### **La desinformación**

Como antecede a este acápite, resulta pertinente tomar en cuenta que no existe un consenso unánime o una definición única de este concepto:

El concepto de desinformación, (...) ha ido ganando notoriedad en el debate público.

Su carácter multidimensional y su uso masivo ha impedido una definición unitaria y consensuada. (...) ha estado sujeto a múltiples acepciones y su evolución ha cambiado a medida que el marco de discusión preferente ha sido el de seguridad nacional, el del enfoque predominante de las distintas disciplinas o el del fortalecimiento de los sistemas democráticos (Sánchez y Magallón, 2023, p. 237).

Sin embargo, la producción académica relacionada a este concepto, ha podido dar ciertas pautas para definirlo y delimitarlo, así, se puede entender a la desinformación como “la información falsa que es intencionadamente engañosa” (Søe, 2019, p. 17); y, se identifica que “desinformar es difundir información incompleta, inexacta o engañosa con el objetivo o finalidad de engañar deliberadamente a otros sobre la verdad” (Fetzer, 2004, p. 223).

Para hacer frente a este fenómeno, la Unión Europea creó el Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre Noticias Falsas y Desinformación en Línea, mismo que define que: “la desinformación incluye todas las formas de información falsa, inexacta o engañosa diseñada, presentada y promocionada para causar intencionadamente un daño público o con fines de lucro, reuniendo tres criterios críticos: engaño, potencial daño e intencionalidad de daño” (Unión Europea, 2018, p. 14). En esta misma línea argumentativa, el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas define a este concepto como “información falsa que se difunde intencionadamente para causar un grave perjuicio social” (Organización de Naciones Unidas [ONU], 2022, p. 2).

Teniendo como antecedente lo expuesto, para los fines de este documento, se entenderá como desinformación a la difusión de información incompleta, inexacta o engañosa con el objetivo o finalidad de engañar deliberadamente a otros sobre la verdad. La desinformación incluye todas las formas de información falsa, inexacta o engañosa diseñada, presentada y promocionada para causar intencionadamente un daño público o con fines de lucro, la exposición y reproducción de información falsa que se difunde intencionadamente para causar un grave perjuicio social.

### **Los contenidos comunicacionales**

La constitución de la república, en lo que respecta a los contenidos comunicacionales determina, en su artículo 19 que:

La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación (Constitución de la República del Ecuador, art. 19, 2008).

Por su parte, la Ley Orgánica de Comunicación define al contenido comunicacional como: “todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social” (LOC, art. 3, 2022).

Ahora bien, desde el plano del lenguaje, la lingüística, la semiótica y los estudios multimodales del discurso, el contenido forma parte de las estructuras de significación, es decir, de aquellos elementos que funcionan como vehículos para el proceso comunicativo y para la trasmisión de sentidos (Santos, 2012, p. 112; Hjelmslev, 1971, p. 43). Este proceso se genera a través del intercambio y la decodificación de los signos. Al respecto cabe considerar que “no hay sentido sin signo” (Santos, 2012, p. 105); y que,

(...) los signos no son homogéneos; que existen múltiples modalidades a través de las cuales se constituyen diferentes formas de mostrar y representar la realidad y que ésta es movilizada discursivamente a través de diversos sistemas sígnicos como la imagen, la escritura, los sonidos, gestos, colores texturas, entre otros (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación [Cordicom], 2017 p. 64).

Al respecto, es necesario mencionar que el proceso comunicativo desde los medios como instrumentos de trasmisión de información, referentes de sentido y actores que intervienen constantemente en la realidad, adquiere una dimensión simbólica. Los contenidos que generan los medios, sea cual fuere su formato, llevan intrínsecos imaginarios y representaciones sociales construidas a través de la historia (Cordicom, 2017). Así, se identifica que:

(...) la representación simbólica es la imagen formal del contenido, la visualización de elementos formales que en conjunto tienen un significado que parte de lo convencional, pero que sugiere un proceso de abstracción e interiorización, por el cual se infiere un sentido más o menos preciso (Balbuena, 2014 p. 110).

Por ello, se deduce que el contenido comunicacional abarca:

(...) todo tipo de materiales simbólicos, datos, juicios, posturas o valoraciones que se producen, reciben e intercambian desde los medios de comunicación; son capaces de producir sentidos, decodificaciones, y cambios de conductas, estos poseen capacidad de alcance, perdurabilidad, grado de difusión o fijación espacio- temporal (Consejo de Comunicación, 2021, p. 4).

### Contenidos comunicacionales de calidad

El término calidad alude a las propiedades que le son inherentes a algo, a la capacidad de adecuación de un producto o servicio, a las características que le distinguen de otras actividades, a la pertinencia con que algo cumple ciertas condiciones y requisitos y, que permiten juzgar su valor (RAE, 2025).

En el campo comunicacional, la calidad comprende llevar adelante la iniciativa del proyecto editorial, la misión corporativa, la deontología, los principios y valores sobre la base en que se construyen los medios de comunicación, por lo que la calidad se muestra directamente proporcional a la gestión de estos actores y, más que un concepto, es el resultado de una práctica y del conjunto de elementos que la hacen posible (Fuente, 2008, Consejo de Comunicación, 2021).

No obstante, es importante tener presente que la elaboración de productos comunicacionales, bajo los parámetros de la calidad de contenidos, implican dos dimensiones puntuales. Una objetiva, que se caracteriza por los estándares profesionales, y la dimensión subjetiva, misma que se configura a través de la percepción de las audiencias (Consejo de Comunicación, 2021). En este sentido, en el Informe especializado “Compendio de principios generales sobre definición de calidad de contenidos”, elaborado por la Dirección Técnica de Evaluación de Contenidos del Consejo, se identifican determinados parámetros que contribuyen a la calidad de contenidos, así como también a la no vulneración de derechos, entre los que destacan:

- Un contenido de calidad es aquel producto cuya información ha sido debidamente contrastada, verificada y contextualizada.
- Es aquel que no exponga sesgos predeterminados en su elaboración.
- Aquel que para su construcción haya utilizado diversidad de fuentes, para con ello evitar juicios de valor que vicien el quehacer comunicativo.
- Un contenido de calidad es aquel que ha sido elaborado tomando en cuenta las franjas horarias adecuadas para su reproducción, así como también el rango etario de población para el que va dirigido.
- Es aquel que prioriza información positiva.
- Aquel que utilice un lenguaje claro y accesible para las audiencias, mismo que tome en cuenta que existen diferentes niveles de escolarización y distintos niveles de

abstracción, condiciones que no pueden ser barreras de accesibilidad comunicativa.

- Es aquel que tiene una estructura adecuada a su formato y soporte, y además es explícito en su fondo y forma en lo relativo a lo que está comunicando.
- Es aquel que incentiva la formación ciudadana.
- Es aquel que, independientemente del formato en el que ha sido elaborado, establece sus mecanismos de representación mediática anclados en las realidades socioculturales propias del Ecuador.
- Es aquel que expone temáticas innovadoras que incluyan cultura, arte, atractivos turísticos, eventos deportivos, etc.
- Es aquel que confirme y promueva valores desde la diversidad, sin reproducir prejuicios, estereotipos o estigmas de ninguna índole sobre ningún sector de la sociedad ecuatoriana.
- Aquel que exponga la interculturalidad como un hecho que va más allá de las expresiones folclóricas, es decir, que exhiba este concepto desde sus dimensiones sociales, políticas, económicas, culturales, emocionales, simbólicas y materiales.
- Aquel que ha sido generado creativamente y no copiado.
- Aquel que aporta a la construcción de audiencias críticas.
- Aquel que incorpora una visión no tradicional respecto a las audiencias, que no las conciba como pasivas, manejables y reconozca su capacidad prosumidora<sup>33</sup>.
- Un contenido de calidad otorga a las audiencias los elementos necesarios para la comprensión del mensaje que se comunica, evitando con ello que la audiencia presuponga de antemano lo que se emite.
- Es aquel que cumple con los principios básicos del periodismo y la comunicación, es decir sea elaborado bajo parámetros éticos y respete los derechos de las audiencias.
- Aquel que expone elementos de corte estético, técnico, creativo y pedagógico.
- Es aquel que expone elementos adecuados, para que las audiencias se puedan formar juicios propios o tomar correctas decisiones.
- Aquel que utiliza la semiología como una herramienta para generar grados de reconocimiento e identificación.

---

<sup>33</sup> “El término «prosumidor» es una combinación de las palabras «productor» y «consumidor». Un prosumidor es un individuo que no solo consume productos o servicios, sino que también participa activamente en su creación, promoción y mejora” (Gilibets, 2023, párr.2).

- Aquel que involucra a sus audiencias.
- Aquel que aporta a la erradicación de la violencia en todas sus manifestaciones y promueve una cultura de paz.
- Aquel que evita la naturalización de la violencia.
- Aquel que no distorsiona la realidad a través de información falsa.
- Aquel que respeta la deontología del medio donde fue elaborado.
- Aquel que combina la responsabilidad social, con las lógicas de mercado para generar materiales comunicacionales atractivos que interesen a las audiencias.
- Aquel que informa y sensibiliza, sin espectacularizar, sobre fenómenos sociales como la violencia, la pobreza, la discriminación, la corrupción, etc. (Consejo de Comunicación, 2021, pp. 69-70).

#### **5.4 Tratamiento informativo con enfoque de derechos**

##### **5.4.1 El Enfoque de Derechos**

Los derechos humanos nos proponen observar y aproximarnos a la realidad desde el principio de la igualdad y no discriminación, esto, tomando en cuenta que, en las sociedades existen heterogéneas identidades con diferentes cualidades que se diferencian una de otra, siendo cada persona única e irrepetible.

Esta diversidad no es impedimento para que cada persona ejerza libremente sus derechos y pueda vivir una vida libre de violencias (Defensoría del Pueblo de Ecuador [DPE], 2016). “Esta es la esencia de la igualdad como atributo del ser humano: si bien somos diferentes en múltiples aspectos, somos iguales en dignidad y, por tanto, no puede haber discriminación posible al momento de ejercer nuestros derechos” (DPE, 2016, p. 73).

En este sentido, la investigación, así como la producción académica han podido identificar que:

El enfoque de derechos humanos parte de poner en cuestión las relaciones construidas sobre la idea de que hay quienes dominan y quienes son subordinados y que es natural que unos tengan privilegios y otros (casi siempre los mismos) carezcan de oportunidades para desarrollar sus capacidades y sus proyectos de vida individuales o colectivos. El enfoque de derechos humanos incluye a su vez los enfoques de igualdad<sup>34</sup>, género,

---

<sup>34</sup> Los enfoques de igualdad, que se encuentran recogidos y transversalizados en la Constitución de la República de Ecuador de 2008 y en otros cuerpos legales, fueron definidos por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades, 2011).

intergeneracional, intercultural, de discapacidades y de movilidad humana, entre otros. (DPE, 2015, p. 17)

Este enfoque parte de “considerar a cada persona como un fin en sí mismo (no u medio para otros), como ser único e irremplazable, capaz de decidir, actuar e intervenir, diferente pero igual en dignidad y derechos, implica mirar a las personas tanto en su dimensión individual y como colectiva. (DPE, 2015, p. 17).

De tal manera,

El enfoque de derechos es un marco conceptual que guía el desarrollo humano y las acciones para garantizar el cumplimiento de los derechos de todas las personas. Se basa en normas internacionales de derechos humanos y busca promover y proteger estos derechos en todos los aspectos del desarrollo. Su objetivo es analizar las desigualdades que se encuentran en el corazón de los problemas de desarrollo y corregir las prácticas discriminatorias y las distribuciones injustas de poder que impiden el progreso del desarrollo y que a menudo resultan en grupos de personas que se quedan atrás. (Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible [UNSD], 2025, párr. 2)

Este enfoque se basa en los derechos humanos y ancla los planes, políticas y procesos de desarrollo a un sistema de derechos y obligaciones correspondientes, establecidas por el derecho internacional, incluidos todos los derechos civiles, culturales, económicos, políticos y sociales, y el derecho al desarrollo (UNSD, 2025). Así,

El enfoque basado en los derechos humanos requiere principios de derechos humanos (universalidad, indivisibilidad, igualdad y no discriminación, participación, rendición de cuentas) para guiar la cooperación de las Naciones Unidas para el desarrollo y centrarse en el desarrollo de las capacidades de los ‘titulares de deberes’ para cumplir con sus obligaciones y los ‘titulares de derechos’ para reclamar sus derechos. (UNSD, 2025, párr. 6)

De igual manera, los enfoques de igualdad permiten entender las condiciones de discriminación y exclusión particulares que enfrentan las personas en el ejercicio y garantía de sus derechos (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [Senplades], 2011).

A continuación, se exponen los elementos que configuran el enfoque de derechos.

Gráfico Nro. 1

Enfoque de Derechos



**Nota:** Tomado de Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales, por Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2011.

- **Enfoque de Género:** Implica reconocer las diferencias y discriminación en las oportunidades y en el ejercicio de los derechos por razones de sexo e identidad de género, que se presentan entre hombres, mujeres y personas gais, lesbianas, bisexuales, intersexuales, transexuales y transgénero. Propone garantizar para todos y todas, educación, salud, trabajo, participación, recreación, bienestar, el acceso en términos de igualdad a la toma de decisiones, a las oportunidades y al ejercicio de derechos (DPE, 2016, p. 113)
- **Enfoque Intergeneracional:** Propone reconocer las relaciones de exclusión y discriminación que se presentan entre niños, niñas, personas adolescentes, personas jóvenes, personas adultas y personas adultas mayores, las cuales se asientan sobre la base del poder adulto (adultocentrismo) como único poder legítimo y, a partir de este reconocimiento, formular mecanismos para superar las desigualdades y alcanzar una igualdad generacional (Duarte, 2006 en DPE, 2016, p. 113).
- **Enfoque de Movilidad:** Comprende expresiones del derecho a circular libremente y a elegir residencia en el territorio de un Estado, consagrado en el art. 13 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, o del derecho a migrar, establecido en la Constitución del Ecuador en el art. 40. En el país, las instituciones públicas y la legislación reconocen

realidades tan diversas como la emigración, el tránsito, el retorno, la inmigración, el refugio y el desplazamiento interno forzado (DPE, 2016, p. 113).

- **Enfoque de Discapacidades:** Plantea que las personas con discapacidad son aquellas que, junto con sus capacidades, potencialidades y talentos, presentan una disminución temporal o permanente, de alguna de sus funciones físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, y que por esta razón se ven enfrentadas a barreras del entorno, sean estas físicas, económicas, sociales o culturales, así como las políticas de inclusión y la sociedad (Unicef, 2005). El enfoque de discapacidades reconoce que son las actitudes y prácticas de indiferencia y discriminación presentes en las relaciones sociales las que han limitado el desarrollo de las personas con discapacidad en igualdad de condiciones (DPE, 2016, p. 113).
- **Enfoque Intercultural:** Plantea reconocer la diversidad étnico-cultural que presenta la sociedad ecuatoriana y aceptarla como parte del proceso de construcción democrática, proponiendo un estatus de unidad en la diversidad. Por lo tanto, no solo se reconoce que existen varias culturas conviviendo en un mismo territorio, sino que se pone en evidencia las relaciones complejas de conflicto, subordinación y discriminación por razones de origen, identidad étnica y cultural, que se puedan establecer sobre todo en sociedades con grandes diferencias económicas y de poder (Senplades, 2014, pp. 54-55).

En este marco, aplicar un enfoque de derechos en los productos de los medios de comunicación social implica asegurar que la comunicación se realice respetando los derechos humanos, la libertad de expresión y el acceso a la información, lo que implica información que respete la dignidad humana.

Si bien los cuerpos normativos existentes en materia comunicacional no obligan a los medios a aplicar el enfoque de derechos en sus productos comunicacionales, el hacerlo, constituye un aporte importante para la no vulneración de derechos, así como también la generación de contenidos de calidad para las audiencias.

#### 5.4.2 El tratamiento informativo

En el plano comunicacional, la literatura académica ha logrado identificar que el tratamiento informativo se lo puede caracterizar como las distintas formas que los medios de comunicación consideran idóneas, para emitir información. “Es la forma en que se elabora el contenido o mensaje sobre determinado acontecimiento o fenómeno social. Es la visión o

perspectiva de un medio al momento de elaborar las noticias que luego se refleja en el producto noticioso” (Alpino y Bracho, 1997, p. 34).

Es aquella función del periodista que está en constante evolución con los hechos sociales, ya que es el agente dispuesto para informar utilizando un adecuado uso de los medios y herramientas comunicativas, los ordena en el espacio o en el tiempo, con la aplicación de ciertas reglas para la trasmisión de los mensajes, el tratamiento informativo debe basarse, en principios de veracidad, pluralidad, imparcialidad, precisión, utilidad y aplicabilidad, concretado a un estilo creativo de ingenio y personalidad (Nuñez, 1995, p. 45).

El tratamiento informativo se refiere al relato, narración o comentario de los sucesos informativos escritos o audiovisuales que los medios exponen a las audiencias; este se define por ser la función periodística de manejar la información y el mensaje, a través de las técnicas y recursos comunicacionales influidos por los diversos actores sociales y el medio comunicacional para el cual, se elaborarán contenidos comunicacionales acorde a enfoques sociales, políticos y económicos de interés para la colectividad; así como también los criterios y estilos propios de los profesionales de la comunicación (Alpino y Bracho, 1997; Filipi, 1997; Nuñez, 1995; Olivar y Díaz-Campo, 2020).

Acorde con lo expuesto, y para los fines de este documento, se entenderá por tratamiento informativo a:

(...) la valoración cualitativa que se hace de los hechos; la frecuencia y la amplitud, que representan la valoración cuantitativa de los eventos o de las fuentes; está representado por el número de veces en que se presenta un tema o fuente y el espacio o tiempo que los medios le conceden. (Paz, Romero y Díaz, 2009, p. 51)

Es imprescindible tomar en cuenta que el tratamiento informativo que realicen los medios de comunicación, tanto de información de interés público como de contenidos relacionados a cualquier otro tipo de temáticas comunicacionales, debe realizarse bajo los parámetros de la no vulneración de los derechos de las audiencias (Ramírez, 2012). En este sentido, se ha propuesto que como parte de la responsabilidad social<sup>35</sup> que tienen los medios de comunicación, se generen contenidos privilegiando la aplicación de un enfoque de derechos.

---

<sup>35</sup> La responsabilidad social es “un compromiso voluntario y ético-moral que asume una organización, la cual implica un comportamiento con determinadas conductas, acciones y políticas que cada organización va desarrollando de acuerdo con su propio contexto y realidad” (Ramírez, 2012, p. 102). La Responsabilidad social de los medios va directamente relacionada con “el impacto que pueden ocasionar sus contenidos en el público o la ciudadanía, (...) con la información y las opiniones emitidas en los medios (Ramírez, 2012, p. 99).

El enfoque basado en los derechos humanos (...) desde el punto de vista operacional está orientado a la promoción y la protección de los derechos humanos. En un enfoque de derechos humanos, los planes, las políticas y los procesos (...) están anclados en un sistema de derechos y de los correspondientes deberes establecidos por el derecho internacional. Un enfoque basado en los derechos humanos identifica a los titulares de derechos y aquello a lo que tienen derecho, y a los correspondientes titulares de deberes y las obligaciones que les incumben, procura fortalecer la capacidad de los titulares de derechos para reivindicar éstos y de los titulares de deberes para cumplir sus obligaciones (Oficina del Alto Comisionado de la Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 2006, p. 15).

En este sentido, se puede definir que un tratamiento informativo con enfoque de derechos, es aquel que, “aporta un marco conceptual y metodológico fundamentado normativamente en estándares internacionales de Derechos Humanos y operativamente dirigido a promover, proteger y hacer efectivos los derechos humanos” (Monfort, Aller y Romero, 2011, p. 25).

Dentro del tratamiento informativo que podría vulnerar derechos de las audiencias, tenemos los siguientes elementos:

#### **5.4.3 Lenguaje Soez**

##### **Definición**

Acorde al Diccionario de la Real Academia Española, la palabra soez refiere a lo “bajo, grosero, indigno, vil” (2025). Es decir, referencia a un tipo de locución que se caracteriza por ser baja, grosera, indigna y vil. Sin embargo, la caracterización de este tipo de lenguaje resulta más compleja que la definición etimológica, debido a que los contextos socioculturales de los países varían.

Es preciso resaltar que ha existido desacuerdo entre quienes han analizado este aspecto lingüístico para calificarlo y clasificarlo de manera uniforme, por lo que se puede encontrar un vasto repertorio de vocablos: *dirty language*<sup>36</sup> (Jay 2009), *strong language*<sup>37</sup> (Scandura 2004), *bad language*<sup>38</sup> (Azzaro 2005), *foul language*<sup>39</sup> (Wajnryb, 2005), *rude language*<sup>40</sup> (Hughes 2006), *emotionally charged language*<sup>41</sup> (Díaz Cintas y Remael 2007), *offensive language*<sup>42</sup> (Díaz Cintas 2012), *offensive terms*<sup>43</sup> (Ávila-Cabrera 2015), etc.

---

36 Lenguaje sucio.

37 Lenguaje fuerte.

38 Mal lenguaje.

39 Lenguaje ofensivo.

40 Lenguaje rudo.

41 Lenguaje emocional.

42 Lenguaje ofensivo.

43 Términos ofensivos.

De acuerdo con Buxarrais<sup>44</sup> y Tey<sup>45</sup> (2007), definir el concepto de lenguaje soez es un proceso complejo, ya que se ve afectado por el contexto tanto cultural como histórico y puede llegar a ser muy ambiguo, hecho que se ve marcado también por el contexto propio de la persona que utiliza o recibe este tipo de lenguaje. “Dependiendo de la edad, los valores o creencias, el contexto social e incluso del nivel educativo, se valorará como lenguaje soez u ofensivo algo que en otro contexto posiblemente no sería considerado de dicho modo” (Pérez, Huertas y Gómez, 2020, pp. 94 - 95).

En la actualidad, se ha alcanzado un consenso académico que sugiere que, independientemente del contexto sociocultural, este tipo de lenguaje se relaciona con formas de comunicación groseras u ofensivas (Parra, 2019). Así, a pesar de esta discordancia y ambigüedad, para los fines del presente documento, se ha optado por emplear el término lenguaje soez, relacionado a “los términos o las expresiones que contienen palabrotas<sup>46</sup> y que uno podría considerar despectivo u ofensivo” (Ávila-Cabrera 2015, pp. 77-78).

José Javier Ávila Cabrera<sup>47</sup> propone que este concepto, aglutina a todos aquellos elementos ofensivos como los insultos, exclamaciones malditinas, vocablos despectivos, etc., y plantea una clasificación del lenguaje soez en tres categorías: improperios, exclamaciones soeces e insultos:

- 1.** Los improperios se refieren a los términos que engloban las subcategorías de maldiciones, términos con tono despectivo, los insultos y los juramentos.
- 2.** Las exclamaciones soeces se suelen emplear en momentos de enfado, frustración, tensión, etc. Existen numerosos casos como ¡fuck! [¡joder!], shit! [¡mierda!], fucking hell! [¡coño!].
- 3.** Los insultos sutiles se utilizan para ofender de forma elegante sin hacer uso de palabrotas explícitas, por lo que evitan los términos estándar del lenguaje ofensivo (Martín, 2020, p. 9).

Magnus Ljung<sup>48</sup>, en su libro “Svordomsboken: sobre malas palabras y malas palabras en sueco, inglés y otros 23 idiomas” (2006), propone la siguiente clasificación de las razones porqué las personas utilizan el lenguaje soez:

---

<sup>44</sup> María Rosa Buxarrais es catedrática de universidad del Departamento de Teoría e Historia de la Educación de la Facultad de Educación. Es doctora en Pedagogía y licenciada en Psicología por la Universidad de Barcelona e investigadora principal del Grupo de Investigación en Educación Moral (GREM) de la misma institución educativa.

<sup>45</sup> Amelia Tey Teijón es licenciada en Pedagogía, en Psicología y Doctora en Ciencias de la Educación. Sus áreas de interés están vinculadas a la educación en valores y el aprendizaje.

<sup>46</sup> Esta expresión en el contexto ecuatoriano refiere a lo que se conoce comúnmente como malas palabras.

<sup>47</sup> Doctor Europeo en Filología Inglesa y docente de la Facultad de Filología de la Universidad Nacional de Educación a Distancia.

<sup>48</sup> Profesor Emérito de Inglés en la Universidad de Estocolmo.

- **Exclamación de irritación:** Las groserías que se expresan mediante una exclamación de irritación y sorpresa son algunas de las más comunes en casi cualquier idioma. Estas no se dirigen contra nadie, sino que es más bien una especie de comentario sobre la propia situación del hablante, como si la persona se hiciera daño. Por ejemplo: ¡Joder!, ¡Coño! ¡mierda! ¡malditas sea! (Ljung, 2006, p.43).
- **Juramento:** La función de los juramentos es la de declarar que lo que se dice es cierto. Hoy en día se utilizan también para expresar sorpresa e irritación, pero con un matiz religioso. Por ejemplo: ¡Demonios! ¡por Dios! (Ljung, 2006, p. 46).
- **Desaprobación o aprobación:** Se utilizan como refuerzo si la persona está segura de algo o quiere negar algo. O si le gusta o no le gusta algo. Por ejemplo: ¡Es de puta madre! (Ljung 2006, p. 47).
- **Maldiciones:** Se expresan al invocar los poderes superiores para tomar medidas contra una persona. Estas expresiones han perdido hoy su significado original y ahora se emplean como expresiones fijas agresivas. Por ejemplo: ¡Qué Dios te castigue! (Ljung 2006:50).
- **Exhortación antipática:** La exhortación se emplea para decir a alguien que se vaya al infierno. Además, es una manera de exhortar a una persona a hacer o recibir algo desagradable. Por ejemplo: ¡Vete a tomar por culo! (Ljung, 2006, p. 51).
- **Insultos permanentes:** Es una expresión que casi siempre tiene que ver con la madre de alguien o las propiedades físicas del otro. Por ejemplo: ¡Tu puta madre! (Ljung, 2006, p. 53).
- **Insultos:** Son palabras o expresiones que se utilizan cuando se quiere decir algo agresivo a una persona u ofender a alguien. Pueden también ser dirigidas a hacia personas que no están presentes. Por ejemplo: tonto, cabrón, hijo de puta (Ljung, 2006, p. 54).
- **Otros tipos de palabrotas:** Algunas groserías se utilizan en las expresiones de desaprobación, como, por ejemplo: ¡Qué puta mierdal, y con énfasis adicional en algo, para reforzar una palabra o una frase, como, por ejemplo: Este puto libro, y enfáticamente, por ejemplo: Aquí está tu puta comida (Ljung, 2006, p. 57).
- **Fortalecimiento de las cuestiones:** En muchos idiomas es común fortalecer el poder de diferentes preguntas. Por ejemplo: ¿Qué coño es esto? (Ljung, 2006, p. 58).
- **Neologismos:** Es una palabra, recién formada de una palabra tabú, que tiene un nuevo significado. Un ejemplo en español es la palabra *puta* que ha formado la palabra *putada*,

¡Qué putada! lo que significa, ¡Qué desastre! (Ljung, 2006 p. 59).

Siguiendo esta corriente, Adrián Fuentes Luque<sup>49</sup> propone una clasificación de este tipo de lenguaje en cinco dimensiones:

- **Sexo:** El idioma inglés estructura principalmente su lenguaje soez en torno a este sistema: *pussy*, *cunt*, *cameltoe* (referido a mujeres cuya ropa ajustada marca notablemente su vulva), *cock* (lit. “gallo”, pero también “polla” como miembro viril), “*pussy*” (lit. “gatito”, y en sentido despectivo “mariquita/nenaza/cobarde” o como alusión sexual a los genitales femeninos, “coño”) y, especialmente, en variaciones de la palabra “*fuck*” (follar, joder). En español existen numerosos exabruptos articulados en torno a términos sexuales: “¡Coño!”, “¡Eres la polla!”, “Está de cojones”.
- **Escatología (fluidos –o sólidos– corporales, muerte):** También común en inglés, y casi en exclusiva en alemán: *shit*, *asshole*, *piss*. El español acude a este sistema para insultar o expresar enfado, generalmente estructurado sobre expresiones relacionadas con las heces: “Me cago en....”.
- **Religión (blasfemia, profanación):** *God*, *Jesus(Christ)* (cuya traducción sería “Joder/la hostia/hostias”), *hell*, Dios, la Virgen...
- **Familia (presentes y/o ancestros):** Habitual en español peninsular y en determinadas zonas de Hispanoamérica, en alusiones y combinaciones de carácter sexual o escatológico a familiares cercanos vivos o muertos (padre, madre...).
- **Nominalia:** Uso de nombres propios y calificativos con intención despectiva, como por ejemplo *nigger/nigro* (grave insulto racista hacia los negros norteamericanos), *faggot* (“marica/maricón”), *dyke* (lesbiana, “tortillera/bollera”, “Diego” (insulto despectivo en inglés británico hacia los españoles, asimilando el nombre a la totalidad de la población). También alusiones a fauna, articuladas sobre términos polisémicos, entre cuyas acepciones se encuentran denominaciones de animales y determinadas connotaciones sexuales despectivas: *bitch* (lit. “perra”, y en sentido peyorativo “perra/puta/zorra”) (Fuentes-Luque, 2014, pp. 6-7).

Acorde a lo hasta aquí expuesto, y en sintonía con los fines de este documento metodológico, a continuación, se exponen los indicadores de vulneración generados por la utilización de lenguaje soez en contenidos comunicacionales:

---

<sup>49</sup> Doctor en Traducción por la Universidad de Granada (España) y catedrático de Traducción en la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla), Director del Máster en Comunicación Internacional, Traducción e Interpretación. Profesor en las universidades de Cádiz y Granada, en la University of Portsmouth (Reino Unido), y profesor visitante en la Universidad de Puerto Rico y Colorado State University.

**Tabla Nro. 2**

**Indicadores de vulneración desde el lenguaje**

Dimensión	Indicador
<b>Exclamación de irritación</b>	¡joder! ¡mierda! ¡puta madre! ¡hijueputa!
<b>Desaprobación o aprobación</b>	Del putas Es una mierda Habla lo que chucha quieras y no jodas Hablas webadas
<b>Maldiciones</b>	Que te lleve el diablo Que Dios te castigue Jódete Maldito seas
<b>Insultos</b>	Cabrón Marica Imbécil Cretino Hijo de puta Bestia Bruto
<b>Otro tipo de expresiones soeces</b>	¡Qué puta mierda! Este puto libro Aquí está tu puta comida Pedazo de bestia
<b>Neologismos</b>	¡Qué putada! ¡Que cabronada! Me vale verguez
<b>Expresiones escatológicas</b>	Me cago en tu puta madre Que mierda tienes en la cabeza Ándate a la mierda

**Nota:** Tomado de Fuentes-Luque, 2014.

Entonces, las interacciones comunicativas que utilizan adjetivos calificativos, términos groseros, locuciones adjetivas despectivas y malsonantes, expresiones ofensivas o burlescas, entre otras, para comunicar, resultan inadecuadas para ser transmitidas en franja familiar (Sánchez y Magallón, 2023), en la que la mayoría de la audiencia es infantil y adolescente, cuyo desarrollo neurológico y emocional o maduración cerebral finaliza alrededor de los 18 a 20 años, lo que implica que su capacidad de decodificación de mensajes, razonamiento crítico y relacional está en proceso de formación (Sánchez y Magallón, 2023).

Además, si se toma en cuenta que cuanto mayor es la exposición de NNA a contenidos mediáticos con lenguaje soez, más propensos son ellos a copiar esa forma de hablar (Norton, 2011);

y, que NNA, “debido a su falta de madurez física y mental, necesitan una protección y cuidados especiales” (Organización de las Naciones Unidas, 1990, p. 9), entendiendo esta protección de manera integral, incluso “respecto de los programas y sus contenidos que se difunden ya sea en radio y televisión, videos, música, imágenes y programas” (Consejo de Comunicación, 2021, p. 19), es trascendental que en franja familiar se dé cumplimiento a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia y demás normativa al respecto.

#### 5.4.5 Tratamiento de imágenes

Acorde al Diccionario de la Real Academia Española, la imagen es la “figura, representación, semejanza y apariencia de algo” (RAE, 2025). Este término tiene sus raíces etimológicas en el latín *“imago”* que significa figura, sombra, imitación y en el griego *“eikon”* que es ícono<sup>50</sup>, retrato (Ferrandini y Tedesco, 1997). Es decir, la imagen es “un soporte de comunicación visual que materializa un fragmento del universo [y], si es un signo, la imagen, no es la realidad, sino que la representa” (Ferrandini y Tedesco, 1997, p. 158).

La imagen como representación es la conceptualización más cotidiana que poseemos y, quizá por ello, se reduce este fenómeno a unas cuantas manifestaciones. Sin embargo, el concepto de imagen comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual y del arte; implica también procesos como el pensamiento, la percepción, la memoria, en suma, la conducta. Es, por tanto, un concepto más amplio que el de representación icónica. (...) existen en la imagen tres hechos irreductibles: una selección de la realidad, unos elementos configurantes y una sintaxis, entendida ésta como una manifestación de orden. Todo fenómeno que admite reducirse de esta manera, sin alterar su naturaleza, puede considerarse una imagen. (Villafaña, 2006, pp. 29-30)

Los medios de comunicación no han sido ajenos o antagonistas al uso de imágenes como parte de los materiales comunicacionales que ofrecen a las audiencias. Sin embargo, “Para comprender la imagen hay que saber leerla, o sea, hay que atender no sólo a la identificación de los elementos que presenta a través de distintos recursos expresivos –significante–, sino también al contenido inmaterial del signo –significado” (Ferrandini y Tedesco, 1997, p. 158).

Así, se ha podido evidenciar, que las imágenes más utilizadas en contenidos comunicacionales audiovisuales se encuentran: infografías, caricaturas, ilustraciones, y fotografías.

---

50 En el enfoque semiológico de Pierce icono significa «todo signo que originariamente tiene cierta semejanza con el objeto a que se refiere» (Ferrandini y Tedesco, 1997, p. 158).

## La Infografía

“Es una combinación de elementos visuales que aporta un despliegue gráfico de la información. Se utiliza fundamentalmente para brindar una información compleja mediante una presentación gráfica que puede sintetizar o esclarecer o hacer más atractiva su lectura” (Clarín, 1997, p. 157). “Esta técnica produce nuevos parámetros de producción que permiten optimizar y agilizar los procesos de comprensión basándose en una menor cantidad y una mayor precisión de la información, anclada en la imagen y el texto” (Minervini, 2005, p. 2). “Es la representación visual que resume o explica alguna información mediante secuencias expositivas, argumentativas o narrativas o, incluso, interpretaciones presentadas de manera gráfica o esquemática, lo que la hace dinámica, atractiva y fácil de asimilar” (Castillo, Vallín, Suárez, 2017, p. 1).

Imagen Nro. 1



Nota: Tomado de El Comercio, 10/06/2014

## La Caricatura

“Es un género iconográfico de opinión, a través del cual el autor presenta la interpretación de algo gracias al auxilio de recursos psicológicos, retóricos y/o plásticos, potenciados muchas veces por un texto breve” (Abreu, 2003, p. 38). Desde su aparición, “este tipo de representación gráfica bien puede utilizarse para satirizar sobre alguien o algo o enfatizar sus defectos, como también puede ser un instrumento de humor blanco, destinado a generar simpatía, antes que cualquier otra cosa” (Zurita, 2020, p. 32).

La caricatura no solo aborda un personaje, retrata una realidad, el contexto, hechos, instituciones o grupos particulares. Otro tanto hay que hacer con aquella mención al carácter ridículo mencionado. Las viñetas tienen una intención satírica y de crítica. El propósito no radica solamente en producir un efecto risible, sino también, la reflexión que puede sugerir en el lector, a través de frases, símiles, hipérboles y metáforas y ello es sumamente importante. Además, las exageraciones presentes en las viñetas son utilizadas para rendir homenaje, hacer reconocimiento, adular, felicitar o festejar, cualidades muchas veces pasada por alto (Borregales, 2017, p. 113).

La caricatura ilustra la realidad como seres humanos, con sus virtudes y defectos, con toda su complejidad, permite mostrar el lado jocoso de la vida, es el manifiesto de la risa al observar la realidad<sup>51</sup> (Bayona, 2019).

Como herramienta permite expresar sin pena lo que se piensa y en algunos casos es la que, a partir de un error, produce una obra visual que, como en una metamorfosis, puede convertirse en algo bello para el espectador o transformar los defectos del ser humano en virtudes. De esta manera, la caricatura es vista como una labor en la que un dibujante plasma mediante el trazo sobre el papel su perspectiva de la persona, los aspectos que configuran su identidad y su contexto. A su vez, es un arte condicionado por lo inmediato y lo impredecible, es decir, el dibujante crea en el momento, sobre el tiempo, sin ser consciente del resultado. De igual modo, es un producto que, una vez en manos de su receptor, escapa del artista que lo crea (Bayona, 2019, p. 45).

#### Imagen Nro. 2



Nota: La Línea de Fuego, 12/12/2020

51 Esta exagera la realidad individual frente a la percepción de las cosas o circunstancias del momento o las personas alrededor (Bayona, 2019).

### **Las Ilustraciones**

La presencia de la ilustración en la prensa desde su propia génesis se produce en diferentes sistemas de impresión que se basan en la experiencia de los grabadores. Tomemos, por ejemplo, la creación de la tipografía, el sistema de tipos móviles de Johannes Gutenberg<sup>52</sup> a mediados del siglo XV, que parte de la idea del alto relieve ya presente en el grabado. Por lo tanto, la ilustración puede ser desde el punto de vista de la explicación o de la comprensión. En el primer caso, gana el carácter descriptivo, que pretende darle una función de objetividad, muy ligada al concepto de la comunicación como la transmisión. En el segundo caso, conserva su dimensión estética, su libertad simbólica y apertura a la experiencia de la percepción. En algunas aplicaciones mediáticas, la ilustración/imagen asume la dimensión técnica del arte visual, como en el caso de la infografía que pretende aclarar la información compleja en el espacio de texto (Mendes y Rodrigues, 2014).

El Reportaje ilustrado combina la captura y la representación gráfica de una determinada escena, con el objetivo de comprender y comunicar una historia empleando el lenguaje visual. Los ámbitos en los que su utilización es más común son: 1) El judicial, 2) Citas sociales, como conciertos o manifestaciones, 3) Reportajes o artículos de investigación en prensa, Contenidos documentales, incluidas las crónicas de guerra y conflictos. El dibujo de reportaje tiene mucho que ver con el trabajo de fotógrafos y documentalistas audiovisuales. La diferencia radica en que el ilustrador de reportaje cuenta la historia con imágenes dibujadas a mano. Esto lo hace distinto de los procesos digitales, químicos o mecánicos propios de una cámara, pues el artista traduce sus pensamientos directamente a mano sobre el papel u otra superficie. El resultado proporciona una autoría visual de una inmediatez que no puede conseguirse únicamente con palabras. A menudo se utiliza un reportaje ilustrado para aportar este tipo de claridad a asuntos que son muy complejos o difíciles. (Embry y Minichiello, 2018, p. 1)

---

52 Orfebre alemán, inventor de la prensa de imprenta moderna con tipos móviles en 1450.

**Imagen Nro. 3**



**Nota:** Tomado de Gettyimages

**Las Fotografías**

Los sucesos informativos, así como aquellos de cualquier otra índole, ya sean de interés público o no, son la base para la elaboración de los contenidos comunicacionales que los medios de comunicación ofrecen a las audiencias, para esta labor, los formatos audiovisuales, han recurrido al uso de la fotografía<sup>53</sup>, como complemento a las construcciones discursivas que utilizan sus contenidos.

(...) la fotografía [es] una parcela comunicativa que participa como complemento en otros medios de comunicación de masas como pueden ser el cine, la prensa y la televisión. Pero, sobre todo, es la prensa la que por sistema recurre a las imágenes fotográficas, ocupando un espacio tan significativo que, al hablar de la misma, el texto no se puede disociar de la fotografía. La prensa es el medio de comunicación de masas más veterano y en un principio resolvía su finalidad solamente con el texto acompañado esporádicamente de algunos grabados. Pero el descubrimiento de la fotografía implicó una relación fraternal entre la imagen fotográfica y el texto, descubrimiento a partir del cual se crea una dependencia hacia la imagen como referencia y marco de sucesos, casi obligando al redactor a ceñirse sobre aquello que la fotografía refleja y testimonia (Susperregui, 1987, p. 194).

Antonio Alcoba López<sup>54</sup>, define la función de la fotografía en el periodismo de la siguiente manera:

53 Aunque es imposible que una fotografía sea totalmente fiel a la realidad, ofrece muchas características que la convierte en un soporte perfecto para inmortalizar, gracias a su permanencia en el tiempo, instantes de la vida (De Santiago, 2010, p. 43).

54 Periodista, Doctor en Ciencias de la Comunicación y fotógrafo español.

(...) el periodismo gráfico –fotoperiodismo– enmarcado en su relación comunicativa de masas, viene a proclamar su derecho informativo de primer orden, por cuanto aquello expresado por medio de la imagen se convierte en transmisor de la realidad de cada instante, sin posibilidad de ser superado por otro lenguaje que no sea el icónico en los medios audiovisuales, más incisivo por su condición narrativa de los hechos (Alcoba, 1988, pp. 18-19).

Sin embargo, es pertinente mencionar que, el uso que los medios de comunicación les proporcionan a las imágenes que publican, depende de los enfoques económicos, sociales, culturales, económicos o políticos que sus líneas editoriales dictaminan.

Ya se ha dicho que, en mayor o menor grado, la fotografía es polisémica, es decir, que puede adoptar diferentes sentidos y que éstos dependen, hay que repetirlo, de la finalidad a la que la fotografía se destina y del contexto que tiene, así como del que la rodea. (Baeza, 2003, p. 158)

Las fotografías, por tanto, en el ámbito de la comunicación, “aportan unas cualidades únicas pero que, ni mucho menos, excluyen a otros elementos informativos. En realidad, la utilización óptima de todos los medios disponibles hará posible una comunicación de calidad” (De Santiago, 2010, p. 47). Es decir, estas se complementan con las construcciones narrativas que los medios consideren adecuadas.

El significado de la fotografía desde el acontecimiento es siempre ambiguo. Las respuestas a las preguntas clásicas (qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué) no son concretas, y ello cuando es posible contestarlas. En este sentido, el texto es imprescindible como complemento, en una simbiosis que reafirma el valor de la imagen y amplía su fuerza informativa (Sánchez Vigil, 1999, p. 42).

Acorde con lo hasta aquí expuesto, se identifica que, en un hecho comunicacional informativo, cuyo relato aborde de forma central o periférica a personas relacionadas con el suceso, “se sugiere que, antes de publicar una imagen o video, es necesario que la víctima conozca el material y lo apruebe, en el caso de ser posible” (Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas [CEAV], 2017, p. 15).

Cabe precisar que la exposición de infografías, caricaturas, fotografías, o cualquier otro recurso gráfico, “que acompañan una noticia debe estar en conformidad con los principios de la dignidad humana para no vulnerar los derechos de las personas, ni revictimizar a los familiares” (CEAV, 2017, p. 10).

En el caso de las niñas, niños y adolescentes, es imprescindible no exhibir su imagen respetando con ello su principio de interés superior.

La Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas, es una institución pública del Estado mexicano, que genera una investigación a partir de la cual elabora un Manual de Cobertura de Hechos con Víctimas, documento que elabora algunas recomendaciones, dirigidas a los medios de comunicación, para cuando publiquen fotografías de personas involucradas en hechos noticiosos:

- Evitar filmar o fotografiar a las personas en un estado de quiebre emocional. Cuidar la exposición de imágenes que resulten demasiado explícitas, ya que pueden dañar la vulnerabilidad de las personas cercanas a ese suceso y a las familias de las víctimas.
- Tener cuidado de no publicar fotos o frases que puedan comprometer el plan de ejecución de los cuerpos oficiales.
- Es necesario pedir permiso a las madres, padres o tutores antes de entrevistar, grabar o fotografiar a la niña, niño o adolescente víctima.
- No publicar imágenes de niñas y niños, especialmente cuando se muestren lastimados, traumatizados o sin vida.
- Proteger la identidad de la niña o del niño si se trata de una víctima de explotación sexual o física, es VIH positivo, culpable de un crimen, si posee armas, es combatiente o refugiado.
- Si se presentan imágenes, los rostros de las víctimas deberán ser difuminados con el fin de proteger la identidad (CEAV, 2017, pp. 13-20).

#### **5.4.6 Contenido que difunde o valida conductas de riesgo**

Se define como conductas de riesgo a “aquellas acciones voluntarias o involuntarias, realizadas por un individuo o comunidad, que puede llevar a consecuencias nocivas. Son múltiples, y pueden ser biopsicosociales<sup>55</sup>” (Corona y Peralta, 2011, p. 70). Es decir, son aquellas acciones o patrones de comportamiento que aumentan significativamente la probabilidad de sufrir daños o consecuencias negativas para la salud física, emocional o social de las personas (Corona y Peralta, 2011).

Las prácticas de riesgo (...) han sido señaladas como un problema de salud pública que pone en evidencia una serie de problemáticas entre las que se incluyen distintos escenarios

---

<sup>55</sup> Este modelo es el llamado modelo bio-psicosocial y su postulado básico es el de que tanto la salud como la enfermedad no son más que la consecuencia de la interacción entre factores biológicos, psicológicos y sociales (Belloch y Olabarria, 1993).

como la falta de educación, la exposición a la violencia en el hogar, el consumo de sustancias psicoactivas, conductas sexuales inseguras o el suicidio. (García-Quintero y Correa-Ramírez, 2022, p. 561)

En niñas, niños y adolescentes las conductas de riesgo “pueden afectar la salud biopsicosocial, y la posibilidad de esta afectación varía según la etapa de desarrollo en el que se encuentre” (Corona y Peralta 2011, p. 69), por consiguiente, estas conductas pueden incrementar la probabilidad de sufrir daños físicos, emocionales o sociales, o de exponerse a situaciones peligrosas.

En la siguiente tabla se determina las conductas de riesgo de acuerdo a la etapa de desarrollo en la que se encuentren, niñas, niños y adolescentes.

**Tabla Nro. 3**

**Conductas de riesgo en NNA según la etapa de desarrollo**

Etapa	Riesgo
Inicial: 10 a 13-14 años.  Primeros intentos de la necesaria salida desde la familia al exterior.	Se inician algunas conductas de riesgo, por ejemplo, consumo de alcohol y tabaco (Corona y Peralta, 2011, p.69).
Media: 14-15 a 16-17 años.  El hecho central es el distanciamiento afectivo de la familia y acercamiento al grupo de pares.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Período de mayor posibilidad de involucramiento en conductas de riesgo, por ejemplo, actividad sexual que pueda conducir a embarazo no deseado o infección de transmisión sexual, consumo de sustancias psicoactivas que contribuyan a lesiones no intencionales y violencia, nutrición y actividad física inadecuada (Corona y Peralta, 2011, p.69).</li></ul>
Tardía: 17 -18 a 19 años.  Última fase del camino hacia el logro de identidad y autonomía.	En general el adolescente ha aprendido de sus experiencias y según cómo éstas hayan sido, y según el equilibrio con factores y conductas protectoras, las conductas de riesgo se intensificarán o disminuirán progresivamente, por ejemplo, deserción escolar, enfermedades nutricionales, violencia familiar (Corona y Peralta, 2011, p.69).

**Nota:** Tomada de Corona y Peralta, 2011, p.69.

Así mismo, “aquellas características personales o ambientales que podrían resultar facilitadoras para el inicio o mantenimiento del uso y abuso de alcohol, drogas, violencia, relaciones sexuales a temprana edad, riesgos nutricionales, etc., se denominan factores de riesgo” (Cooper, Word, Orcutt y Albino, 2003, como se cita en: Cassola, Pilati, Alderete y Godoy, 2005, p. 40).

En este sentido, el consumo de drogas, tabaco y alcohol constituyen conductas de riesgo, ya que son sustancias que alteran el estado de conciencia, “debido a su mayor propensión a la adicción,

y a causa de las consecuencias que el abuso de algunas drogas puede tener para la salud de las personas” (Cueto, Saldarriaga y Muñoz, 2011, p.127), lo que puede llevar a comportamientos impulsivos y decisiones peligrosas.

Otra conducta de riesgo es la iniciación sexual temprana y sin protección, “debido a la posibilidad de embarazo o a la posibilidad de contagio de enfermedades de transmisión sexual (ETS) y VIH/SIDA” (Cueto, Saldarriaga y Muñoz, 2011, p.130), esto se debe a la falta de información y educación sexual y reproductiva, acceso a métodos anticonceptivos y política pública al respecto, lo que causa que no se tomen decisiones responsables e informadas sobre salud sexual y reproductiva (García-Quintero y Correa-Ramírez, 2022; Orcasita, Mosquera-Gil, y Carrillo-González, 2018).

Así mismo, “los medios promueven el ideal de delgadez difundiendo patrones de belleza que impactan especialmente en las mujeres” (Bazán, 2015, p.26), los estándares de belleza y la percepción de la imagen propia, establecida en la sociedad estructuralmente y reproducida en medios de comunicación, puede reforzar conductas de riesgo que tienen que ver con trastornos alimenticios por ejemplo (Bazán, 2015).

Por ello, “los medios de comunicación no son la causa de los trastornos de alimentación, pero tienen un impacto muy significativo” (Universidad Internacional de Valencia, 2017, párr. 6). Según Cesar Bazán<sup>56</sup>, “sin lugar a dudas que la exposición a revistas donde aparecen figuras femeninas de cuerpo ‘ideal’ aumenta la insatisfacción corporal” (2015, p.28). Al respecto,

Varios estudios han hallado que existe una correlación entre la exposición a imágenes de personas delgadas y la insatisfacción con el propio cuerpo y los trastornos alimenticios entre las mujeres. Son estas las más afectadas por la influencia de los medios, aunque los hombres no son inmunes. De hecho, la proyección del ideal masculino como un hombre musculado parece contribuir también a la insatisfacción con el cuerpo entre los hombres. (Universidad Internacional de Valencia, 2017, párr. 7).

En el caso de la mujer “(...) la industria de la moda y la belleza a través de los medios de comunicación, ha contribuido a la obsesión por el culto al cuerpo y la fijación de estereotipos que presentan un modelo de mujer con unos cánones de belleza muy concretos: joven, bella y muy delgada” (Bernad, 2010, p.189). Estos modelos de belleza femenina han privilegiado y

---

56 Doctor en Sociología.

fomentado la delgadez<sup>57</sup> como símbolo de lo bello; generando con ello un afán en la búsqueda de este patrón corporal, por ello, mujeres (en su mayoría jóvenes) incurren en desórdenes alimenticios por lograr llegar a conseguir esta imagen delgada (y “bella”) tan anhelada (Bazan, 2015; Bernard, 2010; Universidad Internacional de Venezuela, 2017).

La televisión, Internet, el cine, las revistas, la publicidad, tienden a identificar el éxito, belleza y aceptación total con cuerpos escuálidos induciendo a muchas mujeres, la mayoría de las veces con problemas de inseguridad o confianza, a obsesionarse por conseguir un cuerpo excesivamente flaco que es el que se propone como modelo de perfección estética (Bernad, 2010, p. 191)

Este afán por la perfección corporal ha creado una especie de “dictadura de la estética”, la cual perpetua determinadas formas corporales femeninas en detrimento de otras que no encajan en el ideal de belleza caracterizado por una figura delgada (Martín, 2002).

Los ideales de belleza son un constructo en el cual interviene la familia, la cultura, la sociedad y los medios de comunicación, en un entrelazado que finalmente determina la satisfacción corporal de la mujer. (...) se evidencia que existe una relación entre los usos mediáticos de las mujeres y la conformación de sus ideales de belleza, lo cual incide en una mayor insatisfacción hacia sus cuerpos. Destaca el impacto del ideal de delgadez en la satisfacción corporal de las mujeres y cómo esto influye en desórdenes alimenticios, conductas deportivas, sometimiento a cirugías y condiciones de salud mental. (Wilhelm, Rojas-Díaz, 2023, p. 182)

Por ello, “los adolescentes expuestos a muchas horas de programas televisivos en los que aparecen cuerpos idealmente delgados pueden como consecuencia propender a la insatisfacción corporal” (Bazán, 2015, p.26), es decir, el papel que han jugado los mass medias, el cine, la fotografía y la publicidad ha sido muy influyente, en el sentido de reproducir y perpetuar los imaginarios de lo que es bello y que no lo es<sup>58</sup> (Alvarado y Sancho, 2011).

Esta difusión distorsionada de la imagen de los cuerpos ideales, puede promover conductas alimenticias de riesgo, como anorexia<sup>59</sup>, bulimia<sup>60</sup> o atracones, (Madruga, Leis y Lambruschini, 2010, p.

57 El ideal estético femenino actual (...) es la extrema delgadez. La mujer en su ansia de conseguir ese ideal, prácticamente inalcanzable, se ha sometido a una serie de normas que la esclavizan y la mantienen en permanentemente en un alto nivel de preocupación con el cuerpo y la estética (Alvarado y Sancho, 2011, p.10).

58 En un sentido sociocultural, se ha permitido que la imagen corporal de las personas, en especial la imagen femenina, sea más importante que cualquier otra cualidad: honestidad, responsabilidad, experiencia y/o estudios profesionales, ganas de superación, buena disposición, cantidad de valores que quedan empequeñecidos por “la belleza” (Alvarado y Sancho, 2011, p. 10).

59 “La anorexia nerviosa es un trastorno del comportamiento alimentario caracterizado por una pérdida significativa del peso corporal (superior al 15%), habitualmente fruto de la decisión voluntaria de adelgazar. El adelgazamiento se consigue suprimiendo o reduciendo el consumo de alimentos, especialmente „los que engordan“, y con cierta frecuencia mediante vómitos auto-inducidos, uso indebido de laxantes, ejercicio físico desmesurado, consumo de anorexígenos y diuréticos, etc.” (Toro, 1996, p. 7).

60 La bulimia nerviosa o atracones es un trastorno del comportamiento alimentario caracterizado por la presencia de episodios críticos en los que la persona afectada ingiere cantidades de alimento significativamente superiores a lo que es normal ingerir en circunstancias similares, haciendo que la persona se provoque el vómito. (Toro, 1996, p.11).

325), sobre todo en la adolescencia, como “etapa crítica en la construcción de una identidad personal global y, por lo tanto, también en la formación de cánones sociales establecidos” (Sánchez, 2010, p. 65).

Otros ejemplos de conductas riesgosas son, la conducta antisocial<sup>61</sup>, las conductas agresivas, la inactividad física que conlleva a problemas de salud y obesidad, el abandono de los estudios, la comisión de delitos, la adicción a redes sociales, entre otras; las que, al ser difundidas con representaciones positivas o sin nombrar lo negativo por los medios de comunicación, puede normalizarse (Martínez, 2004), ya que, por ejemplo, la televisión es “un medio de comunicación que da lugar al surgimiento de figuras que llegan a ser referentes sociales que influyen en el modo de actuar de los sujetos sociales” (Fernández, 2018, p. 149).

Al respecto, se determinó que la publicidad que se difunde en medios, puede influir y modificar las actitudes y los valores de la población, especialmente en las poblaciones más jóvenes (Instituto Nacional de Investigación de Drogodependencias [INID] 2003). Por ello, “la publicidad de drogas legales (alcohol, tabaco y fármacos) contribuyen de forma directa al aumento del consumo” (Sánchez y García, 2009. p. 43).

“El riesgo principal de esta práctica está en que los medios pueden transmitir la idea a los adolescentes de la ausencia de riesgo en el consumo de licor” (Grube y Waiters, 2005, p. 16), lo mismo puede ocurrir con el consumo de droga cuando en el medio se presentan modelos de conducta fundamentados en consumos abusivos, sin mostrar las consecuencias negativas (Agencia de Noticias de los Derechos de la Infancia [ANDI] y Secretaría Nacional de Justicia, 2006). Así mismo, cuando se “transmite un concepto de belleza directamente ligado con el atractivo físico y vinculándolo al éxito profesional y social, y las subyuga a obtener una apariencia acorde con estos cánones así impuestos” (García y Hernández-Ramírez, 2022, p. 82).

En este contexto, es “de importancia fundamental que los medios de comunicación de masas, como espacios públicos clave para la construcción de la identidad de niños y adolescentes, contribuyan a la clasificación por edades de los contenidos que trasmiten” (ANDI y Secretaría Nacional de Justicia, 2006, p. 89).

---

61 Los medios pueden contribuir a la normalización de conductas antisociales, es decir, aquellas que violan los derechos de los demás, afectan el bienestar colectivo o contravienen las normas establecidas de convivencia. Una conducta antisocial “se caracteriza, en general, por presentar conductas agresivas repetitivas, robos, provocación de incendios, vandalismo, y, en general, un quebrantamiento serio de las normas en el hogar y la escuela”. (Peña, 2011, p. 13). Si bien es cierto las conductas antisociales pueden ser atribuida a diversos factores, como problemas familiares, económicos o psicológicos, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la propagación de ciertos patrones de comportamiento, ya que para muchos la televisión es la única fuente de información (Peña, 2011, p. 1515). Los contenidos violentos mediáticos, especialmente de la televisión y los videojuegos, pueden provocar conductas agresivas en la vida real, (Bringas, 2008, p. 94), es decir que la exposición constante a la violencia en los medios puede provocar efectos negativos de estas conductas en la vida real.

Tomando en cuenta que La LOC, en su Art. 65, regula la programación en franjas horarias y restringe la difusión de contenidos que puedan promover conductas riesgosas, protegiendo especialmente a las audiencias más vulnerables, como niñas, niños y adolescentes; y que, en el ámbito internacional, el Art. 17 de la Convención sobre los Derechos del Niño insta a los medios a contribuir a la difusión de contenidos que promuevan el bienestar de los niños, evitando mensajes perjudiciales; los medios de comunicación social, como parte de su responsabilidad social deben cuidar que no se exponga a NNA a contenidos mediáticos cuyo contenido, puedan alterar su diario vivir, su nivel de desarrollo y cognición, así como en el que se exponga modelos de referencia nocivos o perjudiciales.

## **6. Procedimiento**

### **6.1 Lineamientos generales**

- Cada contenido comunicacional es diferente en su estructura, género, formato, naturaleza, composición, extensión, etc., por lo que requiere un análisis acorde a sus especificidades.
- La unidad de análisis de los contenidos reportados como que presuntamente vulneran derechos es el discurso<sup>62</sup>.
- Cada análisis tomará en cuenta la existencia de discursos protegidos por la libertad de expresión.
- Para la realización de los análisis se tomará en cuenta tanto el ámbito connotativo como denotativo de los discursos.
- Los análisis utilizarán un enfoque interseccional, de derechos, género, intercultural, entre otros, dependiendo de la especificidad del caso.
- Los análisis de contenidos se realizarán en cumplimiento de estándares nacionales e internacionales de derechos humanos en relación a libertad de expresión y derechos a recibir una información de calidad.
- Se analizará la narrativa y composición de los discursos que difunde el contenido. Se analizarán con base en estrategias de análisis de elementos multimodales, semióticos, discursivos, legales, etc. que puedan ser argumentados de manera académica.
- Se utilizará citación APA.

---

<sup>62</sup> El discurso tiene una dimensión fundamental: ser un fenómeno práctico, social y cultural. Los usuarios del lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en la interacción social. La interacción social a su vez, está enmarcada en diversos contextos sociales, tales como reuniones, encuentros institucionales entre otras formas culturales (Mengo, 2004, p. 1).

La estrategia de análisis se relaciona con la interpretación del modo, que implica estudiar desde diversos elementos metodológicos y procedimientos, los lenguajes y las estrategias discursivas alrededor de fenómenos relacionados con la vulneración de derechos. En este sentido, el proceso busca dar cuenta si ¿el contenido comunicacional vulnera? ¿qué derechos vulnera? ¿de qué manera se vulnera? ¿qué elementos discursivos presenta el contenido que pudieran afectar a la dignidad, imagen, honra o protección integral del NNA, entre otras vulneraciones de derechos conexos.

A partir de estas interrogantes se articularán los componentes jurídicos y académicos, que orienten el proceso de análisis realizado por el Consejo de Comunicación. Es decir, una vez ubicada la presunta vulneración, se realizará caracterizará el contenido procediendo a argumentar detalladamente las implicaciones de lo difundido.

## 6.2. Proceso de Informe Técnico de Verificación de Alertas Frente a Otras Vulneraciones (ITVOV)

El proceso de análisis empieza con la solicitud de informe técnico de otras vulneraciones, misma que se realiza de dos maneras:

1. **Por solicitud externa (solicitud ciudadana):** Sea de un ciudadano, ciudadana, colectivo o grupo, quien requiere se realice el análisis del contenido debido a que se siente vulnerado en sus derechos o por una autoridad pública para valoración de caso.
2. **Por solicitud interna (alerta de monitoreo):** Sea por monitoreo, cuando la Dirección Técnica de Monitoreo y Seguimiento a los Contenidos alerta sobre la difusión de un contenido que presuntamente vulnera; o por disposición de la máxima autoridad en cuanto es un caso coyuntural que provoque la atención pública.

En cualquiera de los dos casos, la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos remite a la DTEC el “Informe de verificación y transcripción de contenidos” en el que se exponen los detalles de la presunta vulneración de derechos y las consideraciones por las que fue reportado para análisis, así como la transcripción del mismo, datos que permiten conocer la naturaleza y características del contenido reportado, actores involucrados, ámbito en el que surge, franja horaria en la que se difunde, así como las variables de vulneración: dignidad humana, principio e interés de NNA, Identidad, imagen, datos personales, tratamiento informativo, etc.

Una vez que el contenido es remitido para análisis, se realizan los siguientes pasos:

### 1. Mesa técnica interdisciplinaria

Conformada por personal de la Dirección Técnica de Evaluación de Contenidos del

Consejo de Comunicación, con perfil de comunicadores y antropólogos con conocimientos diversos (derechos humanos, género e imagen), quienes revisan a profundidad el contenido y exponen los elementos que, desde su enfoque de conocimiento y experiencia, identifican como presuntamente vulneradores de derechos, argumentando el motivo por el que son considerados como tal.

Esta mesa técnica permite establecer parámetros y características del análisis a realizarse. Por ello, es necesario que previamente a esta reunión, las personas que integran el equipo de analistas/especialistas a participar en el informe técnico de verificación hayan revisado a profundidad el material referido para el análisis.

Terminada la mesa técnica se emite un acta en la que se indican todos los acuerdos establecidos en la mesa técnica con responsables y fechas de cumplimiento.

Esta acta constituye un documento guía para la elaboración del Informe, así como para solicitar la normativa y jurisprudencia que respalde la vulneración existente a la Dirección Técnica de Regulación.

El acta de la mesa técnica tiene el siguiente formato:

**Tabla Nro. 4**

**Formato de acta para la mesa técnica interdisciplinaria**

 <p>ACTA DE REUNIÓN DIRECCIÓN TÉCNICA DE EVALUACIÓN DE CONTENIDOS</p> <p>Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación</p>			Lugar:
Año	Mes	Día	
Tema:		Hora Inicial:	Hora Final:
Agenda:			
GENERALIDADES Y DESARROLLO DE LA AGENDA			
1.			
2.			
3.			
4.			
COMPROMISOS	FECHAS	RESPONSABLES	
NOMBRES	CARGO	FIRMA	

## **2. Solicitud de marco normativo**

Una vez establecidos los parámetros de vulneración y análisis, en el acta de la mesa técnica se solicita, vía correo electrónico, a la Dirección Técnica de Regulación, su apoyo en la búsqueda y elaboración del marco normativo del informe técnico, así como la jurisprudencia existente respecto al motivo de vulneración identificado en la mesa técnica.

La Dirección Técnica de Regulación envía este insumo, mismo que formará parte del Informe Técnico de Verificación de Otras Vulneraciones en el apartado denominado: “Marco Normativo”.

## **3. Elaboración del Informe Técnico de Verificación de Alertas Frente a Otras Vulneraciones.**

Una vez que se ha identificado en el acta de la mesa técnica las características trascendentales del contenido, el tipo, intensidad y dimensiones de vulneración, se procede a realizar el Informe Técnico de Contenido de Verificación de Otras Vulneraciones, mismo que tendrá los siguientes apartados:

### **6.3 Estructura del ITVAOV**

#### **1. Antecedentes:**

Apartado en el que se explica la forma en que se recibió la solicitud de informe técnico, la fecha en que ingresó, detalles de la solicitud (si es pedido ciudadano o contenido reportado por monitoreo interno), la trazabilidad de la solicitud, los resultados de la reunión de directores y coordinador, y la fecha en que se inicia el análisis. Es decir, se contextualiza la base sobre la que se construye el Informe Técnico de Verificación de Otras Vulneraciones.

#### **2. Desarrollo:**

En este ítem se redacta un resumen del caso a analizar, indicando las particularidades específicas del mismo. Se acompaña de una transcripción literal del contenido, en el siguiente formato:

**Tabla Nro. 5**

**2. 1 Transcripción**

<b>NOMBRE DEL MEDIO</b>	
Imagen del contenido o <i>print</i> de pantalla de las partes que muestren la presunta vulneración:	<b>Título:</b>  <b>Subtítulo:</b>  <b>Cuerpo de la nota / desarrollo del audiovisual:</b>

**2. 2 Consideraciones legales**

En esta parte se ubica la normativa respecto al presunto motivo de vulneración que se solicitó después de la mesa técnica a la Dirección Técnica de Regulación. Se conforma por:

**2.2.1 Marco normativo**

En este apartado se ubica los nombres de las leyes y artículos, así como los casos de jurisprudencia, tanto a nivel nacional como internacional, que pueden sustentar legalmente la vulneración identificada en el caso de análisis.

**2.2.2 Determinaciones de derecho**

En este ítem se relaciona los hechos hallados en el contenido frente a lo que establecen las leyes, tanto a nivel nacional como internacional. Es decir, se expone la manera en que se aplica el derecho en la supuesta vulneración realizada en el contenido.

**2. 3 Consideraciones técnicas**

Esta parte expone los hallazgos encontrados por los técnicos en el contenido, una vez que se ha aplicado el análisis multimodal del discurso.

Estas consideraciones se presentan en un punteado que puede presentar varios apartados en los que se identifica y explica cada hallazgo. De ser necesario (no hay información al respecto, las particularidades del caso no han sido investigadas,

etc.), se realiza una segunda mesa técnica interdisciplinaria para revisar los avances y cruzar los hallazgos. En estos casos específicos (complejos), el equipo de análisis podrá solicitar la realización de consultas y entrevistas a expertos en los temas que se aborde en el análisis.

#### **2.4 Conclusiones (Legales y Técnicas)**

En este ítem se presenta, de manera sintetizada, los resultados principales tanto del análisis técnico como del apartado legal, destacando los hallazgos de vulneración o no de derechos.

#### **3. Bibliografía**

Esta parte presenta en una lista de manera alfabética todas las fuentes utilizadas para la elaboración del informe técnico de verificación de Otras Vulneraciones, se incluye libros, artículos, páginas web, etc. como una manera de dar crédito a los autores originales, demostrar la profundidad del trabajo de análisis y permitir a quien lo necesite, utilizar la información bibliográfica existente.

#### **4. Referencias legales**

En este apartado se ubican, también en orden alfabético, los autores de textos legales utilizados: leyes, casos, reglamentos, y otros documentos legales, todos aquellos que se citaron como fuente y que son esenciales para la interpretación y aplicación del marco legal.

#### **5. Firmas de Responsabilidad**

Este ítem consta de un cuadro en el que se ubica el nombre, cargo y firma de las personas que elaboraron, revisaron y aprobaron el documento, como se puede ver a continuación:

**Tabla Nro. 6**

Acción	Nombre/Cargo	Firma
Aprobado	XXX <b>Coordinador/a General de Desarrollo de la Información y Comunicación</b>	
Revisado	XXX <b>Director/a Técnica de Evaluación de Contenidos</b>	
Elaborado	XXX <b>Analista de Evaluación de Contenidos</b>	

**7. Estrategia Metodológica:**

**7.1 Pasos para realizar el Informe Técnico de Verificación de Alertas Frente a Otras Vulneraciones (ITVAOV)**

- 1.** Leer, escuchar o ver varias veces el contenido comunicacional e identificar en las narrativas y discursos, elementos que pueda vulnerar derechos de las personas (a la imagen, la identidad, la honra, el honor, privacidad, principio de protección a NNA; etc.).
- 2.** Identificar el tipo de vulneración, los posibles derechos afectados y la persona, grupo o grupos a los que afecta lo difundido mediáticamente.
- 3.** Participar en la mesa técnica interdisciplinaria para escuchar, aportar y acoger, las diferentes implicaciones de lo difundido; y, agrupar, acorde a las vulneraciones y derechos afectados, expuestos y discutidos por los diferentes técnicos, en puntos específicos, lo que se va a desarrollar para argumentar de forma sistemática, técnica y académica los diferentes elementos que vulneran derechos encontrados.
- 4.** Revisar literatura académica respecto al tipo de vulneración encontrada y la forma como su difusión en medios de comunicación afecta los derechos de las personas.
- 5.** Argumentar cada punto aplicando el análisis multimodal del discurso.
- 6.** Triangular los elementos del contenido con los derechos de las personas y la posible vulneración realizada, para identificar si discursivamente se afecta o no esos derechos y de qué manera.
- 7.** Elaborar conclusiones del punteado indicando si existe o no vulneración de derechos.
- 8.** Lectura interna previo al envío al Director/a.
- 9.** Incorporación de sugerencias del Director/directora previo al envío a la Coordinación General de Desarrollo de la Información y Comunicación.

**7.1. 1 Análisis multimodal del discurso**

Como estrategia metodológica para el estudio de contenidos que presuntamente vulneran derechos a la dignidad humana (honra, identidad, imagen, datos personales, tratamiento informativo, intimidad, etc.) se propone el análisis multimodal del discurso, puesto que permite un estudio integral del contenido, ya que, la multimodalidad concibe a la comunicación y la representación como algo más que una cuestión de lenguaje, como algo que atiende a la totalidad de formas comunicativas que utilizan las personas: imagen, gestos, miradas, posturas, etc., así como a las relaciones entre ellas (Jewitt, 2009).

Se parte de la premisa que “los seres humanos tenemos a disposición una gran variedad de sistemas semióticos<sup>63</sup> a través de los cuales representamos, comunicamos, interactuamos y construimos significados” (van Leeuwen, 2005; Poulsen, 2015<sup>a</sup> como se cita en Londoño, 2023).

Cada uno de estos sistemas constituye un potencial de significado, es decir, un conjunto de opciones disponibles, organizadas teóricamente como una red de paradigmas. Esta red representa la capacidad de significación que un hablante tiene por ser miembro de una comunidad determinada (Halliday, 1978, 1982; Halliday y Matthiessen, 2004; Ghio y Fernández, 2008; Menéndez, 2010, 2017 como se cita en Londoño, 2023, p. 48).

Es decir, todo acto comunicativo involucra el uso de sistemas semióticos y, las formas de comunicación van ligadas a distintos modos. Estos sistemas semióticos “se organiza mediante modos semióticos<sup>64</sup> que se ensamblan para formar discursos (...). [Así], la integración de sistemas, modos, recursos y medios es la base en la que se fundamenta la multimodalidad para estudiar la comunicación” (Kress y Bezemer, 2009; Machin, 2013 como se cita en Londoño, 2023, p. 48).

Entonces, para que exista multimodalidad debe haber más de un modo implicado en el objeto de análisis, entendido como un recurso semiótico<sup>65</sup> con diferentes potenciales para producir significados (Kress, 2010).

Por ello, los análisis de discurso han incorporado el postulado de que los textos son inherentemente multimodales, inclusive promoviendo el enfoque de que, todo acto comunicativo es de naturaleza multimodal o multisemiotico<sup>66</sup> (Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016; Kress, 2010; O'Halloran y Lim, 2014).

Aun cuando se pueda pensar que los textos no son más que palabras hiladas de manera cohesiva en una página, la realidad muestra que otros recursos semióticos también participan en la creación de significado en estos textos. Artefactos comunicativos tan comunes como una noticia, un afiche publicitario o la portada de un libro son claras

---

63 Estos sistemas semióticos “son un conjunto de signos o elementos que se relacionan entre sí para representar algo y comunicar un mensaje, utilizando reglas o convenciones. Estos sistemas son fundamentales para la forma en que entendemos el mundo y nos comunicamos dentro de una cultura” (van Leeuwen, 2005; Poulsen, 2015<sup>a</sup> como se cita en Londoño, 2023).

64 “El modo se refiere, en un sentido amplio, a cualquier elemento que produzca significado en un contexto social, como el habla, la escritura, la narrativa, la imagen, el color, la música, el gesto, el gusto o el tacto, entre otros. Esto implica que los modos no son categorías inmutables, sino que evolucionan y se adaptan a medida que las comunidades que los utilizan se desarrollan y cambian” (Londoño, 2023, p. 52).

65 Término utilizado para referirse al significado potencial de los recursos materiales, que se desarrollaron y acumularon con el tiempo a través de su uso en una comunidad particular y en respuesta a ciertos requisitos sociales de dicha comunidad (Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016, p.159).

66 La multimodalidad en semiótica social se refiere al estudio de cómo múltiples modos semióticos (como el lenguaje verbal, visual, auditivo, etc.) se combinan para crear significado en la comunicación. La multísemiosis es la aplicación de la semiosis a través de múltiples modos semióticos. Implica la interacción y la interdependencia de diferentes sistemas de signos para generar significado. En resumen, la multísemiosis explora cómo los diferentes sistemas de signos se utilizan juntos para construir significado en contextos sociales (Parodi, 2010, p. 42).

evidencias de esto. Por ejemplo, una noticia viene generalmente acompañada de una captura que representa el evento acontecido, los afiches hacen uso efectivo de colores e imágenes representativas de lo que se promociona, y la portada de un mismo libro puede contar con distintas ediciones, dependiendo del tiempo en el que se publicó y la audiencia que se espera alcanzar. De igual manera, los textos orales son esencialmente multimodales. Una simple conversación se ve naturalmente acompañada de gestos y, en el caso de situaciones comunicativas más formales, como una ponencia, es de esperar que se utilicen imágenes o videos de apoyo (Cárcamo, 2018, p. 147).

Así, se ha identificado que un método multimodal de análisis de discursos, proporciona una mirada amplia y holística del objeto de estudio, pues no considera como exclusiva unidad de análisis al lenguaje, sino también otros elementos como imágenes, gestos, música, acciones, sonidos, etc. (O'Halloran, 2012).

El análisis de discurso multimodal se ocupa de la teoría y del análisis de los recursos semióticos<sup>67</sup> y de las expansiones semánticas que tienen lugar a medida que, en los fenómenos multimodales, se combinan las diferentes opciones semióticas disponibles. Las relaciones ‘inter-semióticas’ (o inter-modales) que surgen a partir de la interacción de las opciones semióticas, conocidas como intersemiosis, constituyen un área central de los estudios multimodales (Jewitt, 2009 como se cita en O'Halloran, 2012, p. 76).

Este enfoque interdisciplinario considera que el uso de diferentes modos semióticos, inciden en la producción e interpretación de sentido, por ejemplo, en un texto, la tipografía de letras, los tipos de imágenes, el trazo de los dibujos, etc. (Cárcamo, 2018; Jewitt, 2009; O'Halloran, 2012; Portal de lingüística hispana, s/f). Entonces,

La multimodalidad asume que la representación y la comunicación siempre se basan en una multiplicidad de modos, todos los cuales contribuyen al significado. Se enfoca en analizar y describir todo el repertorio de recursos de creación de significado que las personas usan (visual, hablado, gestual, escrito, tridimensional y otros, dependiendo del dominio de representación) en diferentes contextos, y en el desarrollo de medios que muestran cómo se organizan para dar sentido. (Bezemer, 2012, p. 1)

---

<sup>67</sup> Se utilizará la expresión recursos semióticos para recursos semióticos para describir los recursos (o modos) (es decir el lenguaje, las imágenes, la música, la gestualidad y la arquitectura) que se integran en forma transversal en modalidades sensoriales (por ejemplo, visual, auditiva, táctil, olfativa, gustativa, química) en los textos, discursos y actividades multimodales, a los que llamaremos colectivamente fenómenos multimodales (O'Halloran, 2012, p. 76).

La multimodalidad asume que los recursos semióticos<sup>68</sup> se configuran socialmente a lo largo del tiempo para convertirse en significado y, debe existir un sentido cultural compartido dentro de una comunidad para que tengan sentido, ya que las personas orquestan el significado a través de su selección y configuración de modos, poniendo de relieve la importancia de la interacción entre los modos. Por lo tanto, todos los actos de comunicación están conformados por las normas y reglas que operan en el momento de la fabricación de signos, y están influenciados por las motivaciones y los intereses de las personas en un contexto social específico (Bezemer, 2012).

La comunicación multimodal contempla, dentro de los modos de comunicación, los distintos recursos que se pueden usar, tales como: la imagen, el texto escrito, la disposición de la información, la música, los gestos, la lengua oral, imágenes en movimiento u objetos 3D, entre otros. por lo tanto, se cuestiona la idea de que representar algo sea equivalente a ponerlo en un código o codificar, más bien se relaciona con diseñar de manera deliberada la creación de significado (*meaning making*), es decir, dar forma a un significado mediante los recursos disponibles para los usuarios que toman un rol activo en una tarea creativa más que de simple reproducción. De este modo se propone la creación de un paisaje multimodal en el que la centralidad del lenguaje verbal queda relegada para dar lugar a una experiencia en la que, (...) el significado es producido, distribuido, interpretado y (re)aprovechado a través de muchos modos de representación y comunicación (Heras, 2024, p. 2).

A continuación, se expone la clasificación de modos semióticos que el análisis multimodal utiliza:

---

68 Los modos semióticos se estructuran mediante recursos semióticos (Kress y van Leeuwen, 2001; Kress, 2009, 2010; Jewitt et al., 2016 como se cita en Londoño, 2023, p. 61) los cuales son elementos interconectados que se utilizan dentro de cada modo para representar, comunicar y significar. Los recursos suelen ser heterogéneos debido a que las comunidades desarrollan diversas formas de expresar elementos semióticos generales. Así, en el modo oral, este elemento se comunica a través del léxico y la entonación; por ejemplo, un hablante puede enfatizar una palabra utilizando categorías gramaticales como el adverbio muy o aplicando un tono específico. En el modo escrito, la intensidad también puede manifestarse por la vía del léxico. En el modo tipográfico, se expresa por intermedio de la forma de los tipos (MAYÚSCULA) o el estilo de los tipos (negrita). En el modo cromático, se transmite mediante la modulación de los niveles de saturación del color. En el modo kinésico, se manifiesta a través de expresiones faciales o de la velocidad del movimiento de las manos (Bezemer y Kress, 2014). Es importante resaltar que los recursos de un modo no son estáticos. Por el contrario, están sujetos a una continua evolución tanto en términos de sus componentes como de su significado. Esta dinámica de cambio no solo impacta la estructura de cada recurso, sino que además influye en su uso y en la forma en que se interpreta (Londoño, 2023, p. 61).

**Tabla Nro. 1**

**Clasificación de los modos semióticos**

Modos semióticos
Lenguaje, imagen, música, sonido, gesto
Sonido, música, imagen, lenguaje
Signos pictóricos, signos escritos, signos hablados, gestos, sonidos, música, olores, sabores, tacto. Lenguaje escrito, lenguaje oral, imágenes, música, sonido.
Imagen escrita, lengua oral, representación visual, representación audio, representación táctil, representación gestual, representación para uno mismo, representación espacial.
Lenguaje, imagen, color, tipografía, música, calidad vocal, vestimenta, gestos, recursos espaciales, perfume, cocina y/o arte culinario
Imagen, escritura, música, gesto, habla, imagen en movimiento, banda sonora, objetos en 3D
Materiales, espaciotemporales, sensoriales
Imagen, escritura, diseño, gesto, habla, postura, posición espacial
Visual- verbal, visual- gráfico
Oral, escrito, tipográfico, icónico, cromático, musical, táctil, olfativo, gustativo, kinésico, proxémico

**Nota:** Tomado de “Descifrando el rompecabezas: sistemas, modos, recursos y medios en la multimodalidad”, por Oscar Londoño, 2023, p. 53.

### **7.1.2 Procedimiento de solicitud de ITVov**

#### **Requerimiento de determinación de posibles otras vulneraciones**

Previa solicitud ciudadana o por monitoreo interno, el Consejo de Comunicación realizará el análisis de contenidos generados y difundidos por los medios, establecidos como tal en la Ley Orgánica de Comunicación vigente, los cuales presuntamente vulneran derechos a la dignidad humana (exposición de la identidad, imagen o privacidad de las personas; lenguaje inadecuado, exposición de datos personales, tratamiento informativo, afectación a la intimidad; etc.)

#### **¿Qué necesito para hacer el trámite?**

1. Generar la solicitud de análisis de posible contenido que presuntamente vulneran derechos a la dignidad humana (exposición de la identidad, imagen o privacidad de las personas; lenguaje inadecuado, exposición de datos personales, tratamiento informativo, afectación a la intimidad; etc.). Solicitud que puede realizarse de manera presencial, acudiendo a la Secretaría General del Consejo de Comunicación o de manera digital, para lo cual es necesario mantener un correo electrónico activo, e ingresar a la página web del Consejo, en el siguiente hipervínculo:

<https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/servicios/?fbclid=IwY2xjawKuhRNleHRuA2F>

<IbQIxMABicmlkETE1cU51UGJuQTBzajRGQjFiAR5VXPAYq1qCOcpc8JV6UcXJ2jNcONDNno0>

[EeB4\\_fonV\\_OCwCbKloNyDsk4ajg\\_aem\\_Y1JfBaWa0YRNvsPLlaVPMw](EeB4_fonV_OCwCbKloNyDsk4ajg_aem_Y1JfBaWa0YRNvsPLlaVPMw)

**¿Cómo hago el trámite?**

1. Identificar el presunto contenido que presuntamente vulneran derechos a la dignidad humana.
2. Presentar la solicitud de manera virtual o presencial en el formulario establecido.
3. Recibir respuesta a través de la plataforma gob.ec o al correo electrónico del solicitante.

**¿Cuál es el costo del trámite?**

Este no tiene costo

**¿Dónde y cuál es el horario de atención?**

- Quito, Av. 10 de agosto N34-566 y Juan Pablo Sanz, edificio del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.
- Horario: lunes a viernes de 8h00 a 16h30.

**¿Cuál es el contacto para atención ciudadana?**

Email: [info@consejodecomunicacion.gob.ec](mailto:info@consejodecomunicacion.gob.ec)

Teléfono: 02-3938720

**¿Cómo es el formato de solicitud de Informe técnico de verificación de otras vulneraciones?**

El formato es muy sencillo, es el que se coloca a continuación:

**SOLICITUD DE ANÁLISIS DE CONTENIDOS**

DATOS DEL SOLICITANTE					
Nombre del solicitante	Nombres completos de la persona natural o jurídica				
Fecha de la solicitud					
Número de documento de identificación (Cédula, RUC o Pasaporte)					
Números de contacto	Celular: Convencional:				
Dirección	Calle principal, calle secundaria y número de casa o edificio + referencia				
Correo electrónico					
DATOS ESPECÍFICOS DE LA SOLICITUD					
Tipo de medio en el que se emitió el contenido a analizar (coloque una X)	Televisión	Radio		Impreso	

**METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA VERIFICACIÓN DE OTRAS  
PRESUNTAS VULNERACIONES DE DERECHOS A LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

---

<b>Nombre del medio de comunicación que emitió el contenido</b>		
<b>Fecha de difusión</b>		
<b>Detalle del contenido</b>	Contenido de audio o audiovisual  (Radio o televisión)	Nombre del programa:  Hora de inicio del programa: ____:  Hora de fin del programa: ____:  El contenido que vulneró mis derechos se emitió desde el minuto ___ con ___ segundos, hasta el minuto ___ con ___ segundos del programa mencionado.
	Contenido impreso	Nombre del material impreso:  Nombre de la sección en la que se emitió el contenido:  Texto específico de la posible vulneración:  <i>(Transcribir textualmente el contenido que se solicita analizar o adjuntar copia/escaneado de la nota a analizar).</i>
<b>Tipo de vulneración (coloque una X)</b>	Contenido discriminatorio (detalle al final de esta solicitud)	
	Contenido violento	
	Contenido sexualmente explícito	
	Publicidad discriminatoria, violenta o sexualmente explícita	
	Protección de niñas, niños y adolescentes (detalle al final de esta solicitud)	
	Tratamiento informativo (detalle al final de esta solicitud)	
<b>Detalle de la posible vulneración</b>	<i>Describir la razón por la que el contenido especificado incurre en la o las vulneración/es seleccionada/s:</i>	

**DETALLE DE LOS TIPOS DE VULNERACIÓN**

**Tipos de discriminación:**

Art. 61.- Para los efectos de esta Ley, se considerará contenido discriminatorio toda apología de odio nacional, racial o religioso que constituya incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional. (LOC, 2024)

Art. 62.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio. (LOC, 2024)

**Protección de niñas, niños y adolescentes:**

## METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA VERIFICACIÓN DE OTRAS PRESUNTAS VULNERACIONES DE DERECHOS A LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

---

**Art. Innumerado después del 25.-** No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho constitutivo de infracción penal, sea que se haya iniciado o no un proceso judicial. La misma prohibición opera para proteger la identidad e imagen de las víctimas de violencia de género, incluidas las víctimas de femicidio y otras muertes violentas por razones de género. Se exceptúan los testimonios de las víctimas indirectas que voluntaria y explícitamente dan su autorización para que los medios de comunicación cubran sus casos, siempre que sean estos mayores de edad. (LOC, 2024)

- Re victimización en casos de violencia física, sexual, intrafamiliar, accidentes, sicológica.
- Exhibición de imágenes de menores de edad relacionados en hechos delictivos.
- Exhibición de imágenes de menores de edad en situación de calle.
- Exhibición de imágenes sexuales de menores de edad.
- Vulneración del derecho de identidad de menores de edad en situación de riesgo.
- Publicidad inadecuada en programas infantiles.
- Trato peyorativo para referirse a los niños, niñas y adolescentes.

**Tratamiento informativo:**

- Equilibrio en el tiempo para contrastar dos puntos de vista.
- Uso de fuentes en la construcción de la información periodística.
- Uso preciso de fechas.
- Uso preciso de nombres.
- Uso preciso de cifras.
- Uso preciso de cargos y títulos.
- Descripción de los participantes del hecho informativo.
- Ubicación en tiempo y espacio.
- Vínculo de actores con hechos.
- Pronunciamiento sobre un proceso judicial a manera de sentencia.
- Presunción de inocencia.
- Exhibición o publicación de información reservada (no pública) durante el proceso de indagación previa.
- Muestra a una persona o colectivo como potencialmente peligroso para el orden social establecido con base en su origen, etnia, nacionalidad, edad, orientación sexual, o identidad de género.
- Representación exagerada y reiterativa de un hecho noticioso con un uso excesivo de recursos que distorsionan la realidad o la comprensión de la misma y puede generar naturalización o banalización del fenómeno.

### **Procedimiento de entrega de Informe Técnico de Verificación de Otras Vulneraciones**

Una vez que se incorporan los diferentes apartados, se realizan las conclusiones finales y se elabora la bibliografía, se envía el Informe Técnico de Verificación de Otras Vulneraciones (ITVOV) a revisión del Director/a de Evaluación de Contenidos, quien solicitará cambios, reducciones o ampliaciones.

El equipo realizará las modificaciones pertinentes que aporten a un mejor entendimiento del fenómeno analizado, sea en redacción o forma y remitirá el documento modificado en PDF y firmado para suscripción del Director/a.

El Director/a remitirá el documento al Coordinador/a General de Desarrollo de la Información y Comunicación para revisión y suscripción.

La o el Coordinador en mención remitirá el Informe Técnico de Otras Vulneraciones aprobado con su firma a la Presidencia del Consejo, donde se establecen dos posibilidades: vulnera derechos – se pone en conocimiento de la Defensoría del Pueblo; no vulnera derechos –

se remite a la Coordinación de Protección de derechos a la Dirección Técnica de Fortalecimiento para que se utilice en materiales de sensibilización y se archiva.

La o el Coordinador General de Desarrollo de la Información y Comunicación envía el Informe final, con todas las firmas al Director/a de Evaluación de Contenidos, para tener un original en archivo.

**Nota:** En el caso de que se identifique que el contenido tiene elementos de vulneración relacionados con discriminación, violencia o sexualidad explícita, este hallazgo se pondrá en conocimiento de las autoridades (Directo/a de Evaluación de Contenidos y Coordinador/a General de Desarrollo de la Información y Comunicación), con el objetivo de que se establezca nuevos lineamientos respecto al caso. Así mismo, se procederá a devolver la alerta a la Dirección Técnica de Monitoreo para que se reporte nuevamente tomando en cuenta los nuevos lineamientos.

## 8. Bibliografía

- Alcoba, A. (1988). Periodismo Gráfico (Fotoperiodismo). FRAGUA
- Agencia Española de Protección de Datos [Aepd]. (2024). La identidad como derecho. <https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/blog/la-identidad-como-derecho#:~:text=El%20derecho%20a%20la%20identidad%20tambi%C3%A9n%20est%C3%A1%20vinculado%20a%20la,tercero%2C%20sino%20a%20los%20ciudadanos>
- Agencia de Noticias de los Derechos de la Infancia [Andi] y Ministerio de Justicia, (2006). “Clasificación de obras visuales. Construyendo la ciudadanía en la pequeña pantalla”. Brasilia: Secretaría Nacional de Justicia. <https://andi.org.br/wp-content/uploads/2020/09/Clasificacion-de-obras-audiovisuales.pdf>
- Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la comunicación y la información. chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.um.es/tic/Txtguia/TCtema1.pdf>
- Alvarado, E. (2016). El honor en los medios de comunicación masiva y las redes sociales en el Chile actual. Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/139644>
- Alvarado, V. y Sancho, K. (2011). “La belleza del cuerpo femenino”. “*Wimblu, Revista electrónica de estudiantes de la Esc. De Psicología*”, Universidad de Costa Rica.
- Araya, S. (2002). Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. San José de Costa Rica: FLACSO. Obtenido chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://www.flacso.ac.cr/images/cuadernos/ccs\\_127.pdf](https://www.flacso.ac.cr/images/cuadernos/ccs_127.pdf)
- Asamblea Nacional de la Revolución Francesa. (1789). Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano. obtenido en chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://www.conseil-constitutionnel.fr/sites/default/files/as/root/bank\\_mm/espagnol/es\\_ddhc.pdf](https://www.conseil-constitutionnel.fr/sites/default/files/as/root/bank_mm/espagnol/es_ddhc.pdf)
- Ávila-Cabrera, J, (2015). Propuesta de modelo de análisis del lenguaje ofensivo y tabú en la subtitulación. Verbeia: Revista de Estudios Filológicos, pp. 8-27, <https://eprints.ucm.es/50076/>
- Azzaro, G. (2005) Four-Letter Films: Taboo Language in Movies. Aracne.

- Baeza, S. (2003). El derecho al honor. Obtenido en: <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/114513>
- Balbuena, L. (2014). Teoría de la Representación Simbólica en la Comunicación Gráfica. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Bazán, C, y Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5645337>
- Belloch, A y Olabarria, B. (1993), El modelo bio-psico-social: Un marco de referencia necesario para el psicólogo clínico. *Revista Clinical and Health* 4 (2). pp: 181-190. <https://journals.copmadrid.org/clysa/art/812b4ba287f5ee0bc9d43bbf5bbe87fb>
- Bernad, E. (2010). Illicitud de las representaciones degradantes y humillantes del cuerpo femenino en la publicidad. Especial referencia a la anorexia. *Revista Icono* (14), pp: 186-207.
- Bezemer, J. (2012, 16 de febrero) ¿Qué es multimodalidad? <https://es.scribd.com/document/377506108/QUE-ES-MULTIMODALIDAD-docx>
- Bezemer, J., y Kress, G. (2014). Touch: A resource for making meaning. *Australian Journal of Language and Literacy*, 37(2), 77-85.
- Bidart, G. (1998). Manual de la Constitución Reformada I. Buenos Aires: Ediar.
- Bringas, C., Ovejero, A., Herrero, F. J., y Rodríguez, F. J. (2008). Medios electrónicos y comportamiento antisocial en adolescentes. *Revista Colombiana de Psicología*, (17), 93-104.
- Broseta, B., Escribá, A., López, G., Maudos, T. y Pascual, F. (2023). El sector de los medios de comunicación y la revolución digital. En Pérez, F. (Dir.). Los medios de comunicación en la era digital. Fundación BBVA. chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcgkclefindmkaj/ [https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE\\_2023\\_MediosComunicacion\\_Ivie.pdf](https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf)
- Buxarrais, M.R. y Tey, A. (2007). El lenguaje televisivo soez como indicador ético de la cultura de una sociedad. En: Quaderns del CAC, (28). <https://www.mariarosabuxarrais.com/publicaciones/articulos/>

- Cabanellas de Torres, G. (2003). Diccionario Jurídico Elemental. Heliasta. <https://unidaddegenerosgg.edomex.gob.mx/sites/unidaddegenerosgg.edomex.gob.mx/files/files/Biblioteca%202022/G%C3%A9nero%20Sociedad%20y%20Justicia/GSJ-11%20Diccionario%20juri%CC%81dico%20elemental.%20Guillermo%20Cabanellas%20de%20Torres.pdf>
- Campbell, J. (1989). El hombre gramatical: Información, entropía, lenguaje y vida. Fondo de Cultura Económica.
- Cárcamo, B. (2018). El análisis del discurso multimodal: una comparación de propuestas metodológicas. *Forma y Función Vol. 31(2)*, 145-174.
- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación [Cordicom], (2017). Estudio multimodal de discursos y contenidos difundidos por los medios de comunicación: Una aproximación interdisciplinaria. Cordicom.
- Consejo de Comunicación, (2021). Compendio de principios generales sobre definición de calidad de contenidos. Consejo de Comunicación.
- Cassola, I. Pilati, A. Alderete, A. Godoy, J. (2005). Conductas de riesgo, expectativas hacia el alcohol y consumo de alcohol en adolescentes de la ciudad de Córdoba. En: Evaluar (5), pp. 38-54. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/revaluar/article/view/539/479>
- Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación [Clade], Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica [Aler] y Grupo de Estudios sobre Educación en Cárcel [Gesec]. (2015). Contextos de encierro, contextos de Derechos. Guía para Periodistas, Comunicadores y Comunicadoras. Brasil. Obtenido [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/74063/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/74063/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Comisión de Ayuda al Refugiado en Euskadi (03 de febrero de 2024). Principio del Interés superior del/a menor. En Diccionario de Asilo. <https://diccionario.cear-euskadi.org/principio-del-interes-superior-dela-menor/>
- Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas [CEAV]. (2017). Manual Cobertura de Hechos con Víctimas. CEAV: México D.F. obtenido en: chrome-extension://

efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/334077/Manual\\_periodistas\\_final\\_booklet\\_.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/334077/Manual_periodistas_final_booklet_.pdf)

Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2000). Antecedentes e Interpretación de la Declaración de Principios

Comité de los Derechos del Niño. (2013). Observación general Nº 14 (2013) sobre el derecho del niño a que su interés superior sea una consideración primordial (artículo 3, párrafo 1).

Congreso Nacional (2003). Código de la Niñez y Adolescencia. Ecuador. Art, 6-50-59, obtenido en: <https://www.refworld.org/es/leg/legislation/natlegbod/2003/es/126757>

Consejo Audiovisual de Andalucía, [CAA]. (2016). Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género. Recuperado de [http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1606/gui\\_a\\_violencia\\_de\\_genero.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1606/gui_a_violencia_de_genero.pdf)

Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, [Consejo de Comunicación]. (2021). Libertad de expresión y el derecho al honor y buen nombre. Análisis del caso del diario La Hora vs Subsecretaría Nacional de la Administración Pública [SSNAP]. Obtenido en: [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO\\_REP/621](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/621)

Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2020). “Los medios de comunicación social y la autorregulación: Franjas horarias, tipos de contenidos y educación compartida de los actores de la comunicación en el contexto normativo Ecuatoriano y Español”. Consejo de Comunicación, <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/los-medios-de-comunicacion-social-y-la-autorregulacion-franjas-horarias-tipos-de-contenidos-y-educacion-compartida-de-los-actores-de-la-comunicacion-en-el-contexto-normativo-ecuatoriano-y-espanola/>

Consejo de Igualdad. (30 de octubre de 2024). Código de la Niñez y Adolescencia: Consejo de Igualdad. Obtenido de [https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/codigo\\_ninezyadolescencia.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/codigo_ninezyadolescencia.pdf)

Convención Americana de Derechos Humanos, 22/11/1969. Suscrita en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos (B-32). Obtenido el 06/07/2024 <https://bit.ly/41BczWL>

- Corona, H. F., y Peralta, V. E. (2011). Prevención de conductas de riesgo. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 22(1). Obtenido en: <https://acortar.link/UqEf68>
- Cueto, S, Saldarriaga, V. y Muñoz, I., (2011). Conductas de riesgo entre adolescentes peruanos: un enfoque longitudinal. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLASCO). Obtenido en: [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/grade/20120223052104/30\\_cueto\\_saldarriaga\\_munoz](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/grade/20120223052104/30_cueto_saldarriaga_munoz).
- Declaración y Programa de Acción de Viena. 25/06/1993. Obtenido 28/10/2024 [https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Events/OHCHR20/VDPA\\_booklet\\_Spanish.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Events/OHCHR20/VDPA_booklet_Spanish.pdf)
- Defensoría del Pueblo de Ecuador [DPE] (2015). *Soporte teórico para introducción a los Derechos Humanos*. DPE.
- Defensoría del Pueblo de Ecuador, (2016). *¡Vivo mis derechos! Manual de implementación para facilitadores y facilitadoras*. DPE.
- De Santiago, M. (2010). Publicación de fotografías en el contexto de los medios de comunicación de masas. En Puebla. B y Pérez, P. (Coord.). Aplicaciones, experiencias y prospectivas de la fotografía. Universidad Rey Juan Carlos, 41-48.
- Díaz Cintas, J. y Remael, A. (2007) Audiovisual Translation: Subtitling. St Jerome Publishing.
- Díaz Cintas, J. (2012) Subtitling theory, practice and research. The Routledge Handbook of Translation Studies. University College London.
- El Defensor de les Persones Cataluña [SÍNDIC]. (2019). El tratamiento informativo de los menores en los medios de comunicación. Obtenido en: [https://www.sindic.cat/site/unitFiles/6220/Resum%20executiu\\_castella.pdf](https://www.sindic.cat/site/unitFiles/6220/Resum%20executiu_castella.pdf)
- Echeverría, D. (2020). El derecho al honor, la honra y buena reputación: antecedentes y regulación constitucional en el Ecuador. *Revista de Derecho*. 9 (I), pp. 209-230. <https://doi.org/10.31207/ih.v9i1.228>
- Embry, G. y Minichiello, M (2018). Reportaje Ilustrado. Del dibujo al periodismo: referentes técnicas y recursos. Editorial GG, chrome-extension://efaidnbmnnibpcapcglclefindmkaj/[https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425231384\\_inside.pdf](https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425231384_inside.pdf)

- European Union. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. European Union <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1/language-en>
- European Business School. (2025). Medios tradicionales vs Medios digitales. <https://www.ceupe.com/blog/medios-tradicionales-vs-medios-digitales.html#:~:text=Los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20tradicionales,de%20cuantificar%2C%20medir%20y%20gestionar>
- Fetzer, J. (2004). Information: Does it have to be true?. University of Minnesota Duluth.
- Fuente, C. (2008). Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia. En: Documentación de las Ciencias de la Información. Vol. 31, pp. 281-283, <https://core.ac.uk/download/pdf/38813549.pdf>
- Fuentes-Luque, A. (2014). El lenguaje tabú en la traducción audiovisual: Límites lingüísticos, culturales y sociales. Universidad Pablo de Olavide <http://cvc.cervantes.es/lengua/eaesla/pdf/01/70.pdf>
- García-Quintero, C. y Correa-Ramírez, C. (2022). Conductas y escenarios de riesgo en la adolescencia. Voces de adolescentes y sus padres en la ciudad de Medellín. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*. 13(2). pp. 559-585: <https://doi.org/10.21501/22161201.3832>
- González, J. (2005). *Conceptos introductorios al estudio de la información documental. La información, objeto de estudio en Ciencia de la Información*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Goñi, I. (2000). Algunas reflexiones sobre el concepto de información y su implicación para el desarrollo de las ciencias de la información. En: ACIMED (8), pp. 201 -207, <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v8n3/aci05300.pdf>
- Gros, H. (2003). La Dignidad Humana en los Instrumentos Internacionales sobre Derechos Humanos. En: Anuario de Derechos Humanos (4), pp. 193-223, <https://revistas.ucm.es/index.php/ANDH/article/view/ANDH0303110193A/20932>

- Heras, C. (2024). La multimodalidad en la comunicación. La construcción de significados en el aprendizaje de la oralidad en lenguas extranjeras. *Plurentes, Artes y Letras* (15), <chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://portal.amelica.org/ameli/journal/186/1865004013/1865004013.pdf>
- Hjelmslev, L. (1971). El Lenguaje. Editorial Gredos S.A.
- Hughes, G. (1991) Swearing: A Social History of Foul Language, Oaths and Profanity in English. Basil Blackwell
- Jay, T. (2009) The utility and ubiquity of taboo words. En: Perspectives on Psychological Science (4), pp. 153-161, <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Utility-and-Ubiquity-of-Taboo-Words-Jay/ce08eaf2cef490b8fed91e66b173bdf34fb2386c>
- Jewitt, C. Bezemer, J. y O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality*. Nueva York: Routledge.
- Jewitt, C. (Ed.). (2009). *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. University of London. London. [https://archive.org/details/routledgehandboo0000unse\\_a9b3/page/n4/mode/1up](https://archive.org/details/routledgehandboo0000unse_a9b3/page/n4/mode/1up)
- Jewitt, C., Bezemer, J. y O'Halloran, K. (2016). *Introducing Multimodality*. Roudtledge.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge, Taylos & Francis Group.
- Fernández, M. (2018). La disminución de la distancia entre lo público y lo privado en la modernidad tardía en Bolivia: Un análisis sociológico sobre el interés colectivo por la vida privada de figuras públicas. En revista CIBES COM. Journal de Comunicación Social 6 (6), pp. 139-167. [http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/jcs/v6n6/v6n6\\_a06.pdf](http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/jcs/v6n6/v6n6_a06.pdf)
- Filipi, E. (1997). Fundamentos del periodismo. Editorial Trillas
- García, A. C. (2014). Publicidad sexista y medios de comunicación. Revista CESCO de derecho de consumo, (10), 130-142.
- García, S., Gonza, A. y Ramos, E. (2018). *La Libertad de Expresión en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos: de la Opinión Consultiva OC-5/85, de 1985, a la sentencia sobre el Caso Carvajal y otros, de 2018*. Sociedad

- Interamericana de Prensa. <https://www.corteidh.or.cr/sitios/libros/todos/docs/libertad-expresion1.pdf>
- García, J y Hernández, C. (2022) Estereotipos de belleza y discriminación: un análisis desde la perspectiva de género. [https://www.researchgate.net/publication/363069597\\_Estereotipos\\_de\\_belleza\\_un\\_analisis\\_desde\\_la\\_perspectiva\\_de\\_genero\\_Beauty\\_stereotypes\\_an\\_analysis\\_from\\_a\\_gender\\_perspective](https://www.researchgate.net/publication/363069597_Estereotipos_de_belleza_un_analisis_desde_la_perspectiva_de_genero_Beauty_stereotypes_an_analysis_from_a_gender_perspective)
- Gilibets, L. (2023). El prosumidor: cómo es y cómo se comporta. <https://www.iebschool.com/blog/prosumidor-marketing-digital/>
- González, J., García, J., Karmasin, M. y Kaltenbrunner, A. (2011). La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo. *Revista Latina de Comunicación Social* (66), 1-28. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1051/1728>
- Granizo D. (2018). El acoso cibernetico y el derecho a la honra y buen nombre (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Derecho). Obtenido en: chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/4ff069e5-811c-45cf-9ba8-85d17113f0c2/content
- Grosman, C. (1996). "Los Derechos del Niño en la familia, la ley, creencias y realidades" En Wainerman, Catalina (comp.): Vivir en familia. Buenos Aires: Edit. UNICEF/Losada, 2a. edición
- Grube, J.W. y Waiters, E. (2005). Alcohol in the media: content and effects on drinking beliefs and behaviors among youth. *Adolescent Medicine Clinics*, 16, 327-43.
- Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible [UNSD]. (2025). Valores Universales Principio uno: Enfoque basado en los Derechos Humanos. <https://unsdg.un.org/es/2030-agenda/universal-values/human-rights-based-approach#:~:text=Enfoque%20para%20la%20programaci%C3%B3n%20basado%20en%20los%20Derechos%20Humanos&text=El%20enfoque%20basado%20en%20los,y%20proteger%20los%20derechos%20humanos>

- Instituto Nacional de Derechos Humanos (2016). Manual de derechos humanos para comunicadores y comunicadoras. INDH. Santiago de Chile. Obtenido <https://bibliotecadigital.indh.cl/bitstream/handle/123456789/956/Manual.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Jara. C (2014). Derecho a la privacidad, libertad de expresión e interés público: el caso Cordero con Lara y otros. Anuario de Derechos Humanos, (10), ágs-163.
- Kaizen Institute (s/f). La importancia de la segmentación y el *targeting* en marketing y ventas. <https://kaizen.com/es/insights-es/segmentacion-targeting-marketing-ventas/#:~:text=La%20segmentaci%C3%B3n%20y%20el%20targeting%20son%20estrategias%20que%20dividen%20un,%C3%BAnicas%20y%20enf%C3%B3cate%20en%20servirlo>
- Kant, I. (1996). Fundamentación de la metafísica de las costumbres. Editorial Ariel. <https://www.filosoficas.unam.mx/docs/541/files/Kant-Fundamentaci%C3%B3n-metaf%C3%ADsica-costumbres.pdf>
- Krsticevic, V., Vivanco, J., Méndez, J. y Porter, D. (2000). Libertad de Expresión y Seguridad Nacional en el Sistema Interamericano de Protección de los Derechos Humanos. En J. Mariezcurrena (Ed.), *Estudios Básicos de Derechos Humanos Tomo X* (77-118).
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos. [www.corteidh.or.cr/tablas/11541.pdf](http://www.corteidh.or.cr/tablas/11541.pdf)
- Ljung, M. (2006). Svordomsboken: sobre malas palabras y malas palabras en sueco, inglés y otros 23 idiomas. Akademilitteratur.
- Londoño, O. (2023). Descifrando el rompecabezas: sistemas, modos, recursos y medios en la multimodalidad. *Refracción: Revista Sobre Lingüística Materialista*, (9), 45-96. [https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/138890/1/3\\_Londono-Zapata\\_Descifrando-el-rompecabezas.pdf](https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/138890/1/3_Londono-Zapata_Descifrando-el-rompecabezas.pdf)
- Madruga Diana, Leis Rosaura & Lambruschini Nilo, (2010). “Trastornos del comportamiento alimentario: Anorexia nerviosa y bulimia nerviosa” en: “Protocolos diagnóstico-terapéuticos de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica SEGHNP-AEP”, AEP, España.

- Machin, D. (2016). *Introduction to multimodal analysis*. Bloomsbury.
- Magistris, G. (2004). Responsabilidad parental y concepción del niño como sujeto de derecho: tensiones y compatibilidades. In XIX Congreso panamericano del niño. Instituto Interamericano del Niño.
- Marcús, J. (2011). Apuntes sobre el concepto de identidad. Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico. Obtenido en: <https://intersticios.es/article/view/6330/5750>
- Martín, M. (2020). La traducción del lenguaje soez al inglés y alemán en textos audiovisuales. Análisis comparativo del subtulado de La Casa de Papel. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/73755/2/DT\\_Marti%CC%81n\\_Medina\\_Mari%CC%81a\\_Luz.pdf](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/73755/2/DT_Marti%CC%81n_Medina_Mari%CC%81a_Luz.pdf)
- Martín Marta, (2002). “La tiranía en la sociedad de las representaciones”, en: “Revista Latina de Comunicación Social, año7vol. 5, #50”, Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, Canarias, España.
- Martínez Sánchez, J. R., Leon Trujillo, E. S., & Villena Llerena, D. C. (2024). Delitos y Contravenciones en medios de comunicación en Ecuador. Tesla Revista Científica, 4(1). e381 <https://doi.org/10.55204/trc.v4i1.e381>
- Martínez, M.L. y Centeno M. J. (2019). Manual para el tratamiento informativo de la violencia de género. Obtenido en:  
<http://hdl.handle.net/20.500.11914/3605>
- Martínez. H. (2004). La influencia de los medios de comunicación en el proceso de aprendizaje. Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación. Obtenido en: <http://hdl.handle.net/11162/67922>
- McHall, E. (2011). Comunicación para el desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. QUO Bangkok.
- Mendes, L. y Rodrigues, M. (2014). Las ilustraciones en los medios impresos contemporáneos: hibridaciones estéticas e imágenes complejas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol. 21, (2), 943-951, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5307409>

- Michelin, D. J. (2010). Dignidad humana en Kant y Habermas. *Estudios de filosofía práctica e historia de las ideas*, 12(1), 41-49. chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.scielo.org.ar/pdf/efphi/v12n1/v12n1a03.pdf>
- Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social Perú. (2011). Pautas para el Tratamiento Informativo adecuado de la Violencia Contra la Mujer en los Medios de Comunicación Social. Obtenido en: chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://www.mimp.gob.pe/files/programas\\_nacionales/pncvfs/pautasparaeltamiento.pdf](https://www.mimp.gob.pe/files/programas_nacionales/pncvfs/pautasparaeltamiento.pdf)
- Monfort, L. Aller, C. y Romero, E. (2011). El enfoque basado en Derechos Humanos y las políticas de cooperación internacional. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, <https://intered.org/es/recursos/recursos-educativos/el-enfoque-basado-en-derechos-humanos-y-las-politicas-de-cooperacion>
- Montesinos, R. (2011). Medios de Comunicación y Ciudadanía. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo Vol 2(1)*, 16-24. chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/1263/1/MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/1263/1/MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf)
- Morelos, C. (2013). Responsabilidad de los medios de comunicación: Intimidad vs. Información. *Saber, ciencia y libertad*, 8(2), 115-127. Obtenido en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5104986>
- Moreno, I. y Olmeda, M. (2021). Derecho a la privacidad en la sociedad de la información. *Advocatus* (37), 1-19, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8453176>
- Moretti, M. (20202). El principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes y la violencia en la televisión ecuatoriana. En: *Revista Enfoques de la Comunicación* (4). Consejo de Comunicación, pp. 13-41, <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/7>
- Muñoz, D. (2020). El derecho al honor, la honra y buena reputación: Antecedentes y regulación constitucional en Ecuador. *Revista de Derecho Vol. 9 (I)*, 209-230.

- Norris, y C. Maier (eds.), *Interactions, images and texts: a reader in multimodality*. Mouton de Gruyter
- Nogueira, H. (2007). El derecho a la propia imagen como derecho fundamental implícito. Fundamentación y caracterización. *Revista IUS ET PRAXIS*. (2) pp.: 245 – 285 <https://www.scielo.cl/pdf/iusetp/v13n2/art11.pdf>
- Notrica Federico, P., y Iturburu, M. I. R. (2016). Responsabilidad parental. Algunos aspectos trasladados a la luz del proyecto de reforma del CCC www. pensamientocivil. com. ar.
- Nuñez, L (1995). Introducción al periodismo escrito. Editorial Ariel.
- Ochoa, N. (2019). La dignidad humana como fundamento de la identidad europea: la labor del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en la delimitación de la noción de dignidad humana. En: Cuadernos europeos de Deusto, pp. 203-224, <https://ced.revistas.deusto.es/article/view/1556/2437>
- Ochoa, L. Peñafiel, A. Vinueza, N. y Sánchez, R. (2021). Interés superior de niñas, niños y adolescentes en Ecuador. En: Revista Conrado Vol. 17 (83). Universidad de Cienfuegos, pp. 422-429, <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n83/1990-8644-rc-17-83-422.pdf>
- O'Halloran, K. (2012). Análisis del discurso multimodal. *ALED Vol. 12, (1)*, 75-97.
- O'Halloran, K., y Lim, F. (2014). Systemic functional multimodal discourse analysis. En S. Olave, S. (2020). Revisión del concepto de identidad profesional docente. *Revista Innovación Educación*, 2 pag.381. <https://doi.org/10.35622/>
- Olivo, L. (2022). El derecho a la libertad de expresión y sus límites en el Ecuador. [Tesis de Maestría, Universidad Católica Santiago de Guayaquil], Repositorio Digital Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Olivo, F y Díaz-Campo, J. (2020). Jóvenes y sucesos: Tratamiento informativo en la prensa digital española. *Estudios sobre el mensaje periodístico Vol. 26, (4)*, 1521-1532, <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/68003/4564456554556>
- Orcasita, L., Mosquera-Gil, J., y Carrillo-González, T. (2018). Autoconcepto, autoeficacia y conductas sexuales de riesgo en adolescentes. *Informes Psicológicos*, 18(2), 141-168. <https://doi.org/10.18566/infpsic.v18n2a08>

Organización de las Naciones Unidas [ONU], (2022). Contrarrestar la desinformación para promover y proteger los derechos humanos y las libertades fundamentales. ONU,

<https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n22/459/27/pdf/n2245927.pdf>

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1959). Declaración de los Derechos del Niño. Ginebra: Asamblea General de las Naciones Unidas

Parodi, G. (2010). Multisemiosis y lingüística del corpus: Artefactos multisemióticos en los textos de seis disciplinas del corpus PUCV-2010. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada Vol. 48, (2)*, 37-70, [https://www.scielo.cl/pdf/rla/v48n2/art\\_03.pdf](https://www.scielo.cl/pdf/rla/v48n2/art_03.pdf)

Parra, S. (2019). ¡MECAGÜEN! Palabrotas, insultos y blasfemias. VOX [https://www.vox.es/primer\\_capitulo/mecaguen-palabrotas-insultos-y-blasfemias.pdf](https://www.vox.es/primer_capitulo/mecaguen-palabrotas-insultos-y-blasfemias.pdf)

Pérez, V. Huertas, C. y Gómez, M (2020). Análisis del cambio de tipo de lenguaje soez y del lenguaje ofensivo en el doblaje al español de Breaking Bad. En: TRANS: Revista de Traductología (24), pp. 91-109, <https://revistas.uma.es/index.php/trans/article/view/8292>

Pérez, R. (2008). Hacia una teoría semántica de la información. En: Díaz, J. y Salto, F. (Ed) (2008). ¿Qué es información? Interdisciplinary Elucidation of the Information Concept, pp. 51-72. <https://bitrumcontributions.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/guc3a9-es-informacion3b3n.pdf>

Portal de Lingüística Hispana. (s.f.). 5 Semántica y pragmática: del significado al uso del lenguaje. <http://hispaniclinguistics.com/semanitca-pragmatica/conceptos-terminos-clave>

Prieto, E. (2023). Diferencias entre medios tradicionales y nuevos medios digitales. <https://es.snhu.edu/blog/diferencias-entre-los-medios-tradicionales-y-los-nuevos-medios>

Quimi, J. (2024). La ética periodística en el tratamiento informativo del programa “Tras la Noticia” de Radio Record 106.5 FM. [Tesis de Grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Universidad Estatal Península de Santa Elena, chrome-extension://efaidnbmnnibpcapcglclefindmkaj/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10705/1/UPSE-TCO-2024-0023.pdf

Real Academia de la Lengua Española, (2024). Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

Sánchez, J. y Magallón, R. (2023). Desinformación. En: Revista en Cultura de la Legalidad (24), pp. 236-249, <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/EUNOM/article/view/7663/5986>

Scandura, G. (2004). Sex, lies and TV: Censorship and Subtitling. En: Meta: Translator's Journal Vol.49 (1), pp. 125-134, <https://www.erudit.org/en/journals/meta/1900-v1-n1-meta733/009028ar/> Santos, D. (2012). Fundamentos de la Comunicación. Red Tercer Milenio.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES] (2014). Construcción de un estado democrático para el buen vivir: Análisis de las principales transformaciones del Estado Ecuatoriano 2007-2012. Quito: Senplades. <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/Construcci%C3%B3n-de-un-Estado-democr%C3%A1tico-para-el-Buen-Vivir.pdf>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (2011). *Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales*. Senplades.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [Senplades]. (2014). Construcción de un estado democrático para el buen vivir: Análisis de las principales transformaciones del Estado Ecuatoriano 2007-2012. Quito: Senplades. <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/Construcci%C3%B3n-de-un-Estado-democr%C3%A1tico-para-el-Buen-Vivir.pdf>

Sendín, J. (2008). Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: Tratamiento mediático de la Inmigración. [https://www.academia.edu/2184866/Gu%C3%A3a\\_pr%C3%A1ctica\\_para\\_los\\_profesionales\\_de\\_los\\_medios\\_de\\_comunicaci%C3%B3n\\_Tratamiento\\_medi%C3%A1tico\\_de\\_la\\_Inmigraci%C3%B3n](https://www.academia.edu/2184866/Gu%C3%A3a_pr%C3%A1ctica_para_los_profesionales_de_los_medios_de_comunicaci%C3%B3n_Tratamiento_medi%C3%A1tico_de_la_Inmigraci%C3%B3n)

Søe, O. (2019). A unified account of information, misinformation, and disinformation. Springer Nature

Suarez, S. (2020). Los medios de comunicación social y la autorregulación Franjas horarias tipos de contenidos y educación. Consejo de Comunicación, <https://repositorio.>

[consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/41/1/Los-medios-de-comunicacion%CC%81n-social-y-la-autorregulacion%CC%81n-Franjas-horarias-tipos-de-contenidos-y-educacion%CC%81n.pdf](http://consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/41/1/Los-medios-de-comunicacion%CC%81n-social-y-la-autorregulacion%CC%81n-Franjas-horarias-tipos-de-contenidos-y-educacion%CC%81n.pdf)

Susperregui, J. (1987). La fotografía como medio de comunicación de masas. Bellas Artes, (4), 193-200, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3795508>

Paz, A. Romero, S. y Díaz, B. (2009). Tratamiento Informativo de los principios básicos organizacionales de Venezuela realizado por los canales de televisión públicos y privados. En: Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (78), pp. 1-14, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3719787>

Peña, M. E. (2011). Conducta antisocial en adolescentes: factores de riesgo y de protección.

Obtenido en: <https://hdl.handle.net/20.500.14352/47623>

Petrino, R. (2003). Artículo 11. Protección de la honra y de la dignidad. E. Alonso Regueira, La Convención Americana de derechos humanos y su proyección en el derecho argentino, 203-217. Obtenido en: chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/libros/pdf/la-cadh-y-su-proyeccion-en-el-derecho-argentino/011-petrino-honra-y-dignidad-la-cadh-y-su-proyeccion-en-el-da.pdf

Preguntas frecuentes sobre el enfoque de Derechos Humanos en la cooperación para el desarrollo. Naciones Unidas, <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/FAQsp.pdf>

Privacy International (2012). Guía de privacidad para hispanohablantes. S.I.: Editor Cédric Laurant. Traducción de Phol Paucar.

Rainier, O. Cáceres, M. y De La Cruz, D. (2021). La dignidad humana como fundamento de los derechos. chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.umecit.edu.pa/server/api/core/bitstreams/d7979067-6706-445f-804d-c0369d106f5c/content

Ramirez, J. (2012). Responsabilidad social en los medios de comunicación: ¿utopía o realidad? Algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestión. Revista Correspondencias & Análisis (2), pp. 99-109 <https://doi.org/10.24265/cian.2012.n2.05>

- Rodríguez, M. (2009). Medios de comunicación y derechos humanos: Los hechos y los derechos. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 67(130), 235-255.
- Sánchez, C. y García, J (2009). Medios de comunicación, publicidad y adicciones. Edaf. Obtenido en: <https://acortar.link/yaiALa>
- Sánchez, J. F. (2010). Medios de comunicación, anorexia y bulimia. La difusión mediática del anhelo de delgadez': un análisis con perspectiva de género. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3733323>
- Sánchez Vigil, J. (1999). Fuentes para el estudio de la documentación fotográfica. Universidad Complutense de Madrid
- Sanz, F. (2018). Delimitación de las esferas de la vida privada, privacidad e intimidad, frente al ámbito de lo público. *Revista Transparencia y Sociedad*. (6), pp.: 127-149. <https://www.consejotransparencia.cl/wp-content/uploads/2019/03/TS-n6-articulo5.pdf>
- Seifert, J. (2002). Dignidad humana: dimensiones y fuentes de la persona humana. Obtenido: chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/2597/1/Seifert,%20J.pdf
- Seijas, L. (2006). Conductas antisociales y televisión: representaciones del menor. *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*. Obtenido en: <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i8.211>
- Sendin, J. C., e Izquierdo, P. (2008). Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: tratamiento mediático de la inmigración. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Subdirección General de Información Administrativa y Publicaciones. Obtenido en: chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/ficheros/documentos/GuiaPracticaProfesionalesMediosComunicacion.pdf
- Soto Gama, D. (2010). Principios Generales del Derecho a la Información. Toluca: Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

- Suárez, C., Del Moral, G., Musitu, G., Villarreal-González, M., (2013). Medios de comunicación y consumo de alcohol en adolescentes: ¿qué dicen los expertos? Salud y drogas, vol. 13, núm. 2, 2013, pp. 99-108
- Talancón, J. (1998). Educación y medios de comunicación. Cultura, 54-55. Obtenido en: <https://acortar.link/mflfUv>
- Taylor, C. (1996). Identidad y reconocimiento. Revista internacional de filosofía política. Obtenido en: <https://acortar.link/YwE2p4>
- Toro, J. (1996). El cuerpo como delito: anorexia, bulimia, cultura y sociedad. Barcelona. Obtenido en: <https://books.google.es/books?id=XZdWF25z0IAC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- United Nations Children's Fund [UNICEF]. (2005). *Seminario Internacional: inclusión social, discapacidad y políticas públicas*. UNICEF. [http://www.unicef.cl/archivos\\_documento/200/Libro%20seminario%20internacional%20discapacidad.pdf](http://www.unicef.cl/archivos_documento/200/Libro%20seminario%20internacional%20discapacidad.pdf)
- Universidad Internacional de Valencia (2017). Trastornos alimenticios y medios de comunicación: en el problema está la solución. <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/trastornos-alimenticios-y-medios-de-comunicacion-en-el-problema-esta>
- Universidad de la Rioja, [UNIR]. (2024). Evolución de los medios de comunicación: su papel en el consumo de información. [https://unirfp.unir.net/revista/comercio-marketing/\\_medios-de-comunicacion/](https://unirfp.unir.net/revista/comercio-marketing/_medios-de-comunicacion/)
- Vega, A. (2012). "Comunicación y Derechos Humanos". Universidad Nacional Autónoma de México, chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.corteidh.or.cr/tablas/r39770.pdf
- Velásquez, J.D (2011). La dignidad humana: fundamento de los derechos humanos. *Revista Universidad Católica de Oriente*, 24(31).
- Vizcaya, A. (2010). Lenguaje e información. En: Revista Ciencias de la Información, Vol. 2, (4), pp. 109-117, <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/44585>
- Wajnryb, R. (2005) Expletive deleted: a good look at bad language. Free Press.

Wilhelm, P. y Rojas-Díaz, J. (2023). Ideales de belleza femenina y su impacto en la satisfacción corporal de la mujer en Latinoamérica. Revista Encuentros Vol. 21, (1), 182-192, <http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/2950/2547>

Zavala, M. (2011) Tratado de daños a las personas, daños a la dignidad: imagen. Discriminaciones arbitrarias. Internet: Astrea, Buenos Aires.

### **Referencias Legales**

Constitución de la República del Ecuador (2008). Ecuador: Asamblea Nacional. Obtenida el 21/11/2024. <https://bit.ly/3iAt4eg>

Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH) (1978) Artículo 13. Gaceta Oficial No. 9460 del 11 de febrero de 1978. Obtenida el: 22/11/2024 [https://www.oas.org/dil/esp/1969\\_Convenci%C3%B3n\\_Americana\\_sobre\\_Derechos\\_Humanos.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convenci%C3%B3n_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf)

Convención Sobre los Derechos del Niño (19/11/1989). Art. 3. Obtenida el: 22/11/2024, <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child#:~:text=de%20sus%20familiares.,Art%C3%ADculo%203,el%20inter%C3%A9s%20superior%20del%20ni%C3%B1o>

Código de la Niñez y Adolescencia (2013). Ecuador. Obtenido el: 22/11/2024, <https://www.registercivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/este-es-06-C%C3%93DIGO-DE-LA-NI%C3%91EZ-Y-ADOLESCENCIA-Leyes-conexas.pdf>

Comité de los Derechos del Niño (29/05/2013). Observación general Nº 14 (2013) sobre el derecho del niño a que su interés superior sea una consideración primordial. Obtenida el: 27/08/2024, <https://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG-1d%2FPPRICAqhKb7yhsqIkirKQZLK2M58RF%2F5F0vEAXPu5AtSWviDPBvwUDNUQ-fOpMLS7k9kqxUShG9KWDFkGFCnexUdF%2B3XoQYqhgL7cFjKPy%2FQKlixG%2Bnuc%2-Bg3y#:~:text=Todos%20los%20Estados%20partes%20deben,hacer%20plenamente%20efectivas%20este%20derecho>

Corte Interamericana de Derechos Humanos (28/08/2002). Opinión Consultiva OC-17/2002. Obtenida el: 27/08/2024, <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2002/1687.pdf>

Ley Orgánica de Comunicación (2022). Registro oficial Nro. 188. Obtenido 21/11/2024

<https://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/>

[directorio/2SU188\\_2022.pdf](#)

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales [LOPDP]. 2021. Registro Oficial 5to. S.

459. Obtenida el 22/11/2024 [https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley\\_organica\\_de\\_proteccion\\_de\\_datos\\_personales.pdf](https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf)

Declaración Universal de Derechos Humanos (1948). Asamblea General de las Naciones

Unidas. Obtenida el: 22/11/2024 <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rightsConvención>

Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, 20/10/2000. Obtenida el: 22/11/2024,

<https://www.oas.org/es/cidh/mandato/documentos-basicos/declaracion-principios-libertad-expresion.pdf>

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 16/12/1966. Obtenido el: 22/11/2024,

<https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>

Reglamento que Establece los Parámetros Técnicos para la Definición de Audiencias, Franjas

Horarias, Clasificación de programación, Calificación de Contenidos, Incluidos  
Publicitarios, que se Difunden en los Medios de Comunicación Social. Registro  
Oficial Nro. 354, Obtenido el 28/10/2024, <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/01/lotaip/REGLAMENTO%20QUE%20ESTABLECE%20LOS%20PAR%C3%81METROS%20T%C3%89CNICOS%20PARA%20LA%20DEFINICI%C3%93N%20DE%20AUDIENCIAS,%20FRANJAS%20HORARIAS.pdf>

**METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA VERIFICACIÓN DE OTRAS  
PRESUNTAS VULNERACIONES DE DERECHOS A LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

---

## **8. ANEXOS**

### **Anexo1 – Cartilla #1 Levantamiento de información**

LEVANTAMIENTO DE INFORMACION SOBRE CONTENIDO PRESUNTAMENTE SEXUALMENTE EXPLICITO																			
GENERALIDADES																			
NOMBRE DEL CONTENIDO									DESCRIPCIÓN										
INFORMACIÓN PARA RADIO Y TELEVISIÓN – AUDIOVISUALES																			
DURACION DEL CONTENIDO			HORA DE TRANSMISIÓN INICIO – FIN				FECHA DE DIFUSIÓN DEL CONTENIDO				MEDIO EN EL QUE SE DIFUNDIÓ EL CONTENIDO				SEGMENTO EN EL QUE SE UBICÓ EL CONTENIDO				
FRANJA HORARIA EN LA QUE SE DIFUNDIÓ EL CONTENIDO			A	B	C	VERIFICACIÓN DE EXISTENCIA DE ADVERTENCIA (Según franja: A, B, C)	SI	NO	VERIFICACIÓN DE EXISTENCIA DE CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS	SI	NO	CALIFICACIÓN DEL CONTENIDO	I	O	F	E	D	P	
INFORMACIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS																			
NOMBRE DEL MEDIO				DÍA DE PUBLICACIÓN				PÁGINA DE PUBLICACIÓN				SECCIÓN DE PUBLICACIÓN				TIRAJE			
																COBERTURA			
ELEMENTOS DE ANÁLISIS																			
DENOTATIVOS								REITERACIONES											
CONNOTATIVOS								OTROS											
DIMENSIONES DE PODIBLE VULNERACIÓN								INDICADORES DE POSIBLE VULNERACIÓN											
OTRAS OBSERVACIONES																			



# Consejo de Comunicación

*Todas las voces cuentan*

