

Comunicación mediática y redes sociales: el debate sobre la regulación

Media communication and social media: the debate on regulation

Palmira Chavero Ramírez¹

Resumen

La llegada y generalización de las redes sociales y la esfera digital abrió nuevos debates sobre las ventajas y los riesgos de este tipo de plataformas, desde las posturas más optimistas hasta las más escépticas. Además, también retoma debates previos ya desarrollados en la esfera mediática convencional, entre los que está la posibilidad de la intervención estatal a través de una regulación específica del sector. De esta manera, la disputa

Abstract

The arrival and generalization of social media and the digital sphere opened new debates about the advantages and risks of this type of platforms, from the most optimistic postures to the most sceptical. Furthermore, it also takes up previous debates already developed in the conventional media sphere, among which is the possibility of state intervention through specific regulation of the sector. In this way, the dispute

¹Docente investigadora, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, Ecuador
(pchavero@flacso.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0001-8310-3600>)

Recibido: 2024-03-12 | Aceptado: 2024-07-28 | Publicado: 2024-07-30
DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2.1908>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



sobre la regulación de las redes sociales reproduce en algunos elementos la disputa sobre la regulación de los medios de comunicación. En este trabajo se realiza un recorrido sobre las características de los medios de comunicación y las redes sociales en Ecuador para entrar en una aproximación a la posible regulación de la esfera pública digital, atendiendo a las principales dimensiones de esta problemática. Para ello, se hace una compilación de la principal literatura académica que aborda la problemática y se analizan los datos de uso de redes sociales para el caso de Ecuador a partir de las encuestas públicas más recientes.

Palabras clave: Redes sociales; medios de comunicación; Ecuador; regulación; Estado

over the regulation of social media reproduces in some elements the dispute over the regulation of the overall communication media. In this work, a review is made of the characteristics of the communication media and social media in Ecuador to enter an approach about the possible regulation of the digital public sphere, taking into account the main dimensions of this problem. To do this, a compilation of the main academic literature that addresses the problem is made and the data on the use of social media for the case of Ecuador is analysed based on the most recent public surveys.

Keywords: Social media; communication media; Ecuador; regulation; State

Introducción

El sector comunicativo, en sus diferentes formatos, ha estado tradicionalmente caracterizado por la primacía de la lógica empresarial y la ausencia de regulación. En el caso de Ecuador, la intervención estatal en este ámbito generó una fuerte disputa entre los grandes medios privados y el gobierno de turno. La evolución tecnológica y la generalización de los formatos digitales ha tenido un recorrido similar, en la medida en que ha primado una ausencia de intervención hasta que, en los últimos años, la proliferación de ciertos fenómenos ha activado el debate sobre una posible regulación del espacio virtual y los posibles caminos a recorrer en este sentido.

Este trabajo propone una aproximación a este camino, que va desde los medios de comunicación a las redes sociales digitales, tanto desde su caracterización y desafíos como del debate sobre su regulación.

El escenario mediático antes de la esfera virtual

Tradicionalmente, el sector mediático tanto en América Latina como a nivel internacional ha estado caracterizado por la ausencia de cualquier tipo de intervencionismo, de manera tal que la ley que ha prevalecido en esta materia ha sido la ley del mercado. De esta forma, y con el criterio económico como el elemento más fuerte, el sistema mediático en América Latina se ha distinguido por tener una alta concentración de la propiedad de medios en pocas manos, desconociendo incluso otras experiencias fundamentales como la de los medios comunitarios y alternativos, que han tenido un papel clave para la historia comunicacional en la región.

En la década de los 80 y 90 América Latina contaba con un mercado mediático concentrado, transnacionalizado y rentable, en el que pocos grandes grupos transnacionales disponían de los medios de comunicación y, para optimizar su mercado, buscaban socios nacionales que les permitiesen entrar a mercados locales a los que de otra manera no tendrían acceso, pero sin que el capital estuviese en el plano local en ningún momento (Herman y McChesney, 1999). Este esquema de propiedad se mantuvo hasta entrado el S. XXI, cuando alcanzan el poder gobiernos progresistas en la región y adoptan medidas orientadas a limitar o reducir la concentración de la propiedad mediática, con la redistribución del espectro radioeléctrico como una de las principales acciones en materia de comunicación mediática en distintos países de la región.

Este predominio de la parte económica de los medios, fortalecidos en tanto empresas que buscan maximizar el beneficio económico, ha devenido en un modelo mediático donde el principal criterio ha sido el lucro financiero, desplazando con ello la propia naturaleza de la comunicación y generando un sistema de oligopolización de la propiedad, con fuerte presencia de empresas transnacionales dictando el sentido y lineamientos de la comunicación local latinoamericana.

Esta característica ha generado un segundo elemento, que en el caso de Ecuador estuvo presente hasta la primera década de este siglo: la fuerte presencia de contenidos discriminatorios y sesgados, proyectando así unos contenidos excluyentes (García y Punín, 2017). Esta comunicación mediática se construye a partir de la creación de relatos a partir del morbo, la selección de fuentes interesadas y desequilibradas, la desvirtuación de la realidad mediante la descontextualización de los acontecimientos, la presentación de actores sociales (especialmente los grupos de atención prioritaria) victimizados, el predominio de las características negativas o la invisibilización de ciertos temas y protagonistas (Chavero y Oller, 2024). Todo ello, entre otros elementos, acababa generando un discurso único, dominante y excluyente que creaba una realidad distorsionada donde no tenían cabida ciertos actores (ciudadanos, en su mayoría) porque el espacio mediático ya estaba ocupado por las élites hegemónicas (políticas y económicas, fundamentalmente).

En consecuencia, durante décadas el ciudadano (en especial los grupos de atención prioritaria y aquellos en situación de especial vulnerabilidad) ha quedado relegado a un segundo plano, invisibilizado por las élites políticas y económicas cuyos intereses aparecían representados como los más importantes y convenientes para el país.

A partir de 2007, se impulsa un proyecto que pretende equilibrar ese escenario mediático desigual, a través de la incorporación de un capítulo sobre derechos de la comunicación en la Constitución y el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación (LOC) como principales acciones de este período. La implementación de la LOC supone la intervención del Estado en pro de la normalización de la actividad periodística y defensa de los derechos ciudadanos frente a los abusos de las grandes empresas mediáticas, una propuesta en línea con lo que proponen algunos autores sobre la intervención del Estado en materia mediática (Picard, 1985). Sin embargo, su aplicación viene acompañada de importantes críticas, que alegan una limitación y control de algunas libertades y abre un campo de debate sobre los procesos de democratización y

desdemocratización, además de la disputa entre los principales medios privados y el Estado (Ramos, 2013).

En el plano profesional, antes de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, los periodistas y comunicadores en Ecuador desarrollaban su actividad en condiciones precarias, desprotegidos jurídicamente e incluso no reconocidos, como era el caso de los medios comunitarios, alternativos y populares (Virtue, 1994), en tanto que después de la norma se incrementaron los salarios con el reconocimiento de los derechos profesionales del gremio. Atendiendo a las condiciones en las que se desarrolla la actividad, en 2009 el 41,4% de los periodistas reconocía haber sufrido presiones o censura en alguna o bastantes ocasiones (Abad, 2010), mientras que después de la implementación de la LOC casi la mitad indicaba que las principales influencias son de naturaleza interna y un tercio apuntaba al origen externo (político y económico) de las injerencias a las que se ven sometidos en su trabajo (Oller y Chavero, 2015).

En el ámbito social, los medios también enfrentan problemáticas: más de la mitad de los ecuatorianos no confía en los medios de comunicación convencionales (radio, prensa, televisión), según las encuestas públicas. Además, la clase política se ha mantenido en los últimos años como una de las principales preocupaciones para la ciudadanía ecuatoriana y los niveles de desconfianza son altos, según las encuestas tanto nacionales como internacionales. Las siguientes tablas arrojan datos sobre el nivel de confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas, ilustrando así el complejo contexto.

Grado de confianza	FFAA	Policía	Presidente	Iglesia	Asamblea	Gobierno	Poder judicial	Partidos políticos	CNE
Mucho	17,8	8,9	1,7	36,5	1,8	1,5	2,8	1,6	2,3
Algo	29,3	24,7	8,3	23	11	8,4	14,8	7,2	13,3
Poca	35,3	43	27,2	25,3	35,1	34,3	38,2	27,7	35,8
Ninguna	16,6	22,8	61,8	14,2	50,2	55	41,5	61,8	46,3

Tabla 1. Grado de confianza ciudadana (%) en las instituciones Ecuador 2020

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Latinobarómetro (2020)

Tabla 2. Grado de confianza ciudadana (%) en las instituciones de Ecuador 2023

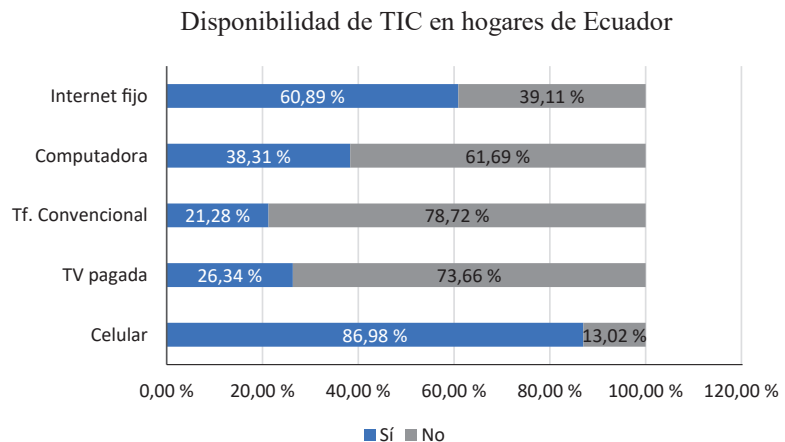
Grado de confianza	FFAA	Policia	Presidente	Iglesia	Asamblea	Gobierno	Poder judicial	Partidos políticos	CNE
Mucho	25,2	8,7	3,6	35,3	2,5	3,4	2,8	2,2	3,5
Algo	27,4	18,4	8,7	20,3	10,7	10,1	10,9	8,4	12,7
Poca	30,4	42	26,8	27,8	35,8	33,6	37,9	28,4	36,3
Ninguna	16,6	30,7	60,6	16,3	50,1	52,8	47	60,1	46,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Latinobarómetro (2023)

El auge de nuevos formatos: las redes sociales

En paralelo a este escenario de aumento de la desconfianza, asistimos a un incremento sostenido en el uso y consumo de nuevos formatos, con internet y en especial las redes sociales liderando este cambio. El acceso a internet en los hogares ecuatorianos ha crecido de manera notable en los últimos años, en especial en el espacio urbano. En total, siguiendo los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador, el 60,89% de los hogares ecuatorianos cuenta con acceso a internet. La tendencia creciente se produce tanto en la zona urbana como en la rural, lo que da muestra del aumento de la penetración de internet generalizada en todo el país.

Figura 1. Acceso a internet y a otras tecnologías en Ecuador



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEC (2022)

En la actualidad, son 15,29 millones de personas las que utilizan internet en Ecuador (Del Alcázar, 2024), llegando a un 69,25% de la población los usuarios de redes sociales. De ellas, Tik Tok (14,26 millones), Facebook (13,6M) e Instagram (6,8M) son las redes que más se utilizan en el país (Íbid.). De especial relevancia resulta detenerse en el comportamiento de la población más joven, un estrato que prefiere prescindir de adquirir otro tipo de productos y servicios, pero priorizan el acceso a la tecnología y los servicios digitales.

Una de las particularidades que encontramos en el uso de redes sociales es que cada vez se utilizan más para acceder a la información de naturaleza política, un consumo que llega a superar al de los medios convencionales. En el período previo a la pandemia, ya había un 74% de ciudadanos ecuatorianos que accedía a información de naturaleza política a través de redes sociales o internet, según los datos del Latino-barómetro. Estos datos sugieren nuevos patrones de consumo de información en general, pero también sobre la preferencia de la ciudadanía para informarse de los asuntos políticos a través de las redes sociales o internet, y no ya a través de los soportes tradicionales (excepto la televisión, que se mantiene con consumos altos en toda la región), que tradicionalmente habían tenido ese predominio.

El incremento generalizado en el uso de las redes sociales y las potencialidades que la propia plataforma presenta: multilateralidad, interacción, gratuidad, inmediatez y difusión (Cotarelo, 2012), en especial lo referido a lo que algunos autores señalan como el efecto de inmediatez (Sampedro, 2011) hicieron pensar que las nuevas herramientas digitales, con las redes sociales como principal exponente, serían la solución para los problemas de distanciamiento entre los dirigentes y los ciudadanos y servirían como herramienta de empoderamiento social, con la que la sociedad pasaría a tener mayor participación en la vida pública y en la toma de decisiones (Castells, 2006). Algunas experiencias sociales exitosas a lo largo del planeta (Primavera Árabe, 15M, Occupy Wall Street, Yosoy132) alimentaron este optimismo y dieron fuerza a las posturas ciberutópicas con las redes sociales y su potencial democratizador, que sigue teniendo muestras en momentos de fuerte convulsión o estallido social.

Sin dejar de reconocer la importancia de estos logros (o, más bien, partiendo de ella), conviene destacar que los mismos se dieron en situaciones coyunturales con una confluencia de factores económicos, políticos y sociales muy particulares, que hicieron de las redes sociales una catapulta de expresión de las demandas y protestas que ya se

venían dando en el plano no virtual y que alcanzaron su apogeo y expansión internacional a través de estas herramientas (Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011; Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011b). Después de estos logros, otros estudios aportaron evidencia empírica que reducían este optimismo en cuanto al uso de redes; de esta manera, se propuso la idea de “pseudodebate” (Chavero, 2013), para indicar que el potencial de interacción de las redes sociales no era utilizado en pro de la ciudadanía y, más allá de permitir el acercamiento, las redes se convertían en una suerte de escenario para el pseudodebate, en el que se da la apariencia de debate entre los actores políticos y la ciudadanía, pero en la práctica esto no pasa de ser una escenificación que no se concreta, ya que no se produce el debate esperado ni en calidad ni en cantidad y, más que eso, el proceso comunicacional en la red se limita en muchas ocasiones a reproducir –y magnificar– las prácticas y dinámicas habituales por parte de los grandes medios y de los actores políticos. Otros estudios aportaban también evidencia en lo relativo al incremento de la brecha digital, que venía a profundizar desigualdades sociales y económicas, así como las relaciones de poder que se establecen en la esfera virtual entre los grandes tanques de pensamiento (Sánchez y Pizarro, 2014), abonando las posturas ciberescépticas.

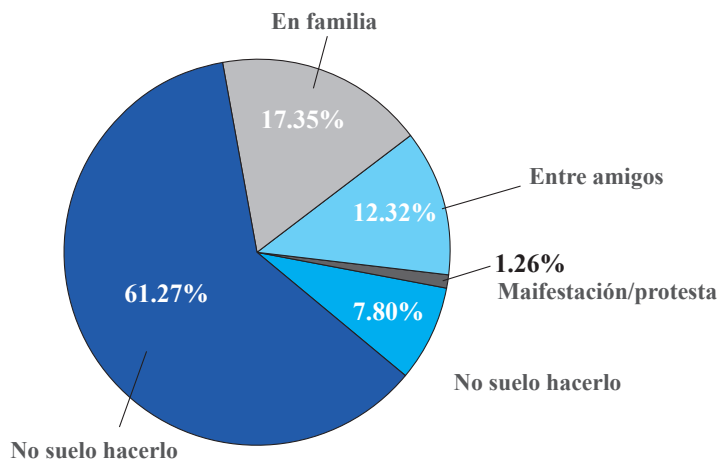
Para entender en su totalidad la importancia y consecuencias del uso de estos nuevos formatos y redes sociales en materia de comunicación, y en lo particular este cambio de sentido, es preciso añadir otros elementos al análisis. En primer lugar, la abundante sobreinformación a la que estas herramientas someten a la ciudadanía, pues la información se comparte a una velocidad tan vertiginosa y a un ritmo tan cambiante que es prácticamente imposible abarcar toda la cantidad de información que circula en los soportes digitales, lo que convierte esta abundancia de datos en una condición para el crecimiento de la desinformación ciudadana. En segundo lugar, estos dispositivos dificultan la posibilidad no sólo de acceder a datos contextualizados y en profundidad, sino también de conocer cuáles son las fuentes que se utilizan en aquello que se difunde. Ante la posibilidad de que toda persona pueda compartir datos y opiniones, nace la ilusión de que cualquier ciudadano es periodista, con lo que una gran parte de lo que circula por estos canales no está contrastada ni cumple con los parámetros mínimos para ser considerada información periodística.

Por otro lado, conviene tener en cuenta que, también en este escenario, nos encontramos con escasos niveles de profesionalización (Hallin y Mancini, 2007) de los periodistas para el caso ecuatoriano.

Por último, este incremento en el uso de redes está generando la aparición no sólo de nuevos formatos (más cercanos al periodismo *soft*) sino también de una nueva figura, el conocido como prosumidor (Toffler, 1981), un actor que ya no se limita a ser emisor o receptor, sino que participa de los dos roles clásicos del proceso de la comunicación: emite y recibe información, teniendo además la capacidad de procesarla y transformarla. Atendiendo a los espacios en los que la ciudadanía emite sus opiniones sobre la realidad, las redes sociales aún no tienen un peso significativo para el caso de Ecuador, tal y como refleja la Figura 2.

◀ **Figura 2.** Expresión de opiniones sobre los problemas del país

Dónde suele expresar sus opiniones sobre los problemas del país



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Latinobarómetro (2023)

Estos datos sugieren un uso menos político y colectivo de las redes sociales para el caso de Ecuador, sobre todo si se tiene en cuenta que el uso de las redes sociales viene aumentando en los últimos años, tal y como refleja en la Tabla 3.

Tabla 3. Uso de redes sociales en Ecuador

	Facebook	Snapchat	YouTube	Twitter	WhatsApp	Instagram	Tik tok	LinkedIn
2023	80,4%	13%	54%	16,2%	87,3%	44,6%	39,5%	5,6%
2020	74,5%	11,8%	50,7%	12,8%	78,5%	31,2%	14,3%	0

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Latinobarómetro (2023)

Nuevos fenómenos: el discurso de odio y la desinformación

Una de las líneas de estudio en crecimiento en materia mediática tiene que ver con el negativismo. En principio, la negatividad está aceptada por la literatura académica como uno de los factores de noticia (Galtung y Rudge 1965; Schulz, 1982; Bouza, 2007), así como lo está el incremento de la cobertura de las características personales a partir de la llegada de los medios masivos. Existe negatividad cuando ésta aparece predominantemente asociada a las cualidades y comportamientos personales de los líderes o actores, en lugar de a sus características profesionales (Mayer, 1996). El negativismo se ha estudiado originalmente desde la esfera política y en asociación con la movilización y desafección ciudadana, con la premisa de que el negativismo político genera abstención y polarización (Ansolabehere y Iyengar, 1995; Jamieson, 1992, Patterson, 1993), aunque otros autores han aportado evidencia en sentido contrario (Geer, 2006).

Este negativismo, que tradicionalmente ha estado asociado a los discursos políticos y mediáticos, se ha hecho presente también en la esfera digital, sobre todo en las redes sociales. Con la consolidación e incremento de este tipo de contenido en redes ha ido desarrollándose un nuevo concepto, el discurso de odio. El salto del negativismo al discurso de odio es un proceso continuo, casi constante, según el cual los ataques a las cualidades personales de un actor típicos del negativismo se convierten en contenidos de odio, que se dirigen a un grupo o persona particular y que incitan al daño o al ejercicio de la violencia. Estos contenidos son a menudo emocionales, dificultando la posibilidad de debatir y con rasgos de intolerancia hacia el grupo o la persona a la que se dirige el discurso (Parodi et al., 2022).

Además de la proliferación de discursos de odio en redes sociales, en el espacio digital se da otro fenómeno relacionado con la veracidad

de la información y el derecho humano a acceder a la información y que, sin ser algo totalmente nuevo, se potencia en esta nueva esfera. La fabricación de información falsa con apariencia noticiosa (Lazer et al., 2017) hace de las *fake news* un fenómeno a tener en cuenta en el debate contemporáneo. Los acontecimientos, en estas fabricaciones, no son transmitidos en su totalidad ni rigurosidad, sino que se ofrecen de manera dosificada, invisibilizada y descontextualizada siguiendo otros intereses alejados de los meramente comunicativos. Desde análisis más amplios, las propuestas para entender el fenómeno parten de que toda información que se presenta como falsa se concibe a partir de un desorden informativo, definida como desinformación. Este amplio y complejo panorama incorpora, además de las noticias falsas, otro tipo de contenidos: sátira y parodias, contenido engañoso, contenido impostor, contenido fabricado, falsas conexiones, falsos contextos, contenido manipulado, propaganda noticiosa o ataques personalizados (Wardle, 2017; Edson y Tandoc, 2017; Cortés e Isaza, 2017).

Todos estos procesos son reconocidos por los ciudadanos como usuarios de las redes. En el caso de Ecuador, según datos del Latino-barómetro 2023, un 40% de los ciudadanos ecuatorianos considera que las redes sociales empeoran la política, en tanto que un 81,6% de los ciudadanos ecuatorianos (2023) considera además que las opiniones que se vierten en las redes sociales no representan bien lo que piensa el común de la gente.

	Radio	TV	Prensa escrita	Redes sociales
Mucha	22,7	35,5	26,5	59,8
Alguna	24,9	25,4	24,6	16,3
Poca	43	32,4	37,7	17,3
Ninguna	8	5,7	9,2	5,4

◀ **Tabla 4.** Percepción de la circulación de información falsa

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Latinobarómetro (2023).

La proliferación de estos fenómenos, en especial desde el análisis de su impacto en el debate público, el respeto a los derechos y la democracia misma (Arcila et al., 2022; Han, 2022) sitúan el foco en la posibilidad de intervención estatal en la esfera digital (Mutiz, 2011).

El debate sobre la intervención del Estado

El debate sobre las consecuencias en la forma de tratar acontecimientos sociopolíticos en la esfera virtual y, por tanto, el peso de la coyuntura, parece estar indicando un nuevo escenario en la aproximación a las redes sociales, en el que pasamos de la euforia de las posibilidades democratizadoras de las redes a la decepción por un uso indebido de las mismas. Tras esa etapa, la actualidad parece dirigirse más hacia una nueva fase caracterizada por el escepticismo, la decepción y algunos indicios de desconfianza hacia ciertas redes sociales. En esta nueva fase, uno de los debates álgidos gira en torno a la que se presenta como solución para algunos sectores: la regulación de las redes sociales digitales. Sin embargo, este debate no deja de ser conflictivo –reproduciendo las disputas que se dieron en la esfera offline–, en particular por la cantidad de aristas que presenta.

El debate sobre la posible regulación de las redes sociales requiere plantearse, en primer lugar, de qué tipo de regulación estamos hablando. En este sentido, es importante discernir si lo que se plantea es una regulación de la propiedad de las redes (de las compañías que ofrecen el servicio), del acceso a las mismas, de los formatos posibles o si lo que se está planteando es una posible regulación de los contenidos.

Conviene tener en cuenta que el debate sobre la posible regulación de las redes sociales reproduce en buena medida el conflicto tradicional entre el derecho a la información y el derecho al honor, ambos considerados derechos fundamentales por cuanto se refieren a valores esenciales del ser humano que son objeto de protección jurídica. En lo que respecta al derecho al honor, conviene recordar que ya se cuenta con mecanismos legales que garantizan su protección. En el caso de Ecuador, el delito de odio está tipificado en el Código Orgánico Integral Penal, la jurisprudencia contra la discriminación o el derecho al honor, al buen nombre, la imagen y la voz de la persona recogidos en el Art.66.18 de la Constitución de Ecuador. Además de esta normativa *offline*, el país cuenta con una normativa específica para este tipo de actuaciones, la “Ley que regula los actos de odio y discriminación en redes sociales e internet” aprobada en 2017, que aplica a empresas proveedoras de servicios y se enfoca en la gestión de conflictos de esta naturaleza. Según lo contenido en esta norma, las empresas deben elaborar informes periódicos y contar con mecanismos para la resolución de conflictos, además de incluir infracciones y sanciones ante la posible comisión de delito por parte de estas empresas.

Desde el punto de vista de las empresas proveedoras de servicios, es importante señalar que se han realizado algunos intentos para reducir la información falsa que circula en redes. En su proyecto “Journalism Project”, la red Facebook introdujo la función de verificación de *fake news* y ha reclutado a equipos de verificadores que comprueban la veracidad de lo que se difunde. Por su parte, la compañía Google en su iniciativa de *crowdsourcing* pide a los usuarios que señalen aquello que creen que puede ser contenido falso para verificarlo. A pesar de estos propósitos, los problemas de las redes no parecen haberse resuelto y más bien sigue creciendo este debate sobre la posible regulación de las redes sociales.

Con todo, la perspectiva más compleja de abordar es sin duda la social: ¿cómo afectaría a la ciudadanía una regulación de las redes sociales? Para ello, hay dos elementos que conviene traer al debate. En primer lugar, la propia conceptualización: ¿En qué sentido se propone una regulación de las redes? ¿Hablamos del acceso a las mismas o de su uso? ¿Nos referimos a una utilización específica o a una generalizada? ¿Es técnicamente posible esta regulación previa al uso? En segundo lugar, conviene recordar que las redes sociales han sido la única vía de información en períodos de apagón informativo mediático (la consulta popular de febrero de 2018, el secuestro y asesinato de los periodistas de *El Comercio*, el paro nacional de octubre de 2019 o la gestión de la crisis del COVID-19 son algunos de los casos recientes en Ecuador) y necesarias en momentos de convulsión y ruptura de los sistemas tradicionales (15M o la primavera árabe son claros ejemplos de ello). Por tanto, pareciera que el uso social de las redes es no sólo controversial, sino difícilmente regulable.

En todo caso, la magnitud de la posible regulación de un derecho humano amerita una sistematización de algunos de los principales ejes a debatir, que vienen a complementar algunas propuestas de modelos existentes (Mutiz, 2011; Cárdenas, Ballesteros y Jara, 2017):

- I. Dado que en redes sociales cualquier ciudadano puede compartir información (falsa o real), sin necesidad de pasar por el proceso periodístico y sus dinámicas, ¿quién se convertiría en el árbitro de “la verdad”, en el supuesto de que ésta exista? Si ya no son los profesionales de la comunicación los que comparten algún contenido después de un trabajo de elaboración y contrastación del mismo, ¿quién tendría la potestad de dirimir si esa información es veraz y oportuna?

- II. En las ocasiones en las que el mal uso de las redes sociales ha tenido como protagonista a los periodistas y comunicadores, cabe preguntarse hasta qué punto una ley va a conseguir terminar con prácticas profesionales fraudulentas y aumentar el nivel de rigurosidad y compromiso con el ciudadano. ¿Es la sanción la vía para el aprendizaje?
- III. Si partimos de las características propias del sistema mediático ecuatoriano, con unos bajos niveles de profesionalización, no hay razón para creer que una norma legislativa vaya a modificar esta particularidad. En la medida en que la profesionalización siga siendo débil en la comunicación mediática ecuatoriana, una regulación de las redes sociales no parece ser una solución viable a esta debilidad asociativa. Por otro lado, es importante atender también al proceso de formación del periodista: ¿está adaptado a las nuevas características del ejercicio profesional?; ¿están las facultades de Comunicación actualizando contenido y pedagogía para la nueva realidad y a las condiciones en las que desarrolla su actividad?; ¿reconocen las empresas mediáticas esta labor?; ¿dan las facilidades que mejoren estas habilidades?
- IV. El debate sobre la regulación de las redes sociales, ¿responde a un verdadero interés por aumentar la democratización de la comunicación o a una coyuntura en la que se presentan como amenazas para el poder de turno? ¿Existe realmente la voluntad política de entender estas herramientas como una oportunidad que permita mejorar la calidad del debate público y de la democracia?
- V. Más allá de la actividad en la esfera digital, los medios de comunicación siguen siendo actores políticos, movidos por intereses económicos e ideológicos que les llevan a orientar su tarea a la búsqueda de beneficios de estos tipos en detrimento de los intereses del ciudadano; en consecuencia, no son pocas las ocasiones en las que las redes sociales se convierten en el refugio de la sociedad frente a los propios medios convencionales. Desde esta perspectiva, ¿no supone la regulación de las redes una merma en el derecho de acceso a la información de los ciudadanos?

VI. Por último, abordar con honestidad el debate sobre la posible regulación de las redes sociales pasa por realizar una diferenciación clave: quién es el usuario que publica información falsa o que utiliza de manera incorrecta esta herramienta. Esta distinción nos lleva a dos posibles escenarios. En el primero de ellos, son los medios (empresas) quienes usan de manera fraudulenta las redes y, por tanto, estamos en el terreno de la comunicación mediática. En este escenario, la regulación debe partir de la Ley Orgánica de Comunicación y la propiedad de los medios y, por tanto, estas empresas (en las que entrarían también las entidades digitales como Facebook, Twitter o Google) son los que deben asumir las responsabilidades de sus acciones. En el segundo, son los ciudadanos, en tanto individuos o colectivos, quienes emiten información incorrecta sin haber pasado por el proceso periodístico— o dañan la imagen de terceros. En este caso, regular esta libertad de expresión (no libertad de prensa, como sería en el primer escenario) sí supone limitar derechos ciudadanos (no empresariales) y, por tanto, regular por una minoría (la que comete la infracción) puede ocasionar la violación del derecho fundamental de una mayoría social, con lo que no sólo se vulneran derechos, sino que se retrocede en la calidad democrática.

A modo de conclusión

Este trabajo ha realizado un recorrido sobre la caracterización de los medios y los nuevos formatos digitales, articulándolo con el caso ecuatoriano. Para ello, se ha partido de la intervención del Estado en ambos escenarios como un elemento de disputa entre los distintos actores implicados, pero también como un debate público necesario para fortalecer la propia opinión pública. En este sentido, se propone que el debate sobre la regulación de las redes sociales viene a reproducir el debate sobre la regulación de los medios de comunicación.

A partir de la revisión de estas características, usos de redes y desafíos que enfrenta el nuevo escenario digital, se sugiere que las líneas de trabajo han de encaminarse hacia cómo tener una audiencia crítica y activa que cuente con las herramientas y las habilidades para diferenciar los contenidos falsos y cómo contar con profesionales de la información (individuales y colectivos) que no caigan en la desinformación y se acerquen al ciudadano en lugar de a los grandes poderes hegemónicos.

Referencias

- Abad, G. (2010). "El club de la pelea. Poder político vs poder mediático", en Rincón, O. (coord.) *¿Por qué nos odian tanto?* Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Ansolabehere, S. e Iyengar, S. 1995. *Going Negative. How Political Advertisements Shrink & Polarize the Electorate*. New York. The Free Press.
- Arcila-Calderón, C., Sánchez-Holgado, P., Quintana-Moreno, C., Amores, J., & Blanco-Herrero, D. (2022). Hate speech and social acceptance of migrants in Europe: Analysis of tweets with geolocation. *Comunicar*, 71, 21-35. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-02>
- Bouza, F. (2007). La telenovelización de la política. En *Lo que hacen los sociólogos*. Madrid: CIS. pp.363-373.
- Cárdenas, A., Ballesteros, C., & Jara, R. (2017). Redes sociales y campañas electorales en Iberoamérica. Un análisis comparativo de los casos de España, México y Chile. *Cuadernos. info*, (41), 19-40.
- Castells, M. (Ed.). (2006). *La sociedad red: una visión global* (pp. 27-75). Madrid: Alianza editorial.
- Cortes, C. e Isaza, L. (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación. Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información (CELE). Disponible en: <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>
- Cotarelo, R. (2012). "La expansión de la ciberpolítica", en Colino, C. y Cotarelo, R. (eds). *España en crisis*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Chavero, P. (2013). Medios de comunicación y redes sociales en las democracias actuales: ¿complementariedad o sustitución? Una aproximación al caso español. En Cotarelo, R. (ed). *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Chavero, P. y Oller, M. (2024). LGBTI and Indigenous Groups in Ecuadoran Media. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Del Alcázar, JP. (2024). *Ecuador. Estado digital*. Mentinno Consultores.
- Edson C., Tandoc Jr., Zheng Wei Lim y Richard Ling. (2017). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6:2, 137-153.
- Galtung, J. y Ruge, M. (1965). "The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers". *Journal of International Peace Research*. (1).

- García Torres, C. E., & Punin, M. I. (2017). Opinión y discriminación. Humor político en Ecuador y el caso Tín Delgado. *Question/ Cuestión*, 1(55), 258–274.
- Geer, John G. (2006). *In Defense of Negativity. Attack Ads in Presidential Campaigns*. Chicago (IL): The University of Chicago Press
- Hallin, D. y Mancini, P. (2007). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer.
- Han, B. C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.
- Herman, E. y McChesney, R. (1999). *Los medios globales los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra.
- Jamieson, K. H. (1992). *Dirty Politics. Deception, Distraction, and Democracy*. New York. Oxford University Press.
- Lazer, D.; Baum, M.; Benkler, Y.; Berinsky, A.; Greenhill, K.; Menczer, F. Metzger, M.; Nyhan, B.; Pennycook, G.; Rothschild, D.; Schudson, M.; Sloman, St; Sunstein, C.; Thorson, E.; Watts, D.; Zittrain, J. (2018). "The science of fake news". *Science* 359 (Issue 6380), pp. 1094-1096. Disponible en: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094>
- Mayer, William (1996): "In Defense of Negative Campaigning". *Political Science Quarterly*, 111. pp: 437-455.
- Mutiz, P. L. A., Hoyos, J. A. N., Leguizamon, F. G., & Gomez, C. C. (2011). Modelos de regulación jurídica de las redes sociales virtuales. *Revista Via Iuris*, (11), 109-135.
- Oller, M. y Chavero, P. (2015). "La percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador". Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social *Disertaciones*. 8 (1).
- Parodi, R., Cuesta, M., Wegelin, L. (2022). Problematizar los discursos de odio: democracia, redes sociales y esfera pública. *Tram[p]as de la Comunicación y Culltura*, 87, e061.
- Patterson, T.E. (1993) *Out of Order*. New York: Vintage.
- Picard, R. (1985). Patterns of state intervention in western press economics. *Journalism Quarterly*. Spring 1985.
- Ramos, Isabel, "Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador", *Íconos*, no. 45, (2013): 67-82.
- Sampedro, V. y Sánchez Duarte, J.M. (2011). "La Red era la plaza", en Sampedro (coord.) *Cibercampaña. Cauces y diques para la partici-*

- pación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica.* Madrid: Editorial Complutense.
- Sampedro Blanco, V. F., & Sánchez Duarte, J. M. (2011b). Del 13-M al 15-M. *Revista Razón y fe*, 99-105.
- Sánchez, J. y Pizarro, J. (2014). "Ideas locales que viajan en inglés: análisis de redes de think-tanks en Twitter". Documento de trabajo. Instituto El Cano.
- Schulz, W. (1982). "News structure and people awareness of political events". *Gazzete*. (30). pp. 139-153.
- Toffler, A. (1981). *La Tercera Ola*. Barcelona: Plaza & Janes
- Virtue, J.; Ogazón, A.; With, A. C.; Carter, R. E.; Diamant, M. & Navarro, S. (1994). *Journalists in the Andes. An assessment of Journalism and Journalism Education in Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru and Venezuela*. Miami, Florida: Florida International University.
- Wardle, C. (2017). "Fake news. It's complicated". First Draft. Disponible en: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>