pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Medios de Comunicación Digitales: Características, Calidad y Desafíos en Ecuador. Entrevista a Juan Pablo Del Alcázar Ponce

Digital Media: Characteristics, Quality, and Challenges in Ecuador. Interview with Juan Pablo Del Alcázar Ponce

Andrea F. Ordoñez-Maldonado[1]
Analista de Imagen y Comunicación
Consejo de Comunicación
aordonez@consejodecomunicacion.gob.ec
Fernanda Lizeth Espinoza-Jimenez[2]
Analista de Generación de Insumos Cognitivos
Consejo de Comunicación
fespinoza@consejodecomunicacion.gob.ec

1 Licenciada en Comunicación Social con mención en Periodismo Investigativo por la Universidad Politécnica Salesiana. Cuenta con más de diez años de experiencia como comunicadora organizacional y relacionista pública en instituciones gubernamentales del país. Actualmente, se desempeña como Analista de Imagen y Comunicación en el Consejo de Comunicación, donde ha participado en la elaboración de investigaciones académicas relacionada con temáticas como discriminación, violencia y sexualmente explícitos. **ORCID**: https://orcid.org/0009-0003-2901-094X

2 Licenciada en Comunicación Social y Magíster en Derechos Humanos con mención en Interculturalidad, con experiencia en investigación académica y aplicada. Su trabajo se centra en el análisis crítico de problemáticas sociales relacionados con la comunicación, la discriminación, la violencia, los contenidos sexualmente explícitos y otros relacionados con la promoción de derechos; y, la generación de conocimiento orientado a la transformación social. Se desempeña como Analista de Generación de Insumos Cognitivos en el Consejo de Comunicación, donde ha participado en proyectos de investigación interdisciplinarios y en la producción de contenidos especializados. **ORCID**: https://orcid.org/0009-0009-8891-8839

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Resumen

La entrevista a Juan Pablo Del Alcázar Ponce, especialista en innovación, estrategia digital, analítica e inteligencia artificial, analiza las características, calidad y desafíos de los medios de comunicación digitales en Ecuador y establece que la transformación digital ha reconfigurado el ecosistema comunicacional ecuatoriano mediante el surgimiento de medios nativos digitales, la adaptación de medios tradicionales y la incorporación de nuevos actores y plataformas de producción y distribución de contenidos. En este contexto, el entrevistado propone comprender a un medio de comunicación digital como una organización con una estructura editorial definida, nativa o predominantemente digital, que produce y distribuye contenidos originales de interés público de manera periódica, bajo principios de independencia editorial, transparencia y responsabilidad ética y legal, con una audiencia identificable. Se aborda las diferencias entre medios tradicionales y nativos digitales, así como la participación de creadores de contenido, influencers y otras formas de comunicación digital. Desde un enfoque cualitativo se analizan los desafíos relacionados con algoritmos, desinformación, vacíos regulatorios e inteligencia artificial generativa. Se concluye que la consolidación de los medios digitales requiere criterios claros de identificación, estándares de calidad y mecanismos que fortalezcan la transparencia, independencia, regulación y responsabilidad comunicacional.

Palabras clave: medios de comunicación digitales, medios nativos digitales, calidad informativa, características de medios digitales, inteligencia artificial.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Abstract

The interview with Juan Pablo Del Alcázar Ponce, a specialist in innovation, digital strategy, analytics, and artificial intelligence, examines the characteristics, quality, and challenges of digital media outlets in Ecuador. It highlights how digital transformation has reshaped the Ecuadorian media landscape through the emergence of digital-native media outlets, the adaptation of traditional media organizations, and the entry of new actors and platforms into content production and distribution. Within this context, the interviewee proposes defining a digital media outlet as an organization with a clearly defined editorial structure that operates natively or predominantly in digital environments, regularly produces and distributes original content of public interest, adheres to the principles of editorial independence, transparency, and ethical and legal accountability, and serves an identifiable audience. The interview explores the distinctions between traditional and digital-native media, as well as the role of content creators, influencers, and other forms of digital communication. It also examines, from a qualitative perspective, challenges associated with algorithms, disinformation, regulatory gaps, and generative artificial intelligence. It concludes that the consolidation of digital media requires clearly defined identification criteria, robust quality standards, and mechanisms to strengthen transparency, editorial independence, regulation, and accountability in communication.

Keywords: digital media outlets, digital-native media, information quality, characteristics of digital media, artificial intelligence.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Introducción

A lo largo de la historia, el ecosistema comunicacional ecuatoriano ha experimentado un proceso constante de transformación. La interacción entre el Estado, los actores de la sociedad civil, los grupos de poder y los marcos regulatorios ha incidido significativamente en las dinámicas de producción y consumo mediático (Chavero y Oller, 2017). Este proceso ha estado marcado, entre otros factores, por la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, vinculada a grupos económicos con capacidad de influencia en la construcción de la agenda mediática del país (Villagómez y Galán, 2023).

En las últimas décadas, la transformación digital ha profundizado estas dinámicas al modificar las formas de producción, distribución y consumo de información. La incorporación de tecnologías digitales ha configurado un ecosistema comunicacional en el que convergen medios tradicionales en proceso de adaptación, medios nativos digitales, plataformas tecnológicas y diversos actores dedicados a la creación y difusión de contenidos, transformación que ha dado lugar a un escenario comunicacional más diverso y dinámico, pero que también plantea nuevos desafíos relacionados con la desinformación, la formación de audiencias críticas, la calidad de los contenidos y la adaptación de las instituciones y marcos regulatorios a las nuevas dinámicas de comunicación.

En este contexto, el marco regulatorio ecuatoriano también ha experimentado modificaciones progresivas, tal es así que, en 1975, el Estado ecuatoriano estableció la Ley de Radiodifusión y Televisión (1975), mediante el Decreto

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Supremo No. 256-A, con el propósito de regular los servicios de radiodifusión sonora y televisiva. Posteriormente, en 2013, se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación [LOC] (2026), que introdujo cambios sustanciales en el marco jurídico de la comunicación al reconocerla como un servicio público y un derecho fundamental.

Entre sus principales disposiciones se incluyó el reconocimiento de los medios públicos, privados y comunitarios, así como mecanismos orientados a la protección de la población frente a contenidos discriminatorios y violentos. Sin embargo, en el año 2022 se produjo una modificación del enfoque regulatorio, que pasó de una perspectiva predominantemente punitiva hacia una orientación centrada en la promoción de derechos y la autorregulación, junto con el fortalecimiento de garantías para el ejercicio periodístico, particularmente en materia de seguridad y protección de periodistas, sin dejar de lado los derechos a la información y comunicación.

Paralelamente, la migración de los medios tradicionales hacia plataformas digitales y el surgimiento de medios nativos digitales han ampliado las posibilidades de producción y circulación de información. Es así que "la tecnología se mezcla con el contenido y los procesos editoriales hasta el punto de que ambos son difíciles de diferenciar." (Salaverría, 2016, p. 426), no obstante, la presencia de múltiples actores en el entorno digital plantea la necesidad de precisar qué características permiten catalogar a una organización como medio de comunicación digital y diferenciarla de otros canales que, aunque cuentan con audiencias significativas, no necesariamente cumplen

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

funciones, estructuras o responsabilidades propias de una organización periodística. En este sentido, la existencia de una audiencia, la utilización de plataformas digitales o la capacidad de generar contenidos no constituyen, por sí mismos, elementos suficientes para definir a un actor como medio de comunicación.

La conceptualización de los medios de comunicación digitales requiere considerar dimensiones relacionadas con la existencia de una estructura editorial, la independencia en la toma de decisiones, la producción periódica de contenidos originales de interés público, la transparencia institucional y la responsabilidad ética y legal frente a la información difundida. Estos elementos permiten establecer diferencias tanto con los medios tradicionales como con otras formas de comunicación digital, entre ellas los creadores de contenido, influencers, nano-creadores y las iniciativas de periodismo de marca, cuyas estructuras, objetivos y responsabilidades pueden responder a lógicas diferentes. Como señalan Kovach y Rosenstiel (2007), "la primera obligación del periodismo es la verdad y su primera lealtad es hacia los ciudadanos" (p. 6), un compromiso que distingue a los medios profesionales de otros actores digitales.

A su vez, la expansión de los contenidos de alto impacto y el predominio de sistemas algorítmicos en la distribución de información han incrementado la relevancia de la calidad de los contenidos como componente asociado con la credibilidad y la sostenibilidad de los medios digitales. La verificación de fuentes, la trazabilidad de la información, la transparencia en las políticas de corrección y verificación, la diversidad de perspectivas y la diferenciación

entre información, opinión, análisis y contenido patrocinado, constituyen criterios fundamentales para promover prácticas comunicacionales responsables.

Esta problemática adquiere especial relevancia ante la expansión de la inteligencia artificial generativa, que introduce nuevas posibilidades de producción y circulación de contenidos, pero también nuevos desafíos relacionados con la verificación, autoría, responsabilidad y confiabilidad de la información.

A pesar de la creciente importancia de estos actores y procesos, persiste una limitada sistematización teórica y empírica sobre las características, los criterios de calidad informativa y los desafíos que enfrentan los medios digitales en el contexto ecuatoriano. En consecuencia, resulta pertinente profundizar en la comprensión de las condiciones que permiten identificar a un medio de comunicación digital, así como en los estándares de calidad y las oportunidades y riesgos asociados con su desarrollo dentro del ecosistema comunicacional ecuatoriano.

En este marco, el presente material analiza los medios de comunicación digitales a partir de tres dimensiones principales: sus características distintivas, los criterios asociados con la calidad de sus contenidos y los desafíos derivados de su desarrollo en el entorno digital. Como parte del abordaje cualitativo, se presenta una entrevista realizada a Juan Pablo Del Alcázar Ponce, especialista en innovación, estrategia digital, analítica e inteligencia artificial, cuyo aporte permite incorporar una perspectiva especializada sobre las transformaciones, características, desafíos y oportunidades de los medios

digitales en Ecuador. En palabras del propio especialista Del Alcázar Ponce (2026, p.6)., "el reto actual en Ecuador no es más tecnología sino una forma distinta de pensar". De este modo, el análisis busca contribuir a una comprensión más amplia de las nuevas dinámicas mediáticas y de la necesidad de fortalecer la calidad, transparencia, responsabilidad e innovación en la comunicación digital.

Sobre el Entrevistado

Juan Pablo Del Alcázar Ponce, PhD (C)-MBA, docente de la Universidad San Francisco de Quito, fundador y director de Mentinno Consultores es investigador en innovación educativa -PhD candidate-, integrando la IA y el aprendizaje intencional para potenciar el talento humano en la era digital.

Doctor of Philosophy - PhD, Innovación de educación superior y trabajo del futuro por la Universidad de PalermoUniversidad de Palermo. Certificate, Business Strategy & Consulting por Harvard Business School Executive Education. Coursera Masters Module, Marketing/Marketing Management en The Wharton SchoolThe Wharton School MBA, International Business & E-Business por la Universidad de Palermo. Ingeniería Comercial, Marketing por la Universidad Internacional del Ecuador.

Consultor líder en sectores estratégicos -banca, energía, automotriz- para la integración de IA en el ciclo comercial y la eficiencia operativa. Socio fundador y director de la fundación Mentinno, lidera procesos de consultoría en *business intelligence* y analítica.

Profesor en la Escuela de Empresas de la USFQ -MBA y Maestrías-, impulsando proyectos como LiberalIA para la

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

adopción colaborativa de IA. Conferencista en EE.UU., Italia, Colombia y Ecuador sobre transformación, ROI digital y el futuro de la IA en los negocios.

Colaborador frecuente en medios destacados como DW, Forbes, El Comercio y Ekos, con más de 200 publicaciones sobre IA, estrategia, *pricing* y analítica, que complementan a *papers* académicos, informes Estado Digital e investigación. Ganador de Effie Award en Ecuador por analítica de impacto, Jurado en Effie Awards y ganador del Google Partner Rewards en California en 2016 (Mentinno, 2026).

Metodología

Se empleó la entrevista semiestructurada como técnica principal de recolección de información especializada y actualizada, aplicada a Juan Pablo Del Alcázar Ponce. Se conforma por siete preguntas abiertas, referentes a la definición y caracterización de los medios digitales, su relación con los medios tradicionales y otros actores del ecosistema comunicacional, la calidad, impacto y desafíos de los contenidos en el contexto ecuatoriano.

Para el análisis se aplicó una estrategia de categorización temática, mediante la identificación de patrones discursivos recurrentes en las respuestas. Se establecieron tres ejes principales: a) criterios institucionales y editoriales para la caracterización de un medio digital; b) transformaciones del ecosistema comunicacional y relación entre medios, plataformas y creadores; y c) desafíos vinculados con el impacto, la calidad, la responsabilidad y la regulación de los contenidos digitales. La información obtenida permitió identificar aspectos relevantes sobre las

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

características, evolución, calidad y los desafíos de los medios de comunicación digital en Ecuador.

Desarrollo

Equipo entrevistador [EE]: ¿Cuáles son los criterios que se pueden considerar para catalogar a un medio digital como un medio de comunicación?

Juan Pablo Del Alcázar Ponce [JPDA]: Si bien inicialmente se podría considerar a todo perfil como un tipo de medio, existen criterios esenciales para poder realizar la catalogación de medios, al respecto, iniciativas internacionales como: Trust Project (2026), SembraMedia (2026) y el Project Oasis (2026), han consolidado estándares que constituyen una referencia importante global de clasificación.

Para que un canal digital sea reconocido como medio de comunicación y no simplemente como un blog o cuenta de creador, debe cumplir con cuatro criterios concurrentes:

1) Independencia editorial con separación clara entre gestión comercial y decisiones editoriales.
2) Producción de contenido original de interés público con vocación de servicio cívico o fiscalización.
3) Transparencia institucional, que incluye publicación visible del equipo editorial, política de corrección de errores y declaración de fuentes de financiamiento.
4) Una promesa de periodicidad, es decir, un compromiso sostenido de entrega regular de información.

EE ¿Cómo definiría un medio de comunicación digital?

JPDA: Un medio de comunicación digital se define no por la tecnología en si de una plataforma, sino principalmente por su gobernanza y estructura.

Podríamos definir a un medio de comunicación digital como una organización con estructura editorial definida, nativa o predominantemente digital, que produce y distribuye contenido original de interés público de forma periódica, bajo principios de independencia editorial y transparencia institucional, asumiendo responsabilidad legal y ética por sus publicaciones ante una comunidad de audiencia identificable.

Por esto, las plataformas de distribución como redes sociales y a los canales de influencia personalista, al carecer de procesos de verificación institucionalizados, son considerados canales o perfiles, sin ser efectivamente considerados medios de comunicación.

EE: ¿De qué manera podemos diferenciar un medio comunicación digital de un medio de comunicación tradicional?

JPDA: El medio tradicional nació en la era analógica con estructuras verticales y un modelo de transmisión unidireccional. Su digitalización se ha dado dentro de un proceso de adaptación constante.

El medio nativo digital nació en la red con estructuras horizontales y ágiles, opera bajo un modelo estilo red, donde se busca comunicar de "muchos a muchos", y su relación con la audiencia es participativa y en tiempo real.

Mientras el medio tradicional depende de ciclos rígidos de cierre editorial y publicidad masiva, el digital "puro" funciona en un flujo continuo 24/7 con modelos de ingresos diversificados: membresías, eventos, consultoría y financiamiento mixto interno y externo en ciertos casos.

Los medios tradicionales retienen autoridad de marca histórica, sin embargo, muchos enfrentan una crisis

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

de percepción de "cercanía al poder", en contraparte, los medios nativos digitales capitalizan la percepción de independencia.

EE: Existen canales digitales que no son medios de comunicación ¿cuáles son y de qué manera podemos comprenderlos?

JPDA: A fin de poder realizar una clasificación debemos partir de comprender que no todo canal con audiencia es un medio. Existen al menos cuatro categorías diferenciadas:

- Celebridades y megainfluencers -más de un millón de seguidores-, que son amplificadores de contenido, usualmente enfocados en categorías de entretenimiento masivo con modelo publicitario puro.
- Creadores de contenido especializado, que operan bajo lógica de marca personal donde si la persona deja de crear contenido, el canal muere.
- Nano-creadores, que son voces hiperlocales con las tasas de *engagement* más altas del ecosistema, que funcionan como validadores sociales en grupos cerrados de confianza y especialización temática y, por lo tanto, de audiencia.
- Periodismo de marca, siendo esta la categoría donde empresas y organizaciones producen contenido con técnicas periodísticas, pero con fin último reputacional o comercial.

La clave de la diferenciación es institucional, un medio trasciende a sus individuos, un creador es su canal.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

EE: ¿Que son los contenidos de alto impacto en plataformas digitales ¿cuáles son los riesgos y ventajas que presentan?

JPDA: Un contenido de alto impacto es aquella pieza que logra diferenciarse y captar atención en un entorno saturado, generando reacción emocional o conductual fuerte, alta viralidad y conversación secundaria.

El riesgo sistémico es que los algoritmos de plataformas como TikTok, YouTube, X, Meta y similares, suelen priorizar o premiar la distribución y visibilidad del contenido que genera reacciones extremas, usualmente el miedo, la ira o indignación, por sobre el contenido reflexivo, lo cual alimenta la desinformación y la polarización en la mayoría de los casos.

EE: Siguiendo con el impacto ¿En qué medida es relevante la calidad de los contenidos en medios de comunicación digitales y cuáles serían los criterios de calidad de contenidos para medios de comunicación digital y otros?

JPDA: En la era de la inteligencia artificial generativa, la calidad humana verificable es el único diferenciador sostenible y la base del modelo de negocio.

Si nos basamos en los estándares de la Journalism Trust Initiative y marcos como la norma UNE 71362 de auditoría de contenidos educativos digitales, los criterios son objetivos y auditables:

- Metodología y trazabilidad (el medio explica cómo sabe lo que dice y cita fuentes verificables).
- Política de correcciones visible (la calidad no es ausencia de errores sino transparencia al corregirlos).

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

- Etiquetado explícito entre noticia, opinión, análisis y contenido, diversidad de fuentes evitando el "unifuentismo".
- Accesibilidad técnica que garantice el derecho a la información para personas con discapacidades o limitaciones de diferentes tipos y grados.

Ante la saturación de contenido generado por inteligencia artificial, la firma de un ser humano responsable detrás de una investigación es el activo más valioso y una responsabilidad social.

En la sociedad esto se suele manifestar claramente en campañas de desinformación política con "granjas de *trolls*", y en daño psicológico acumulativo en adolescentes por exposición a estándares irreales.

De forma paralela, cuando esta priorización de algoritmos se gestiona y se logra canalizar de forma ética, el contenido de alto impacto es una herramienta democrática poderosa, por ejemplo, el periodismo de investigación que adopta formatos virales -documentales web, podcasts investigativos, historias cortas conectadas, visualizaciones de datos interactivas- para forzar rendición de cuentas, con casos documentados donde reportajes digitales virales logran activar inclusive acciones legales.

EE: ¿Cuál es el panorama actual del ecosistema comunicacional ecuatoriano?

JPDA: Ecuador presenta un ecosistema digital en constante actualización y evolución. Según información de Mentinno, el país registra 18.4 millones de conexiones móviles, 15.4 millones de usuarios de Internet -83.9% de

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

penetración- y velocidades de conexión fija promedio de 134,68 Mbps que habilitan consumo masivo de video y *streaming*. Sin embargo, hay que considerar que acceso no representa madurez de creación o consumo de contenidos.

El mapa de actores se puede estructurar en tres categorías principales:

- Medios nativos digitales consolidados como Primicias -referente de calidad y sostenibilidad- o La Posta -hegemonía en agenda política-.
- Medios tradicionales en transición como El Universo, Forbes, El Comercio, TC Televisión, Ecuavisa, entre otros, que aprovechan su herencia de marca, pero enfrentan erosión publicitaria.
- Amplia variedad de creadores dentro de un ecosistema que integra a nano y micro creadores, que buscan consolidarse como líderes de opinión en segmentos juveniles y comunitarios.

El desafío regulatorio central es la educación constante a la audiencia y líderes de medios de comunicación en perspectivas responsables y éticas, facilitando en paralelo la inclusión efectiva de medios nativos digitales en el Registro Público de Medios del Consejo de Comunicación, superando barreras usualmente diseñadas para medios analógicos, mientras la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación a creadores sigue siendo un área gris jurídica.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Tabla 1

Características, calidad y desafíos de los medios de comunicación digitales en Ecuador

Categoría de análisis	Subcategoría	Principales hallazgos de la entrevista
Características de los medios digitales	Criterios de identificación	Un medio digital debe contar con independencia editorial, producción de contenido original de interés público, transparencia institucional y periodicidad.
Características de los medios digitales	Definición y estructura	Se caracteriza por una estructura editorial definida, producción y distribución periódica de contenidos, responsabilidad ética y legal, y una audiencia identificable.
Características de los medios digitales	Diferenciación frente a otros actores	No todo canal con audiencia es un medio. Los creadores, influencers, nano-creadores y el periodismo de marca responden a lógicas diferentes. La principal diferencia es el carácter institucional: el medio trasciende a sus individuos.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Características de los medios digitales	Relación con medios tradicionales	Los medios nativos digitales presentan estructuras más horizontales, ágiles, participativas y de flujo continuo, mientras los medios tradicionales mantienen estructuras más verticales y procesos de adaptación al entorno digital.
Calidad de los contenidos	Criterios de calidad	La calidad se sustenta en la trazabilidad de la información, fuentes verificables, transparencia, diversidad de fuentes, diferenciación entre información y opinión y políticas visibles de corrección.
Calidad de los contenidos	Responsabilidad profesional	Frente al crecimiento de la inteligencia artificial, adquiere mayor importancia la responsabilidad humana verificable sobre los contenidos y las investigaciones periodísticas.
Impacto de los contenidos	Viralidad y algoritmos	Los algoritmos pueden favorecer contenidos que generan reacciones emocionales intensas, aumentando su alcance, pero también pueden contribuir a la desinformación y polarización.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Impacto de los contenidos	Potencial democrático	El contenido de alto impacto, utilizado de manera ética, puede fortalecer el periodismo de investigación, la participación ciudadana y la rendición de cuentas.
Desafíos en Ecuador	Ecosistema comunicacional	Ecuador presenta un ecosistema digital diverso, integrado por medios nativos digitales, medios tradicionales en proceso de adaptación y creadores de contenido.
Desafíos en Ecuador	Sostenibilidad	Los medios digitales enfrentan el reto de desarrollar modelos de sostenibilidad diversificados, frente a la transformación de la publicidad y las nuevas dinámicas de consumo.
Desafíos en Ecuador	Regulación y responsabilidad	Entre los principales desafíos se encuentran la educación de las audiencias, la incorporación de medios nativos digitales al Registro Público de Medios y la definición del marco regulatorio aplicable a los creadores de contenido.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Desafíos en Ecuador	Inteligencia artificial y desinformación	El uso de IA plantea riesgos relacionados con la desinformación, calidad y responsabilidad sobre los contenidos, lo que refuerza la necesidad de clarificar los criterios de verificación y transparencia.

Nota. Elaboración propia a partir de la entrevista a Juan Pablo Del Alcázar Ponce.

Conclusiones

A partir de la entrevista realizada, se identifican tres dimensiones fundamentales para comprender las características, calidad y desafíos de los medios de comunicación digitales en Ecuador.

En primer lugar, las características de los medios digitales se relacionan con la existencia de una estructura institucional y editorial definida, independencia editorial, producción de contenido original de interés público, periodicidad y una relación identificable con las audiencias. En este sentido, un medio digital no se define únicamente por la plataforma tecnológica que utiliza ni por el tamaño de su audiencia, sino por el cumplimiento de estos criterios que permiten diferenciarlo de otros canales digitales, como creadores de contenido, influencers o perfiles personales. Entre estos criterios destacan la transparencia institucional, la responsabilidad ética y legal sobre las publicaciones.

En segundo lugar, la calidad de los contenidos constituye un elemento central para la consolidación y credibilidad de los medios digitales. De acuerdo con la entrevista, en un entorno caracterizado

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

por la sobreproducción informativa y la expansión de herramientas de inteligencia artificial, la calidad se relaciona con la verificación y trazabilidad de la información, el uso de fuentes diversas y verificables, la transparencia, la diferenciación entre información, opinión y análisis, la existencia de políticas de corrección y la accesibilidad de los contenidos. Asimismo, ante la creciente incorporación de herramientas de inteligencia artificial en la producción informativa, adquiere relevancia la responsabilidad humana para verificar los contenidos publicados como elemento fundamental para fortalecer la confianza de las audiencias.

En tercer lugar, los desafíos de los medios digitales en Ecuador están vinculados con las transformaciones del ecosistema comunicacional y la creciente diversidad de actores que participan en la producción y circulación de información: Medios nativos digitales, medios tradicionales en proceso de adaptación, creadores especializados, nano-creadores, celebridades y organizaciones que desarrollan estrategias de periodismo de marca conviven en un mismo entorno, ampliando las posibilidades de comunicación, pero también generando dificultades para establecer responsabilidades institucionales y procesos de verificación. A ello se suman la influencia de los algoritmos sobre la visibilidad de los contenidos, la desinformación, la polarización, el uso de inteligencia artificial, la sostenibilidad económica y los desafíos de regulación de los actores digitales, que pasaría, en parte por la incorporación de medios nativos digitales al Registro Público de Medios [RPM] (Consejo de Comunicación, S/A) y la definición del marco regulatorio aplicable a los creadores de contenidos.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Finalmente, los medios de comunicación digitales en Ecuador pueden comprenderse como organizaciones con una estructura editorial definida, independencia y responsabilidad sobre sus contenidos, que producen y difunden información original de interés público de manera periódica y mantienen una comunidad de audiencia identificable. Su desarrollo se encuentra marcado por la convergencia mediática, la interactividad y la producción continua de contenidos. Por lo tanto, más allá del soporte tecnológico o del alcance de una plataforma, la condición de medio digital se sustenta en criterios institucionales, editoriales y éticos. A su vez, la calidad de los contenidos y su capacidad para responder a los desafíos tecnológicos, económicos, sociales y regulatorios resultan determinantes para fortalecer la confianza y legitimidad de los medios digitales en el contexto ecuatoriano.

pp. 577-599
Recibido: 24-08-2026
Aceptado: 23-10-2026
Publicado: 20-11-2026

Referencias Bibliográficas

Chavero, P., & Oller, M. (2017). *La comunicación mediática en Ecuador: Características de la prensa de referencia*. ***Revista Latina de Comunicación Social*****,** (72), 1-19. https://www.researchgate.net/publication/318788724_La_comunicacion_mediatica_en_Ecuador_Caracteristicas_de_la_prensa_de_referencia

Consejo de Comunicación. (S/A). Registro Público de Medios. https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/servicios/rpm/

Del-Alcázar, J. P. (2026). Entrevista a Juan Pablo Del Alcázar Ponce sobre la caracterización de los medios digitales en Ecuador [Entrevista]. Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y la Comunicación.

Del-Alcázar-Ponce, J. P. (2026). Estado Digital Ecuador: mayo 2026. Mentinno. https://www.mentinno.com/informe-mentinno-estado-digital-ecuador-mayo-2026/

Global Project Oasis. (2026). *Global Project Oasis*. https://globalprojectoasis.org/

Kovach, B., & Rosenstiel, T**.** (2007). *Los elementos del periodismo: Todo lo que los periodistas deben saber y el público debe exigir*. https://periodismeccpp.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/los-elementos-del-periodismo.pdf

Ley de Radiodifusión y Televisión de 1975. Decreto Supremo No. 256, Registro Oficial No. 785, 18 de abril de 1975.

Ley Orgánica de Comunicación [LOC] de 2026. Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.-2013. Última reforma: Séptimo Suplemento del Registro Oficial 382.

Mentinno. (2026). *Nosotros*. https://www.mentinno.com/nosotros/

Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica.* Fundación Telefónica. Editorial Ariel. https://www.salaverria.es/blog/2016/02/22/ciberperiodismo-en-iberoamerica-nuevo-libro/?utm_source=chatgpt.com

SembraMedia. (2026). *SembraMedia*. https://sembramedia.org/

The Trust Project. (2026). *The Trust Project*. https://thetrustproject.org/