

# PROYECTO DE LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

---

## EXPOSICION DE MOTIVOS

### I

El Ecuador como Estado constitucional de derechos y justicia social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico, conforme lo establece el artículo 1 de la Constitución de la República del Ecuador, en el marco de su política en materia de derechos humanos, tiene por objetivo garantizar el irrestricto respeto a los derechos humanos, y la promoción y defensa de los derechos fundamentales de todas las personas, sin excepciones.

### II

Así, el Ecuador en forma pionera a nivel regional y mundial, incorporó en su ordenamiento jurídico el derecho a la comunicación partiendo de su Art. 16 que establece que "Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1) Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos"; además garantiza el acceso, uso y posesión de manera equitativa e incluyente a las tecnologías de información y comunicación; el derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, oportuna, contextualizada, plural y sin censura previa pero con responsabilidad ulterior; la cláusula de conciencia y la democratización de la comunicación, bajo el irrestricto derecho a las libertades de expresión y opinión.

### III

Además, conforme consta en la Disposición Transitoria Primera, número dos de la vigente Constitución, esta Asamblea Nacional tiene la responsabilidad cívica de aprobar la respectiva ley que garantice el derecho a la comunicación, que deberá incluir la estructuración del Sistema de Comunicación como articulador de todos los actores, políticas, institucionalidad, normativa; los mecanismos de participación social; las garantías para el ejercicio pleno de la libertad de expresión y opinión; el derecho a la comunicación por distintos medios y cualquier forma; la equidad en la distribución de las frecuencias para medios públicos, privados y comunitarios; los principios basados en los derechos humanos fundamentales, los derechos de las diversidades y los derechos colectivos, con el fin de alcanzar el *sumak kawsay*.

### IV

Por dichas razones que se explicitan es fundamental una Ley Orgánica de Comunicación se sustente en la naturaleza pública de la comunicación social con disposiciones que hagan de la sociedad un actor clave para la democratización de las comunicaciones, superando normativas excluyentes del pasado, por estar circunscritas a la relación entre Estado y sector privado empresarial. Esto implica, además, que las regulaciones respecto al Estado no se limiten a sus obligaciones de Respetar y Garantizar el conjunto de derechos sancionados en la Carta Magna, sino que incluyan también de manera taxativa

sus obligaciones de Proteger y de Cumplir, para la realización plena de los derechos de comunicación e información. Además se impone considerar que, debido a los acelerados cambios tecnológicos en el área de la comunicación, el horizonte está marcado por la convergencia digital que implica un entrelazamiento de medios, formatos y contenidos, siendo que voz, videos y textos pueden circular a través de un mismo soporte o red.

## V

Considerando los motivos señalados, y en cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 56 de la Ley Orgánica de la Función Judicial, la Bancada Progresista de Izquierda, Plurinacional, Intercultural de Derechos presenta ante la Asamblea Nacional este proyecto legislativo, tendente a superar la deficitaria situación referida.

### CONSIDERANDO:

**Que**, la sección tercera, del capítulo II de la Constitución de la República, en sus artículos 16 y 17 reconoce el derecho de todas las personas a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; la creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas; a integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el Campo de la Comunicación; y a no permitir monopolios u oligopolios de los medios de comunicación.

**Que**, el artículo 18 reconoce el derecho de las personas, en forma individual o colectiva a 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, además del acceso libre a la información generada en entidades públicas o privadas que manejan fondos del Estado o realizan funciones públicas, la inexistencia de reserva de información, salvo en los casos establecidos en la ley; y en ningún caso de violación a los derechos humanos.

**Que**, el artículo 19 establece la obligación de la ley de regular la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y el fomento a la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente, así como la prohibición de emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

**Que**, el artículo 20 de la Constitución establece que el Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

**Que**, el capítulo Sexto de los Derechos de libertad, art. 66, numerales 6 y 7 de la Constitución establece los derechos a la opinión y libre expresión del pensamiento, además del derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo

espacio u horario.

**Que**, el artículo 133, de la Sección Tercera, Procedimiento Legislativo caracteriza a las leyes orgánicas como aquellas que regulan la organización y funcionamiento de las instituciones creadas por la Constitución, y aquellas que regulen el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales.

**Que**, el artículo 312 de la Constitución de la República establece la prohibición expresa a las entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas, de participar en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social.

**Que**, el artículo 384, título 7mo, del Régimen del Buen Vivir considera la creación del sistema de comunicación social, para asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión; y la participación ciudadana; el mismo que 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; y establece que su organización, funcionamiento y formas de participación ciudadana serán definidas por ley.

**Que**, la disposición transitoria primera, inciso 4 dispone que el órgano legislativo, en el plazo máximo de trescientos sesenta días, a partir de la vigencia de la Constitución, se aprobará la ley de comunicación.

**Que**, el Ecuador suscribió la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948; y el Pacto de San José de Costa Rica, de 1969.

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales, expide la siguiente:

## **LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN**

### **TÍTULO I**

#### **GENERALIDADES**

#### **CAPÍTULO I**

#### **EL OBJETO, ÁMBITO, DERECHOS, GARANTÍAS Y PRINCIPIOS**

**Art. 1.- Del objeto de la Ley.-** El objeto de la presente Ley es la aplicación efectiva de los derechos que tienen las personas, comunidades, colectivos, pueblos y nacionalidades, a todas las formas, medios y servicios de comunicación, en su propia lengua y con sus propios símbolos; así como la garantía del ejercicio integral de la comunicación y de sus dimensiones de información, apoyo a la gestión institucional, empoderamiento, protagonismo, promoción e interacción de las personas, publicidad, desarrollo científico y tecnológico y de los saberes ancestrales, concienciación y movilización social, para contribuir a la sustentación de la sociedad del buen vivir, en el marco de un orden democrático y participativo.

**Art. 2.- Del ámbito de la Ley.-** Al amparo de la presente Ley se definen las potestades del Estado y se regulan las políticas públicas, planes, estrategias, estructura organizativa, instituciones públicas y privadas, entidades y organizaciones sociales, acciones, procesos, recursos, normas, financiamiento, sectores, servicios, controles en materia de comunicación en sus distintos ámbitos, que integran el Sistema Nacional de

Comunicación, para garantizar el pleno ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución de la República del Ecuador, instrumentos internacionales de derechos humanos y convenios internacionales en comunicación, de manera integral, ética, incluyente, participativa, diversa y equitativa, tutelando el patrimonio cultural y natural y en función del buen vivir.

**Art. 3.- De los derechos y garantías de la comunicación.-** las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. Expresar sus ideas, pensamientos, creencias políticas, religiosas y opiniones, a través de todas las formas o medios de comunicación que consideren adecuados. El Estado se abstendrá de impedir o restringir, directa o indirectamente, de manera abierta o encubierta, el ejercicio de esta libertad. Y a guardar reserva sobre su pensamiento, creencias, filiación.
3. La participación activa y crítica en el campo de la comunicación, a través de todas las formas previstas en la Constitución y en las leyes.
4. El acceso a los medios de comunicación social en equidad e igualdad de condiciones.
5. Crear medios de comunicación social; a la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como al acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, precautelando que en su uso prevalezca el interés colectivo.
6. Formar libremente y en igualdad de oportunidades, empresas, organizaciones o entidades para actividades de comunicación, con fines lícitos, salvo las entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas, de conformidad con la Constitución y la presente Ley.
7. Que la recopilación, archivo, proceso, distribución y difusión de datos personales, por parte de instituciones públicas, medios de comunicación, empresas o entidades de carácter privado y/o personas naturales, se realicen previo consentimiento de su titular; salvo los casos previstos en la Constitución y las leyes.
8. La inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual, salvo en los casos previstos en la Ley. Este derecho protege cualquier tipo o forma de comunicación personal.
9. A acceder y usar todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con capacidades especiales.
10. La protección de las comunicaciones personales, la inviolabilidad y secreto, ya sea que se hayan realizado verbalmente, a través de las redes y servicios de

telecomunicaciones o estén soportadas en medios físicos.

11. Acceder, producir, circular y recibir información de manera libre, salvo en los siguientes casos: la que esté protegida por razones de seguridad pública y del Estado, aquella cuya difusión viole expresamente el derecho a la intimidad de las personas y los derechos de niños, niñas y adolescentes, aquella acerca de datos personales y que provenga de las comunicaciones personales cuya difusión no ha sido debidamente autorizada por su titular o un Juez, aquella producida por la Fiscalía en el marco de una indagación previa y, aquella que se contraponga con los mandatos de la presente ley
12. Libre acceso y utilización de información pública generada en entidades públicas y privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. En caso de violación a los derechos humanos ninguna entidad pública negará información.
13. Acceso universal, capacitación y uso de las herramientas y tecnologías de la información y comunicación, bajo los principios de subsidiariedad y progresividad, hasta lograr el equilibrio entre los distintos grupos y sectores, de conformidad con la ley.
14. Participar en la planificación pública, en el planteamiento de las políticas públicas en materia de comunicación y en las decisiones y gestión de todos los niveles de gobierno, en lo referente a este campo.
15. Creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.
16. La difusión de los valores culturales y humanos en todas sus expresiones, a través de todas las formas y medios de comunicación.
17. Intercambio libre y transparente de la información pública.
18. A investigar, buscar, recibir y difundir libremente, informaciones, opiniones e ideas en el marco del respeto al estado de derecho y los derechos humanos.
19. Recibir información verificada a través de los medios de comunicación. En caso de que las fuentes de contratación se niegen a dar su versión, o a confirmar o negar la información, ésta podrá ser publicada señalando este particular.
20. La vida privada, intimidad, imagen personal y confidencialidad, y al respeto de la honra de las personas.
21. La correspondiente rectificación, réplica o respuesta, que tiene toda persona agraviada o aludida por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas a través de cualquier medio o forma de comunicación. en caso de ser aludida sobre cualquier asunto público o privado, y cuya versión no se haya recogido y publicado en el mismo programa o espacio en que fue mencionada, tiene el derecho a que ese medio de comunicación publique los argumentos de quien fue mencionado, de forma inmediata, gratuita y en el mismo espacio u horario en que fue aludido.

22. La cláusula de conciencia, el secreto profesional y reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.
23. Ser protagonista en la construcción de la sociedad del buen vivir, objetivo consagrado en la Constitución.
24. Organizar veedurías y observatorios de medios, independientes, y a recibir apoyo del Estado para el cumplimiento de estas tareas. Para defender y promover estos derechos, los ciudadanos y ciudadanas pueden organizarse contando con todas las garantías legales.
25. Acceder y usar el espectro radioeléctrico con base en criterios democráticos que garanticen igualdad de oportunidades para todas las personas naturales y jurídicas involucradas en el ejercicio de la comunicación.
26. A la creación de las condiciones materiales para la consolidación y promoción de las culturas, de las capacidades y valores humanos, el respeto y la de la riqueza de la naturaleza.
27. Que la explotación de los servicios tecnológicos convergentes no se constituya en formas de concentración que afecten los derechos de uso y acceso consagrados en la Constitución.
28. Que el conocimiento generado con fondos públicos en materia de comunicación y sus servicios sea protegido como un patrimonio nacional valioso y esté a disposición de la ciudadanía, para ser usado, copiado, modificado o redistribuido, siempre que se dé el reconocimiento a la autoría.
29. A precios preferenciales y rebajas impositivas en el servicio de correo nacional e internacional para la circulación de productos comunicacionales que contribuyan a la cultura, la investigación y la integración latinoamericana, cuyo carácter no es comercial.
30. Precios preferenciales y rebajas impositivas a la importación de papel para el desarrollo de medios impresos con una línea cultural y educativa.
31. Disponer de software no propietario

El Estado garantizará el ejercicio de tales derechos, a través de los órganos competentes del Sistema de Comunicación y, de conformidad con la Constitución y las leyes.

**Art. 4.- De la titularidad y exigibilidad de los derechos.-** son titulares de los derechos establecidos en esta ley, las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos humanos que habitan en el Ecuador, así como los ecuatorianos que viven en el exterior, en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Los derechos establecidos en esta ley son jurídicamente exigibles de forma individual y colectiva ante las autoridades competentes.

**Art. 5.- De los principios en comunicación.-** Los principios que guían el ejercicio comunicacional son:

**Plurinacionalidad.-** Búsqueda de la unidad en la diversidad, en armonía entre naturaleza, sociedad y cultura, con el buen vivir como eje del nuevo proceso civilizatorio. En el nuevo Estado que se reconoce a los pueblos y nacionalidades originarias y ancestrales como actores políticos con territorio, gobierno, sistema jurídico, económico y cultural que supere los rezagos coloniales.

**Interculturalidad.-** El reconocimiento de las relaciones e integraciones sinérgicas y respetuosas entre pueblos que permita la democratización del poder. Las relaciones deben ser justas, democráticas, de cooperación, reciprocidad y solidaridad; deben basarse en la igualdad de derechos y deben consolidarse para alcanzar la identidad nacional.

**Respeto.-** El reconocimiento, aceptación y promoción del otro, de lo diferente, de lo diverso, de las distintas formas de expresión, como requerimiento básico para la construcción de comunidad. Es una actitud activa de reconocimiento de los derechos humanos universales y libertades fundamentales de los demás y simultáneamente, implica la no aceptación de cualquier forma de discriminación

**Corresponsabilidad.-** Es asumir las obligaciones y deberes que cada uno de los involucrados tiene, para el pleno ejercicio de los principios y derechos de la comunicación. Involucra a todos los actores de la sociedad: estado, medios de comunicación, entidades comunicacionales, empresas de telecomunicaciones, ciudadanos/as, organizaciones, comunidades, pueblos, colectivos, nacionalidades.

**Equidad.-** Busca la superación de las asimetrías culturales, sociales, políticas, económicas, de género y generacionales de las personas y los colectivos. Es la búsqueda constante de la justicia social, que asegura a todas las personas condiciones de vida igualitarias en la sociedad del buen vivir. Implica garantizar la participación paritaria de hombres y mujeres en los espacios de decisión y control, y promover la equidad de género y generacional en los factores de producción en comunicación.

**Reciprocidad.-** Consolidación de la interacción de los actores y sujetos sociales a través de la comunicación, para construir comunidad y ciudadanía. Las prácticas ancestrales de los pueblos y nacionalidades hablan de la reciprocidad en tanto el ser humano da y como recibe lo devuelve. Es el sentido de la minga, de la influencia y afectación. La reciprocidad se conecta con la corresponsabilidad en el acto comunicativo.

**Diversidad.-** Implica el reconocimiento del Ecuador como país heterogéneo y cambiante, con interrelaciones complejas, que se crean y recrean para la construcción de la unidad; es el reconocimiento y defensa de las distintas identidades, valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento, en tanto son elementos cohesionadores a través de los que se logra el sentido de pertenencia. Implica eliminar la imposición de visiones unívocas en el quehacer comunicacional, y promover los saberes y las tecnologías populares, la forma solidaria de organizarse, de dar respuesta propia. La diversidad conlleva el respeto a lo distinto.

**Inclusión.-** Se promueve y fomenta la incorporación y participación activa de las y los ciudadanos en toda práctica comunicativa, sin exclusiones ni discriminaciones lesivas a

la dignidad de las personas y comunidades; es facilitar el diálogo abierto, transparente a través de todos los medios y formas de relación social respetando y reconociendo la diversidad de ideas, pensamientos y posiciones.

**Participación.-** Es el proceso autónomo de involucramiento de las personas, grupos, colectividades, organizaciones, pueblos, nacionalidades como protagonistas en la toma de decisiones, en la conducción, en los procesos de construcción, y en la evaluación de todos los asuntos relacionados con la comunicación, en su interrelación con los otros elementos que constituyen la estructura societal ecuatoriana. Es una condición *sine quanon* del poder social, de la organización colectiva, necesarios para el ejercicio de una comunicación libre y democrática.

**Horizontalidad.-** El sistema de comunicación y las políticas públicas en la materia serán concebidos en función de superar las prácticas centralistas y concentradoras de poder, para lograr que en los procesos de decisión, en las prácticas comunicativas y en la generación de contenidos y mensajes, participen activamente los distintos sectores, pueblos y áreas geográficas del país.

**Acción afirmativa.-** Sin desmedro o afectación para los derechos de los demás ciudadanos, se adoptan medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos de la comunicación a colectivos humanos que se consideren fundadamente en situación de desigualdad real respecto de la generalidad de los ciudadanos. Tales medidas durarán el tiempo necesario para superar dicha desigualdad y su alcance se definirá para cada caso concreto.

**Reparación por violaciones a los derechos.-** El Estado, sus delegatarios, concesionarios y toda persona que actúa en ejercicio de la potestad pública en materia de comunicación, estarán obligados a reparar las violaciones a los derechos de los particulares por la falta o deficiencia en la prestación de los servicios públicos, o por las acciones u omisiones de sus funcionarios y funcionarias y empleados o empleadas en el desempeño de sus cargos.

**Repetición.-** El Estado ejercerá de forma inmediata el derecho de repetición en contra de las personas responsables del daño producido, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales y administrativas que estos tengan frente a terceros.

**No discriminación.-** Se prohíbe la discriminación de cualquier índole para acceder y disfrutar de los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, en los instrumentos internacionales, en esta ley o/y cualquier otra norma o acto jurídico.

**Soberanía.-** Es la base de la voluntad y participación del pueblo. Es complementaria a la integración regional y a la búsqueda de la paz en democracia y justicia social en el contexto internacional.

**Igualdad de los extranjeros.-** Las personas extranjeras que residan legalmente en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes, en materia de comunicación, que los nacionales, salvo en los casos que determine la ley.

## TÍTULO II EL SISTEMA NACIONAL DE COMUNICACIÓN

### CAPÍTULO I

## CONFORMACIÓN, ÓRGANOS DE RECTORÍA Y CONTROL

**Art. 6.- De la conformación del Sistema Nacional de Comunicación.-** El Sistema Nacional de Comunicación lo constituyen las entidades públicas y privadas, las organizaciones sociales, las personas, pueblos, nacionalidades, colectividades, los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, las políticas públicas, las normas, planes, programas, procesos, recursos y sus interrelaciones, para el ejercicio de la comunicación y de la información y coadyuvar al cumplimiento de los objetivos y mandatos constitucionales, en el ámbito de la comunicación.

**Art. 7.- Del órgano rector.-** El órgano rector del Sistema de Comunicación es el Ministerio del ramo encargado de definir, formular y ejecutar las políticas públicas y planes comunicacionales, de manera participativa con la sociedad, en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo; de garantizar el ejercicio de los principios y derechos de la comunicación, promover, fomentar, incentivar y regular las entidades, los procesos y recursos que conforman el Sistema, y, de coordinar las acciones de los actores involucrados, de acuerdo con esta Ley.

**Art. 8.- De las competencias del Ministerio del ramo.-** Son competencias del Ministerio las siguientes:

1. Representar al Presidente de la República en materia de comunicación.
2. Velar por el cumplimiento de los principios, derechos y mandatos consagrados por la Constitución, por los instrumentos internacionales de derechos humanos y convenios internacionales en materia de comunicación.
3. Articular los recursos y capacidades de los actores públicos y privados que conforman el Sistema, para lograr el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución, en esta ley y en otras normas del ordenamiento jurídico ecuatoriano.
4. Administrar y aplicar la ley referida a la comunicación social, los servicios de comunicación, telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación en cada una de sus especificidades.
5. Aprobar el Plan Nacional de Comunicación, en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan Nacional de Distribución de Frecuencias, cuya elaboración deberá contar con la participación de las personas y sectores de la sociedad.
6. Ejecutar la concesión de licencias para el funcionamiento de medios de comunicación privados y comunitarios, con base en el informe que presenta el Consejo Social de Comunicación.
7. Registrar a los operadores y servicios que soportan las diferentes redes electrónicas para la realización de las telecomunicaciones.
8. Dictar las políticas públicas en comunicación, telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación en correspondencia con las políticas de los sistemas que integran el Régimen del Buen Vivir, de conformidad con la Constitución. Estas políticas se establecerán con la participación social a través

de procesos de deliberación pública promovidos por el Estado y por la sociedad civil, articulados por el Sistema Nacional de Comunicación.

9. Aprobar el Plan Nacional de Distribución y Control de las frecuencias del espectro radioeléctrico, según lo estipula la Constitución y los convenios internacionales en coordinación con las entidades oficiales constituidas para su cumplimiento, así como establecer el plan tarifario de los servicios de comunicación.
10. Establecer los mecanismos para el acceso a la información por parte de toda la población ecuatoriana, de conformidad con la Constitución y las leyes.
11. Promover y fomentar la producción comunicacional nacional e independiente y facilitar su difusión y exhibición en todos los medios y espacios.
12. Establecer una distribución equitativa de la publicidad estatal entre los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.
13. Vigilar que los fondos públicos no sean utilizados para actividades comunicacionales que favorezcan intereses particulares de autoridades y funcionarios públicos.
14. Fomentar el ejercicio profesional de la comunicación que consolida la gestión organizacional e institucional, el empoderamiento, protagonismo, promoción e interacción de las personas, la concienciación y movilización social.
15. Fomentar la innovación tecnológica, la construcción de la infraestructura necesaria y el desarrollo de capacidades de la población para el acceso y uso universal de tecnologías de información y comunicación y de servicios de banda ancha, sin discriminación alguna.
16. Fomentar la producción nacional de hardware y software libre, facilitar y promover su adopción progresiva en el sector público y opcional para el sector privado y la ciudadanía.
17. Promover la investigación científica y tecnológica en comunicación en sus diferentes ámbitos y de las nuevas tecnologías de información y comunicación, encaminadas al desarrollo de la sociedad de la información y del conocimiento.
18. Fomentar, promover, fortalecer el desarrollo de los saberes, conocimientos, lenguas y prácticas ancestrales en comunicación social y protegerlos frente a cualquier forma de violación, de conformidad con los mandatos de la Constitución y la ley.
19. Implementar las medidas de acción afirmativa, para superar las asimetrías culturales, sociales, políticas, económicas, de género y generacionales
20. Establecer los mecanismos para garantizar el libre acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva; y de los adelantos tecnológicos que permitan la inclusión de personas con capacidades especiales.
21. Promover el funcionamiento de sistemas, redes, formas y medios de

comunicación públicos.

22. Vigilar y controlar la aplicación de las disposiciones legales sobre la promoción y publicidad en todo el territorio nacional.
23. Establecer un centro de documentación, que preserve el archivo sonoro, de imágenes y de textos escritos, en función de precautelar el patrimonio comunicacional y la memoria histórica
24. Establecer el registro de los medios de comunicación, de conformidad con el reglamento a la presente Ley.
25. Presentar para sanción del Presidente de la República, los reglamentos correspondientes a la presente Ley.
26. Presentar ante la Asamblea Nacional los informes que le sean requeridos en asuntos de su competencia.
27. Las demás que se señalen en la Constitución, tratados y convenios internacionales y en las leyes vigentes.

## CAPÍTULO II

### LOS ÓRGANOS DE SIGUIIMIENTO Y CONTROL

**Art. 9.- De los órganos de seguimiento y control.-** El seguimiento y control del ejercicio de la comunicación se opera a través de varias instancias, que tienen la competencia de sancionar las afectaciones positivas o negativas a los principios y derechos relativos a la comunicación consagrados en la Constitución y la presente Ley:

1. El Ministerio del Ramo, cuyas funciones se establecen en la presente Ley.
2. Consejo Social de Comunicación, cuyas funciones se establecen en la presente ley.
3. La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones es el órgano estatal de vigilancia, auditoría, intervención y control del uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico y del cumplimiento de la Constitución, de la presente ley, de los tratados internacionales y de las reglamentaciones de conformidad con la ley del sector.
4. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, CNT, empresa pública encargada de coordinar la gestión de las empresas de telecomunicaciones que son propiedad del Estado o en las que éste tiene más del 50% del paquete accionario.

Realiza el seguimiento y control sobre el desempeño y rendimientos de las empresas que forman parte de la Corporación, sobre la base de su plan de negocios corporativo, y presenta los informes al Ministerio del Ramo, órgano rector del Sistema de Comunicación.

5. La Coordinadora de Medios Públicos, es la encargada de supervisar administrativa y técnicamente el desempeño de estos medios y vigilar el cumplimiento de la Constitución, la presente ley y los reglamentos.

## CAPÍTULO III

### EL CONSEJO SOCIAL DE COMUNICACIÓN

**Art. 9.- De la definición del Consejo Social de Comunicación.-** Es un órgano con personalidad jurídica y autonomía administrativa y financiera, que tiene como finalidad velar y contribuir al ejercicio pleno de la comunicación y de la libertad de expresión, de conformidad con la Constitución de la República; articular las relaciones entre el Ejecutivo y la sociedad en la elaboración y aplicación de las políticas y planes públicos de comunicación; posibilitar la satisfacción de las demandas sociales, la defensa y garantía del funcionamiento de los medios públicos, privados y comunitarios e impulsar mecanismos y herramientas de participación ciudadana; conocer y resolver, en el ámbito de sus competencias, los reclamos y denuncias de las y los ciudadanos relacionados con la vulneración de los derechos y garantías consagrados en la Constitución y en la presente Ley.

El Consejo Social de Comunicación tendrá su sede en la Capital de la República. Se conformarán Consejos Sociales en al menos las siete regiones previstas en la Constitución y en otras circunscripciones territoriales, en donde se considere necesario para el cumplimiento de sus fines.

**Art.10 - De su Organización.-** El Consejo Social de Comunicación estará integrado por nueve miembros principales, con capacidad de voz y voto y sus respectivos suplentes, respetando la equidad de género y la representación, conforme la siguiente distribución:

1. Un representante del Ministerio del ramo
2. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador
3. Un representante de la Federación Nacional de Comunicadores Sociales.
4. Un representante de las organizaciones sociales.
5. Un representante de pueblos y nacionalidades indígenas.
6. Un representante de las organizaciones campesinas.
7. Un representante del pueblo afroecuatoriano.
8. Un representante de las escuelas y facultades de comunicación social.
9. Un representante de la ciudadanía.

En el caso de los Consejos Regionales, se mantendrá la misma conformación.

Para efectos de transparencia, cada organización presentará al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, los y las postulantes para ocupar la dignidad. La designación de los miembros del Consejo, garantizará la paridad entre hombres y mujeres y se realizará por concurso de oposición y méritos, bajo la conducción del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, en coordinación con el Consejo Nacional Electoral, con veeduría y derecho a la impugnación ciudadana, de conformidad con la Ley. Los miembros principales y suplentes serán designados en orden de prelación, según las calificaciones y el mayor puntaje. Los suplentes

reemplazarán a los principales cuando corresponda, de acuerdo a lo establecido en el reglamento a esta Ley.

Los ciudadanos y ciudadanas podrán presentarse al concurso, cumpliendo los requisitos establecidos en el Reglamento, para cumplir la representación en el Consejo.

Los miembros del Consejo cumplirán sus funciones por el lapso de cuatro años. La renovación se realizará de conformidad con el Reglamento, considerando que no podrá ser una renovación total al mismo tiempo.

El Presidente o Presidenta del Consejo Social de Comunicación será electo de entre los miembros principales, por mayoría simple, de acuerdo con el Reglamento. Será el representante legal del Consejo.

El Consejo establecerá una Dirección Ejecutiva y órganos de gestión para cumplir los fines de la presente Ley.

**Art. 11.- De las funciones del Consejo Social de la Comunicación.-** Son funciones del Consejo:

1. Velar por el ejercicio de la comunicación y el cumplimiento de los principios, derechos y garantías, en coparticipación con el Ministerio del ramo, actores públicos y privados y ciudadanía.
2. Participar en la elaboración de las políticas públicas, del Plan Nacional de Comunicación en correlación con el Plan Nacional de Desarrollo y del Plan Nacional de Distribución de las Frecuencias del Espectro Radioeléctrico.
3. Coordinar acciones con entidades, organizaciones, instituciones públicas, privadas nacionales internacionales y personas para la consecución de los objetivos y fines del Consejo.
4. Apoyar a los Ministerios de Educación y Cultura en los procesos formativos que incorporen el desarrollo de capacidades y destrezas para la comprensión de contenidos y mensajes comunicacionales.
5. Promover iniciativas de participación social en materia de comunicación, de conformidad con la Constitución y las leyes
6. Impulsar la investigación comunicacional, la deliberación pública y la conformación de observatorios ciudadanos de comunicación, orientados a la rendición de cuentas, crítica social y validación.
7. Promover la intraculturalidad e interculturalidad en el ejercicio de la comunicación.
8. Impulsar y proteger el desarrollo del conocimiento y prácticas ancestrales en comunicación social de personas, comunidades, pueblos, colectividades y nacionalidades.
9. Recoger de la ciudadanía y proponer a los medios contenidos que satisfagan las demandas sociales y posibiliten su diversificación y mejoramiento de la calidad,

en concordancia con la presente Ley.

10. Observar el cumplimiento de los mandatos de la Constitución, de los convenios internacionales y de la presente Ley, y sancionar para emular o castigar, según el caso.
11. Evaluar los mensajes difundidos por los medios de comunicación, incluidos los publicitarios, que afecten positiva o negativamente los derechos fundamentales consagrados en la Constitución, en tratados y convenios internacionales y en la presente Ley; sancionar y actuar de conformidad con las leyes.
12. Facilitar la mediación y resolución de conflictos que se suscitaren entre la ciudadanía, las entidades públicas y privadas, los medios de comunicación y los prestadores de otros servicios comunicacionales.
13. Coordinar con las instancias respectivas, la defensoría del usuario de productos y servicios comunicacionales.
14. Recibir, canalizar y llevar un registro de las consultas, reclamos y denuncias relacionadas con los medios, otros servicios de comunicación, formas y espacios de expresión regulados por esta Ley, sancionar en los casos que corresponda y poner en conocimiento de las autoridades competentes y de la ciudadanía, de conformidad con las leyes.
15. Receptar, aprobar o negar las solicitudes de licencias para el funcionamiento de los medios comunitarios y privados impresos y audiovisuales, con impugnación ciudadana, y elevar el informe al Ministerio del Ramo para la sanción respectiva.
16. Vigilar que no existan monopolios y oligopolios directos e indirectos de la propiedad de los medios, uso de las frecuencias y servicios de telecomunicaciones, de conformidad con la Constitución.
17. Aprobar el funcionamiento de los medios de comunicación, de conformidad con la presente Ley.
18. Fomentar y facilitar el desarrollo de capacidades de lectura crítica de medios y mensajes y la alfabetización digital.
19. Las demás que establezcan sus estatutos, de conformidad con la Constitución y la Ley.

**Art. 12.- De la autonomía del Consejo Social de Comunicación.-** El Consejo Social de Comunicación es un órgano independiente y autónomo, con personería jurídica; adoptará sus decisiones y ejercerá sus funciones sin ningún tipo de injerencias estatales o privadas.

**Art. 13.- Del financiamiento y fuentes.-** Los fondos para el funcionamiento del Consejo Social de Comunicación provendrán:

1. Del presupuesto del Estado.
2. De la autogestión.

## CAPÍTULO IV

### LAS FORMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Art. 14.- De las garantías.-** El Estado, garantizará la promoción, acceso y expresión de todas las formas de comunicación gráfica, visual, auditiva, sensorial y artística de las personas, pueblos, comunidades, colectivos y nacionalidades; aquellas que permitan la inclusión de personas con discapacidad; nuevas formas de sociabilidad de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes; formas de expresión a través de todo tipo de lenguajes, de las lenguas de los pueblos y nacionalidades e idiomas; formas que posibiliten la recuperación de la comunidad y contribuyan al fortalecimiento de la organización social; que permitan la legitimación de las diferentes culturas, expresiones del sentir, del modo de vida; que posibiliten la consolidación de las identidades; formas que permitan la recuperación del valor de la palabra.

**Art. 15.- De las responsabilidades.-** Los gobiernos autónomos descentralizados deben precautelar en su planificación y organización territorial, la creación, preservación y recreación de los espacios públicos en donde la ciudadanía ejerza la comunicación libre y directa y la expresión de pensamiento, opiniones, manifestaciones culturales y artísticas, costumbres, tradiciones y saberes ancestrales.

**Art. 16.- De los derechos de las personas, pueblos, comunidades y nacionalidades.-** Las personas, pueblos, comunidades y nacionalidades tienen el derecho a:

1. Acceder, producir y expresarse, en igualdad de condiciones, a través del teatro, cine, danza, música, pintura, escultura, arquitectura, literatura, como formas de comunicación y bienes universales, condición inmanente del buen vivir.
2. Promover, promocionar, proteger y difundir las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales.
3. Utilizar espacios públicos y comunitarios que le posibiliten su participación, expresión e interacción, sin contravenir las normas de convivencia social y las ordenanzas municipales.

**Art. 17.-** Los diferentes grupos sociales, especialmente los juveniles, que tienen formas propias y diferentes de expresión, no serán objeto de estigmatización alguna, por parte del Estado y de la sociedad.

**Art. 18.- De los derechos de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes.-** Los niños, niñas, adolescentes y jóvenes son sujetos de privilegio, con el derecho a:

1. Expresar libre y voluntariamente sus criterios, opiniones, sentimientos, iniciativas, capacidad creativa, sin ser coartados a través de formas directas o veladas, en los hogares, las casas comunales o barriales, en los centros educativos, en los espacios públicos, en los parques y plazas públicos.
2. Ser protagonistas de actos comunicacionales que deben organizar las instituciones públicas y privadas.

3. Utilizar los centros educativos públicos y privados como espacios gratuitos de libre expresión social, cultural, deportiva.

## CAPÍTULO V

### LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Art. 19 .- De la definición.-** Se consideran medios de comunicación social a las organizaciones o entidades que integran el Sistema Nacional de Comunicación, cuya competencia es buscar, recopilar, producir, procesar y difundir, en forma estable, permanente y/o periódica, textos escritos, sonidos y/o imágenes destinados a la sociedad, con cualquier tipo de soporte técnico y/o tecnológico. El fundamento de su creación y existencia será, ante todo, el servicio a la comunidad y el interés colectivo.

Un medio de comunicación es un ambiente social que se sirve de diversas plataformas tecnológicas, materiales y formales para genera un espacio social d comunicación empleando diversos lenguajes que, explícita o implícitamente, proporcionan una significación de los contenidos que circulan en dicho espacio, contenidos en los cuales subyace, en todos los casos, una intencionalidad.

Las entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio o accionistas, no podrán participar en el control del capital, en la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social.

**Art. 20.- De los Tipos de Medios.-** Para efectos de esta ley, los medios de comunicación social, con cualquier tipo de soporte físico y/o electrónico, tendrán el carácter de públicos, privados y comunitarios, de conformidad con la Constitución.

**Art. 21.- De los derechos de las personas en relación a los medios.-** Las personas, pueblos, comunidades, colectivos y nacionalidades, tienen derecho a recibir contenidos o mensajes que:

1. No atenten a la seguridad interna o externa del Estado, definida en la Constitución, instrumentos internacionales y en las leyes, sin perjuicio de la libertad de información y de expresión y cumplimiento de los demás derechos.
2. No inciten a la violencia física o psicológica, utilizando sobre todo, a niños, niñas, adolescentes, mujeres o ancianos.
3. No promuevan cualquier forma de discriminación, explotación sexual, xenofobia, racismo, pederastia, pornografía infantil, consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, intolerancia religiosa o política y otros, que afecten su dignidad.
4. No contengan textos e imágenes que escandalicen o que conviertan en espectáculo las situaciones, hechos o acontecimientos.
5. No se basen en supuestos y rumores que puedan producir perjuicio o conmociones sociales o públicas.
6. No hagan apología del odio, delito, violencia.

7. No se obtengan mediante videos y/o grabaciones magnetofónicas clandestinas o no autorizados por los involucrados.
8. No sean producto de uso de cámaras ocultas, grabadoras escondidas, teleobjetivos y métodos de encubrimiento, que implican intromisión en la vida privada de las personas.
9. No denigren, desvaloricen o influyan negativamente en el pensamiento y vivencias de los niños, niñas y adolescentes.
10. No desvaloricen y denigren la producción comunicacional local y nacional.
11. No atenten, de manera directa o indirecta, a los derechos y garantías de las personas.

**Art. 22.- Del derecho de petición de información.-** Las personas aludidas en contenidos de los medios de comunicación, tienen derecho a solicitar la entrega, en forma oportuna y gratuita, de copia de los textos escritos, grabaciones de audio o videos o textos.

**Art. 23.- De la responsabilidad social de los medios de comunicación.-** La responsabilidad social de los medios de comunicación se materializa en el deber de contribuir a la construcción de una sociedad intercultural, de respeto, justicia, equidad, solidaridad y reciprocidad, y en el deber de respuesta crítica a las posiciones, acontecimientos y procesos en cada uno de los ámbitos del quehacer humano, con el fin de que la ciudadanía desarrolle su capacidad de deliberación, argumentación y decisión para actuar, en el marco democrático que consagran la Constitución y la Ley.

La responsabilidad social de los medios se expresa en el respeto, protección y promoción de:

1. Los derechos humanos, de la diversidad política, religiosa, social, cultural, lingüística y étnica, de las identidades de los pueblos y nacionalidades en el marco de la plurinacionalidad e interculturalidad, consagrados en la Constitución y en los convenios y tratados internacionales.
2. La formación de una opinión libre, crítica y autónoma sobre la realidad local, nacional y mundial, que fortalezca la participación, deliberación y toma de decisiones en plenitud de derechos.
3. Los valores, creatividad, sabiduría y talento locales y nacionales en sus diversas manifestaciones.
4. La integración política, económica, cultural de la Región Andina y de América Latina.
5. La no divulgación de la identidad de menores de edad en casos de implicación como autores, cómplices, encubridores o de ser testigos de delitos, o de cualquier otro antecedente que conduzca a su identificación.
6. La paz, la autodeterminación e integración de los pueblos, la soberanía, la

solución pacífica de las controversias y conflictos, la libre movilidad de los ciudadanos y la seguridad nacional tal como lo establece la Ley de Seguridad Pública y del Estado.

7. La participación mancomunada contra toda forma de discriminación, el apartheid y la incitación a la guerra, la violencia, toda forma de colonialismo, neocolonialismo, la ocupación, e intervención extranjera y agresión a la soberanía.
8. La educación formal y no formal de niños, niñas adolescentes y adultos dirigida a fortalecer la autoestima, el sentido de pertenencia, la cohesión social, la identidad, las diversidades, los valores, el respeto a la naturaleza y la sabiduría ancestral.
9. La integridad, el honor, dignidad y la privacidad de las personas.

**Art. 24.- De los derechos de los medios de comunicación.-** Son derechos de los medios:

1. Ejercer y hacer cumplir el derecho a la libertad de pensamiento y expresión, sin sujeción a censura previa sino a responsabilidades ulteriores, de conformidad con los principios y derechos consagrados por la Constitución, para las personas, comunidades, colectivos, pueblos y nacionalidades.
2. Ejercer la libertad de información de conformidad con la Constitución, leyes, principios y códigos de ética que guían su funcionamiento, sin restricciones por vía o medios indirectos.
3. Acceder en forma transparente y descentralizada a la publicidad oficial.
4. Demandar y recibir información transparente y oportuna de las entidades públicas, o de las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas, con las excepciones establecidas en la Constitución, instrumentos internacionales y en las leyes.
5. Recibir de las Funciones del Estado y de los gobiernos en todos los niveles, las facilidades necesarias para el desarrollo de la labor informativa, sin preferencias ni discriminaciones.
6. Acceder a la información sobre los contratos que el Estado, el gobierno central y los autónomos descentralizados realizan con los medios, las tarifas a las que están sujetos, la duración de los espacios contratados, los criterios de selección y demás elementos complementarios.
7. Los demás derechos establecidos en la Constitución y la presente Ley.

**Art. 25.- De la responsabilidad personal.-** Para el efectivo cumplimiento de la acción comunicativa con responsabilidad social, el representante legal del medio de comunicación social, empresa periodística, cinematográfica, de radio, televisión, impresa o internet, responderá personal y solidariamente por las acciones u omisiones atentatorias a los derechos y garantías establecidas en la presente Ley.

**Art. 26.- De los deberes de los medios de comunicación.-** Es deber de los medios de comunicación social:

1. Difundir contenidos informativos, formativos, culturales, artísticos, científicos y recreativos de calidad que promuevan y fortalezcan el desarrollo de las capacidades y la formación de todas las personas.
2. Incluir la participación democrática de los distintos sectores de la sociedad en la definición de sus contenidos, en función de lograr su diversificación y alta calidad.
3. Difundir contenidos en las lenguas de los distintos grupos y nacionalidades, en horarios preferenciales, de conformidad con la realidad del área de cobertura del medio.
4. Incluir al menos un 20% de contenidos de origen latinoamericano de entre los provenientes del extranjero, en todos los géneros y formatos.
5. Incluir a las personas, pueblos, colectivos, comunidades y nacionalidades como protagonistas de la información y de la opinión.
6. Difundir información verificada, oportuna, responsable, precisa, contextualizada, plural, contrastada, acerca de los asuntos, hechos, acontecimientos y procesos de interés general, sin censura previa y con responsabilidad ulterior.
7. Difundir contenidos de calidad dedicados a niños, niñas y adolescentes en espacios y horarios apropiados, y a sectores de la población no contemplados por el interés comercial.
8. Promover y privilegiar la producción cinematográfica y audiovisual local y nacional independiente con estándares de calidad y asignar espacios para la difusión. Los medios audiovisuales de alcance nacional o regional, obligatoriamente, incluirán en su programación mensual al menos un 30% de tiempo para la difusión de dicha producción.
9. Establecer en los medios locales y regionales un 30% de la totalidad de espacios y programación semanal para la difusión de contenidos de carácter local y regional.
10. Conservar y custodiar todos los contenidos de la programación de los medios audiovisuales durante el lapso de al menos seis meses y ponerlos inmediatamente a órdenes de las autoridades competentes cuando éstas así lo requieran.
11. Difundir obligatoriamente el contenido de temas sometidos a consulta popular, así como las distintas opiniones y alcance de las afectaciones.
12. Participar en los procesos convocados por el Ministerio del ramo y el Consejo Social de Comunicación para intercambiar opiniones y lograr acuerdos para el mejoramiento del ejercicio comunicacional.
13. Dar el crédito correspondiente cuando se reproduzcan contenidos de otros

medios.

**Art. 27.- De los espacios destinados al Estado en los medios de comunicación.-**

Las Funciones del Estado y los gobiernos en los distintos niveles, tendrán espacios gratuitos en los medios de comunicación, siempre que estén destinados a informar y generar opinión sobre la gestión administrativa, y a la difusión de contenidos de interés colectivo y sobre servicios a la comunidad, de conformidad con el reglamento a la presente Ley.

## **CAPÍTULO VI LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS**

**Art. 28.- De la definición.-** Los medios de comunicación públicos pertenecen a la sociedad ecuatoriana. No tienen fines de lucro. Responden a las demandas de la población y no de los gobiernos de turno, por lo que su estructura y su política editorial es independiente. Su finalidad, además de la establecida para todos los medios, es producir y difundir contenidos esencialmente formativos y de alta calidad que reflejen la diversidad cultural, étnica, social y de la naturaleza, y fomenten la interculturalidad, la identidad nacional y los valores y creatividad culturales locales y nacionales.

**Art. 29.- De la estructura organizacional de los medios públicos.-** Todos los medios públicos existentes y por crearse, serán administrados por la Coordinadora de Medios Públicos, integrada por:

1. Un representante del Ministerio del ramo.
2. Un representante del Ministerio de Cultura.
3. Un representante de los gobiernos autónomos descentralizados.
4. Un representante del Consejo Social de Comunicación.
5. Un representante de las escuelas y facultades de comunicación.
6. Un representante de la Federación Nacional de Comunicadores Sociales.
7. Un representante de las organizaciones de niños, niñas y adolescentes.
8. Un representante de la ciudadanía.
9. Un representante de las Nacionalidades y Pueblos.

Cada representante será designado por las organizaciones respectivas. El representante de la ciudadanía será designado con el mecanismo establecido en el Art. 10.

Los medios públicos pueden ser de carácter nacional, regional y local, dependiendo de la cobertura y la población a la que acceden. La asignación de frecuencias para medios audiovisuales públicos no estará sujeta a restricciones que tienen que ver con la potencia y cobertura.

La organización administrativa y técnica de cada medio público regional y local contará con la participación de representantes sociales de cada nivel, de conformidad con el reglamento, a fin de garantizar el ejercicio de los derechos de las personas, pueblos, nacionales y colectividades.

**Art. 30.- El financiamiento de los medios públicos.-** El financiamiento provendrá de:

1. Presupuesto general del Estado.

2. Una tasa pagada por la población, fijada en su porcentaje por la autoridad competente.
3. La publicidad oficial, según el reglamento a la presente Ley.
4. La publicidad de carácter social, cultural
5. Donaciones que el medio considere procedente.
6. La venta de sus producciones y servicios.
7. Porcentaje del total de ganancias obtenidas por transmisión exclusiva de eventos deportivos, culturales o de otro género, a través de los medios audiovisuales.

El financiamiento en cualquier modalidad no podrá interferir las políticas editoriales de los medios.

Los excedentes se reinvertirán en el propio medio de comunicación para su sostenibilidad.

**Art. 31.- Del ejercicio de control.-** El financiamiento y su administración y manejo de fondos públicos estarán sujetos a la auditoría y control posterior de los organismos competentes.

**Art. 32.- De los requisitos para el funcionamiento de los medios públicos.-** El Consejo Social de Comunicación autorizará el funcionamiento de los medios públicos, siempre que se cumpla el siguiente requisito:

Aprobación del Proyecto de funcionamiento, presentado por la ciudadanía, de conformidad con el reglamento. El proyecto incluirá la estructura organizativa y de contenidos, objetivos, obligaciones, personal técnico y de comunicación, equipamiento, presupuesto, formas y fuentes de financiamiento.

**Art. 33.- De la Coordinadora de Medios Públicos.-** La Coordinadora de Medios Públicos es una instancia social constituida para la administración y gestión de tales medios.

Sus funciones son:

1. Preparar y presentar al Consejo Social de Comunicación el plan nacional, los planes regionales y locales para el funcionamiento de los medios públicos, en correspondencia con el plan nacional de comunicación y las políticas públicas en este campo y con base en las propuestas de las poblaciones de cada nivel.
2. Presentar los informes anuales y los que requiera el Consejo Social de Comunicación.
3. Supervisar administrativa y técnicamente el desempeño de los medios públicos de comunicación.
4. Vigilar que en los espacios impresos y en la programación de los medios audiovisuales se incorporen contenidos propuestos por las organizaciones sociales y de los pueblos, nacionalidades y comunas.
5. Convocar consultas, audiencias, foros, a nivel nacional, regional y local para orientar las políticas para el funcionamiento de los medios, espacios,

programación y contenidos.

6. Rendir cuentas sobre la gestión a nivel nacional, regional y local.
7. Promover la participación de la población en la producción de contenidos a ser difundidos por los medios públicos.

El financiamiento de la Coordinadora proviene de los fondos establecidos para el funcionamiento de los medios públicos, conforme la presente ley.

## **CAPÍTULO VII**

### **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS**

**Art. 34.- De la definición.-** Se consideran medios de comunicación privados aquellos cuya propiedad, capital, administración y dirección corresponde a personas naturales y jurídicas privadas, reconocidas por la Constitución y las leyes. Su finalidad social es la establecida para todos los medios.

**Art. 35.- Del ejercicio de control.-** La creación, administración, dirección, capital y propiedad se sujetará a las disposiciones de la Ley de Compañías.

**Art. 36.- Del capital social y de la participación extranjera.-** Los medios de comunicación privados deberán funcionar con capital social de origen nacional; se permite la participación de capital extranjero hasta un máximo del 25% del capital social, que otorga derecho a voto hasta por el mismo porcentaje.

El financiamiento provendrá de cualquier fuente permitida por las leyes del Ecuador. Independiente de ello, una fuente extranjera solo podrá participar con su capital en un solo medio.

**Art. 37.- De la prohibición.-** Ninguna persona natural o jurídica podrá participar como accionista en diversos medios de comunicación, con el fin de cumplir los principios de la presente Ley.

**Art. 38.- De la distribución de excedentes.-** Las utilidades se distribuirán de conformidad con sus estatutos y las leyes.

## **CAPÍTULO VIII**

### **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS**

**Art. 39.- De la Definición.-** Se consideran medios de comunicación comunitarios aquellos que no persiguen fines de lucro y cuya propiedad, capital, administración y dirección corresponden a organizaciones sociales, culturales, educativas, comunidades, pueblos, colectividades y nacionalidades, cuya función está encaminada a fortalecer las tradiciones, pertenencia histórica e identitaria y los vínculos que les identifican como miembros de su comunidad y sus interrelaciones con la sociedad. Privilegian la comunicación en las lenguas originarias de los pueblos y nacionalidades. Precautelan la visión colectiva y promueven la intraculturalidad y la interculturalidad. Se

articulan a procesos organizados y responden al plan de fortalecimientos de las comunidades a las que pertenecen. Su estructura y su política editorial tienen esa finalidad, además de la establecida para todos los medios. La definición de la programación se realiza con la participación de la comunidad.

**Art. 40.- De la subsidiariedad y progresividad.-** Para el funcionamiento de los medios comunitarios, específicamente de los pueblos y nacionalidades, se considerarán los principios de progresividad y subsidiariedad a fin de lograr el equilibrio con otros sectores.

**Art. 41.- Del ejercicio de control.-** La creación, administración, dirección y propiedad de los medios comunitarios se sujetará a las leyes vigentes referidas a los distintos tipos de organización. Para la obtención de la licencia, la respectiva organización deberá demostrar su finalidad, conforme lo establece el artículo 39.

La asignación de frecuencias para medios audiovisuales comunitarios no estará sujeta a restricciones que tienen que ver con la potencia y cobertura.

**Art. 42.- Del financiamiento.-** El financiamiento proviene de:

1. Donaciones, aportes solidarios, suscripciones, auspicios y patrocinios.
2. La venta de sus producciones y servicios comunicacionales.
3. La publicidad.
4. Porcentaje del total de ganancias obtenidas por transmisión exclusiva de eventos deportivos, culturales o de otro género, a través de los medios audiovisuales.

El financiamiento no condicionará las políticas editoriales.

**Art. 43.- De la distribución de excedentes.-** Los excedentes se reinvertirán en el propio medio de comunicación para su sostenibilidad y en acciones encaminadas a cumplir los objetivos de los sectores a los que pertenecen.

## CAPÍTULO IX

### LA LICENCIA PARA EL FUNCIONAMIENTO

**Art. 44.- De los requisitos para el funcionamiento de los medios privados y comunitarios.-** El funcionamiento de los medios de comunicación privados y comunitarios estará sujeto a la concesión de la licencia, de conformidad con la presente ley. Para efectos de esta ley, los adjudicatarios de licencias de funcionamiento de medios de comunicación comunitarios serán personas jurídicas y de los medios privados serán personas naturales o jurídicas.

La adjudicación de la licencia se sujeta a los siguientes requisitos generales, sin que esto exima el cumplimiento de los requisitos establecidos en el reglamento a esta ley:

1. Las personas naturales y los representantes legales, miembros del directorio y accionistas de las personas jurídicas deberán presentar a la autoridad competente, una declaración juramentada donde conste que no poseen participaciones permanentes, totales o parciales en empresas, entidades o grupos financieros, sujetos al control y fiscalización de la Superintendencia de Bancos y Seguros.
2. Ser ecuatoriano o ecuatoriana.
3. Justificar el origen de los fondos comprometidos en la inversión a realizar.
4. No ser deudor moroso de obligaciones fiscales, laborales y de seguridad social, ni ser deudor de impuestos o multas instituidas en las leyes de la República.
5. No ser dignatario o representante de las Funciones del Estado, u ocupar una función de dirección en las instituciones del Estado.
6. Estar legalmente constituido como persona jurídica, de acuerdo con las leyes vigentes en el país.
7. Presentar ante la autoridad competente, declaración juramentada donde manifieste no tener vinculación jurídica societaria, ni ser filial o subsidiaria de sociedades extranjeras, ni sujeción directa o indirecta con empresas o sociedades extranjeras ni de realizar actos, contratos o pactos societarios que den lugar a una posible injerencia en la administración del medio y en su política editorial.
8. Presentar certificado del Consejo Nacional Electoral que acredite no ser miembro de la directiva de un partido político.
9. Presentar ante la autoridad competente, declaración juramentada que manifieste no tener vínculos de parentesco hasta en un cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad con los adjudicatarios de licencias.
10. Presentar certificado otorgado por la Superintendencia de Compañías, donde conste no tener vínculos con sociedades bajo la modalidad de franquicia.
11. En el caso de extranjeros residentes legalmente en Ecuador, presentar ante la autoridad competente, declaración juramentada donde manifieste que su participación no supera el 25% de la totalidad del paquete accionario,

El Ministerio del Ramo y el Consejo Social de Comunicación, en lo que a cada uno corresponde, no podrán negar la licencia bajo ningún concepto, salvo en caso de incumplimiento de los requisitos establecidos en esta Ley

**Art. 45.- De la aprobación del proyecto comunicacional para la obtención de la licencia.-** Para la obtención de la licencia, el peticionario debe presentar un proyecto comunicacional que incluye: estructura organizativa, de contenidos y de programación, objetivos y obligaciones, código de ética, niveles de responsabilidad de las/los comunicadores sociales, plan de gestión y sostenibilidad, estudio técnico, lugar de instalación, ámbito de cobertura, personal técnico, equipamiento, presupuesto, formas y

fuentes de financiamiento, y otros, de conformidad con el reglamento. Esta es la condición determinante para dicha obtención.

**Art. 46.- Del número límite de licencias por adjudicatario.-** Una misma persona natural o jurídica puede ser adjudicataria de licencias, de conformidad con los Artículos 57 y 61 de la presente Ley, a lo que se añade la posibilidad de una sola licencia para cualquier medio impreso.

**Art. 47.- Del plazo de vigencia de la licencia.-** La licencia para el funcionamiento de los medios tendrá una vigencia de siete años, que podrá ser renovada, siempre que se cumplan los requisitos establecidos en la presente Ley. No podrán obtener la renovación de la licencia quienes hayan sido sancionados reiteradamente con falta grave, según la tipificación establecida por la presente ley y sus reglamentos. Para la renovación de las licencias el Consejo Social de Comunicación deberá someter la solicitud a una audiencia pública cuyos resultados serán considerados para el informe respectivo.

**Art. 48.- De la extinción de la licencia.-** Las licencias se extinguirán por las siguientes causales:

1. Vencimiento del plazo por el cual se adjudicó la licencia.
2. Renuncia a la licencia o voluntad del licenciatarario.
3. Disolución de las personas jurídicas.
4. Quiebra dolosa o culposa del licenciatarario.
5. Suspensión injustificada de la circulación o emisión durante más de un mes, fuera de la periodicidad del medio, en el lapso de un año.
6. Incumplimiento del proyecto comunicacional aprobado para el funcionamiento, a partir de la mitad del tiempo otorgado para la licencia.
7. Inobservancia de los principios y mandatos consagrados en la Constitución y en la Ley.
8. No instalación del medio en el plazo establecido por ley, debido a causas imputables al licenciatarario.
9. Las demás establecidas en la presente ley.

**Art. 49.- De la indelegabilidad.-** Las personas naturales o jurídicas adjudicadas por el organismo competente para el funcionamiento de medios de comunicación, no podrán delegar este funcionamiento a terceros. Se considera delegación y susceptible de sanción por falta grave:

1. Ceder a cualquier título o venta de espacios para terceros la programación o espacios impresos en forma total o parcial.
2. Celebrar contratos de exclusividad con empresas comercializadoras de publicidad.

3. Celebrar contratos de exclusividad con organizaciones productoras de contenidos.
4. Otorgar mandatos o poderes a terceros o realizar negocios jurídicos que permitan sustituir a los titulares en el funcionamiento de los medios.

Dado que las licencias para el funcionamiento de medios de comunicación comunitarias se otorgan a organizaciones con personería jurídica y sin finalidad de lucro, cuyos directorios cambian periódicamente, se establece que dicho cambio no afecta el derecho de concesión que la organización ha adquirido al ganar el correspondiente concurso público, ni puede interpretarse como una transferencia de la concesión de unas a otras personas.

**Art. 50.- De las excepciones a la indelegabilidad de la licencia.-** Se exceptúan de lo previsto en el artículo precedente, los siguientes casos:

1. Para los casos de fallecimiento de la persona natural titular de la licencia, los herederos que justifiquen idoneidad y cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley podrán continuar con su uso, hasta el vencimiento del plazo para el funcionamiento, con posibilidad de la renovación. En caso de que los herederos sean no idóneos, podrá nombrarse un administrador que demuestre el cumplimiento de los requisitos para la licencia, pudiendo operar hasta la culminación de la vigencia de la licencia.
2. Para el caso de personas jurídicas, cuando se produce cambio de accionistas, fusión o transformación de la personalidad jurídica, la autoridad competente deberá calificar y autorizar la idoneidad de los nuevos accionistas, para el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente ley.
3. Previa autorización de la autoridad competente, la persona natural licenciataria de los medios de comunicación podrá dar en arrendamiento dicho medio por un lapso máximo de dos años y por una sola vez, en caso de enfermedad grave y/o prolongada, debidamente certificada por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social - IESS. El arrendatario deberá cumplir los mismos requisitos y obligaciones contemplados para el licenciatario. Se prohíbe toda forma de subarrendamiento.

**Art. 51.- Transparencia y Registro.-** Todas las personas jurídicas que sean beneficiarias de las licencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión deben entregar anualmente al Ministerio del ramo los nombres de las personas que las representan legalmente, los miembros de sus directorios y, en el caso de empresas privadas, la nómina de sus socios o accionistas. Deberán así mismo publicar esta información en sus páginas web y notificar cualquier cambio al respecto de estas personas al Ministerio del ramo.

**Art. 52.- Del pago por la licencia.-** El licenciatario deberá cancelar los valores estipulados en el reglamento a la presente Ley. En caso de que un licenciatario de radio y televisión, tenga repetidoras también cancelará los valores de conformidad con el reglamento.

**Art. 53.- De la tarifa ciudadana.-** Para la difusión y promoción de actos culturales, deportivos y sociales que involucren a sectores sociales que no tienen capacidad de pago por las formas de publicidad comercial, los medios de comunicación privados pondrán a disposición una tarifa ciudadana implementada de conformidad con el reglamento a esta ley. Esta potestad será compensada con la respectiva exención en la tributación.

**Art. 54 .- De la excepción para obtener licencia.-** No están sujetos a la obtención de la licencia para el funcionamiento, los medios impresos con una tirada menor a tres mil ejemplares y los medios que se difunden únicamente en internet.

**Art. 55.- De los medios impresos de origen internacional.-** El reglamento a la ley establecerá regulaciones para los casos de los medios impresos de origen internacional publicados en el Ecuador y de los medios editados en el Ecuador, cuya circulación es principalmente internacional.

## CAPÍTULO X

### TRIBUTACIÓN Y DEDUCCIONES

**Art. 56.- De la tributación de los medios.-** Todos los medios de comunicación privados tributarán un impuesto proporcional al monto de la facturación correspondiente a la comercialización de publicidad, a programas, señales, contenidos, abonos y todo otro concepto derivado de la explotación de la licencia.

Ojo ASUNTO DE TRIBUTOS CONVERSAR CON SRI-

En lo que se refiere a los servicios de radiodifusión, las señales extranjeras tributarán un impuesto proporcional al monto de la facturación de la comercialización de espacios y publicidad de cualquier tipo, en contenidos emitidos en cualquiera de los servicios regulados por la presente ley.

El Servicio de Rentas Internas tendrá la competencia para ejercer la fiscalización, el control y la determinación del impuesto instituido en la presente ley, así como las tasas que eventualmente se impongan por decisión del Consejo Social de Comunicación.

**Art. 57.- De las deducciones.-** Los medios a los que se refiere el artículo anterior, podrán deducir de la facturación las bonificaciones y descuentos comerciales que efectivamente se contabilicen y que se encuentren vigentes en las leyes tributarias.

El Ministerio del ramo comunicará al Servicio de Rentas Internas para que disponga las deducciones temporales de los impuestos, en las siguientes circunstancias:

1. Por la realización de productos culturales y educativos, podrá deducirse hasta el 30% del monto a pagar, correspondiente al año en que se produjo la obra. La exoneración prevista estará sujeta a la prueba de cumplimiento de las obligaciones laborales y de la seguridad social con la totalidad de los trabajadores de los medios.

2. Los medios situados en zonas de frontera, gozarán de exención del pago del impuesto durante los tres primeros años de funcionamiento. La exoneración prevista estará sujeta a la prueba de cumplimiento de las obligaciones laborales y de la seguridad social con la totalidad de los trabajadores de los medios.
3. Por causas declaradas como estado de excepción, a nivel nacional o provincial, podrá reducirse hasta el 20% del monto total del impuesto, durante el tiempo de vigencia de la declaratoria.
4. Por la transmisión de producciones ecuatorianas calificadas por el IECA que sobrepase el porcentaje de obligatoriedad establecida en la Ley y que no podrá ser menor al 60%.
5. Por la prestación de un servicio de difusión enmarcado en la tarifa ciudadana, según lo estipulado en el reglamento a la presente Ley

### **TÍTULO III**

## **LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

### **CAPÍTULO I**

## **LA INTEGRACIÓN Y LA REGULACIÓN**

**Art. 58.- Del régimen de las telecomunicaciones.-** La gestión de las telecomunicaciones constituye un servicio público estratégico que se presta a los ciudadanos bajo un régimen de intervención estatal necesaria y competencia regulada para los actores privados y comunitarios que realizan actividades en el sector. Son recursos públicos de las telecomunicaciones: el espectro radioeléctrico, el recurso numérico y la órbita geoestacionaria.

**Art. 59.- De la regulación.-** La presente Ley regula todos los servicios de comunicación incluyendo los de telecomunicaciones, radiodifusión, informáticos, tecnologías de información y comunicación y el conocimiento y todos los servicios convergentes, en los aspectos de la actividad cultural, cuya responsabilidad implica la búsqueda, producción, manejo y socialización de contenidos encaminados al cumplimiento de los derechos a la comunicación, consagrados en la Constitución.

Se establecen las condiciones jurídicas para el uso y aprovechamiento de los recursos públicos de las telecomunicaciones así como para la instalación y explotación de redes electrónicas, y la prestación de servicios de telecomunicaciones, incluidas las concesiones para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión.

**Art. 60.- De la integración de los servicios.-** Forman parte del sistema de comunicación y, del proceso para la socialización de contenidos a través de los medios, los siguientes:

1. Los servicios de telecomunicaciones, que comprenden la voz, datos, imagen, signos, señales, textos, sonidos, video y combinados o multimedios, a través de diferentes aplicaciones tecnológicas, por sistemas alámbricos o inalámbricos. Los servicios de telecomunicaciones son considerados servicios públicos en todas las modalidades como la telefonía fija, los servicios móviles, los servicios portadores, servicios de valor agregado, servicio de despacho de voz y

mensajes, servicios de Internet y cualquier otro por crearse. El uso de redes privadas se considera como una actividad de interés público.

2. Los servicios de radiodifusión y televisión o servicios de comunicación audiovisual, comprenden la radiodifusión televisiva y sonora analógica y digital, televisión por cable, televisión satelital, IPTV hacia receptores fijos y móviles, independientemente del soporte utilizado con o sin suscripción, en cualquiera de los casos.
3. Los servicios convergentes de las telecomunicaciones, la informática y la radiodifusión, las aplicaciones de tecnologías de comunicación e información referidas a un conjunto de redes, tecnologías, software y dispositivos integrados a sistemas de información interconectados y complementarios que facilitan la vinculación e interrelación de amplios grupos humanos.
4. Las aplicaciones de tecnologías de información y conocimiento, referidas al procesamiento y apropiación de la información que realiza la sociedad como base para el desarrollo del conocimiento. La capacidad, habilidad y sensibilidad humana para el uso de estas aplicaciones hace posible las transformaciones en lo social, cultural, económico, político e institucional para arribar a la sociedad del conocimiento y la sociedad del saber.

**Art. 61.- Intervención estatal necesaria y competencia regulada.-** La gestión de las telecomunicaciones se realizará con subordinación al principio de intervención necesaria del Estado que implica la potestad estatal de:

1. Administrar directamente los recursos públicos que se requieren para la realización de las telecomunicaciones pudiendo concesionar su uso y aprovechamiento a actores públicos, privados y/o comunitarios, siempre que esto sirva para cumplir los objetivos del Régimen de Telecomunicaciones establecidos en esta Ley.
2. Aplicar esta Ley, los reglamentos y demás normas jurídicas a través de las instituciones estatales que realizarán la organización del sector de las telecomunicaciones y las que ejercerán la rectoría y control de los actores públicos, privados y comunitarios que desarrollen actividades en este sector.
3. Realizar directamente la instalación y explotación de redes electrónicas así como la prestación de servicios de telecomunicaciones.
4. Establecer un marco de competencia regulada para que los actores públicos, privados y comunitarios puedan realizar la instalación y explotación de redes así como la prestación de servicios de telecomunicaciones.
5. Gestionar eficazmente los recursos públicos limitados de las telecomunicaciones, tales como el espectro radioeléctrico, el recurso numérico, los recursos críticos de Internet y la órbita geoestacionaria.

Son titulares del espectro radioeléctrico todos los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianas. Las regulaciones para administrar para aprovechar el uso y aprovechamiento de este recurso público se establece en esta ley.

Son titulares del recurso numérico todos los ciudadanos y ciudadanas

ecuatorianas, y a ellos se asignarán directamente los números de teléfono fijo y móvil que soliciten.

El ciudadano que recibe el número de teléfono fijo o móvil que solicitó, podrá elegir libremente la operadora con la que quiere contratar estos servicios y cambiarse a otro proveedor sin tener que cambiar el número asignado.

La asignación del dominio del nivel superior del código del país y de los demás que sean definidos como recursos críticos del Internet, es administrada por el Estado de conformidad con la ley.

El Estado ejercerá el derecho de uso sobre los segmentos correspondientes de la órbita sincrónica geostacionaria por ser un recurso natural limitado, permitiendo el uso de la misma a otros Estados en las condiciones que establece el ordenamiento jurídico internacional y los acuerdos que el Ecuador tiene suscritos para la regulación de dicho espacio.

**Art. 62.- Respeto a normas ambientales.-** El aprovechamiento de los recursos, redes, servicios y equipos de las telecomunicaciones se realizará con pleno respeto a las normas ambientales. Las personas, empresas y entidades que realicen actividades de telecomunicaciones, fabricación y comercialización de equipos para tal efecto, promoverán prácticas amigables y respetuosas con el ambiente para el consumo, descarte y, cuando fuere procedente, el reciclaje de los materiales y aparatos que se hayan utilizado.

Para la definición de normas reglamentarias que regulen las actividades de telecomunicaciones desde la perspectiva ambiental, el Ministerio de Comunicación establecerá las coordinaciones necesarias con los organismos competentes.

## CAPÍTULO II

### INSTALACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE REDES PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Art. 63.- La infraestructura de las Telecomunicaciones.-** Las redes de telecomunicaciones pueden establecerse e integrarse a través de medios físicos, ópticos, radioeléctricos y electromagnéticos.

La instalación de estas redes puede efectuarse por cualquier persona natural o jurídica que gane el concurso público que para tal efecto será convocado por el Ministerio de Comunicación en base al estudio de necesidades y demanda de infraestructura de telecomunicaciones que dicha Secretaría realizará cada 5 años.

Las personas naturales y jurídicas que hayan instalado redes de telecomunicaciones con anterioridad a la promulgación de esta ley conservarán los derechos que han adquirido por los plazos establecidos en la ley o los contratos legalmente suscritos pero se sujetarán a las condiciones definidas en esta Ley para el disfrute de tales derechos.

**Art. 64.- Redes Públicas de telecomunicaciones.-** Son públicas todas las redes de telecomunicaciones que soportan total o parcialmente los servicios de telecomunicaciones ofertados abiertamente al público, independientemente de quien las haya instalado. El carácter público de dichas redes implica:

- a. El diseño de la red será abierto y no tendrá protocolos o especificaciones de tipo propietario
- b. Obligación de interconexión con otras redes públicas
- c. Uso total o parcial por parte del Estado en caso de riesgo para la Seguridad Nacional o la Protección Civil, previa declaratoria de Estado de Emergencia.
- d. El aprovechamiento que hacen empresas privadas o comunitarias de las redes no desvirtúa el carácter público de las mismas.

El eficaz aprovechamiento de las redes públicas de telecomunicaciones estará orientado por los instrumentos de planificación pública generados en el Sistema Nacional de Comunicación.

**Art. 65.- Redes privadas.-** El Ministerio del Ramo entregará una autorización o título habilitante para la operación de las redes privadas de telecomunicaciones, instaladas para ser aprovechadas exclusivamente para la gestión de los negocios particulares de una persona natural o jurídica dentro de su propiedad o para conectar varias instalaciones que son de su propiedad o están bajo su control.

La red privada de telecomunicaciones puede estar compuesta de infraestructura propia, arrendada o de ambas. Dichas redes pueden abarcar puntos en el territorio nacional y en el extranjero. Las redes privadas serán utilizadas únicamente para beneficio de un sólo usuario. Se considerará como un solo usuario a:

- a) Cualquier grupo de personas naturales hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad;
- b) Dos o más personas jurídicas si:
  - 1. El cincuenta y uno por ciento (51%) o más del capital social de una de ellas pertenece directamente o a través de terceros al poseedor del título habilitante; o,
  - 2. El cincuenta y uno por ciento (51%) del capital social de cada una de ellas se encuentra bajo propiedad o control de una matriz común.

Se prohíbe utilizar una red privada para sustentar, directa o indirectamente, la prestación de servicios de telecomunicaciones a terceros dentro o fuera del territorio nacional. Las redes privadas no podrán interconectarse entre sí.

El titular de cada red privada entregará anualmente al Ministerio de Comunicación una declaración juramentada señalando la forma en que se ha operado dicha red en relación con las condiciones establecidas en esta Ley.

**Art. 66.- Intercomunicaciones internas.-** No será necesaria autorización alguna para el establecimiento o utilización de instalaciones destinadas a intercomunicaciones dentro de residencias, edificaciones e inmuebles públicos o privados, siempre que para el efecto no se interfieran los sistemas de telecomunicaciones públicos. Si lo hicieran, sus propietarios o usuarios estarán obligados a realizar, a su costo, las modificaciones necesarias para evitar dichas interferencias, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones previstas en la Ley. En todo caso, también estas instalaciones estarán sujetas a la regulación y control por parte del Estado.

**Art. 67.- Registro de la infraestructura de las telecomunicaciones.-** El Ministerio del ramo mantendrá un registro actualizado de la ubicación, características, operadores que utilizan y servicios que soportan las diferentes redes telecomunicaciones con el propósito

de optimizar su utilización.

**Art. 68.- Derechos adquiridos.-** Las personas naturales y jurídicas que han instalado redes para la realización de telecomunicaciones y que han adquirido el derecho de explotar dichas redes y prestar servicios de telecomunicaciones, conservarán tales derechos; pero, se sujetarán obligatoriamente a las condiciones que para el ejercicio de tales derechos definen las disposiciones legales vigentes.

**Art. 69.- Aprovechamiento de redes.-** El aprovechamiento de redes para la prestación de servicios de telecomunicaciones puede realizarse por cualquier persona natural que resida legalmente en el país o por cualquier persona jurídica de derecho público, de derecho privado o mixta constituida y domiciliada en el Ecuador, que gane el concurso público que el Ministerio de Comunicación convoque para tal efecto.

El aprovechamiento de redes electrónicas para la realización de telecomunicaciones se realizará a través de las siguientes modalidades:

- a) Provisión de servicios finales de telecomunicaciones;
- b) Provisión de servicios portadores de telecomunicaciones;
- c) Reventa de servicios de telecomunicaciones; y
- d) Reventa limitada de servicios de telecomunicaciones

**Art. 70- Servicios finales de telecomunicaciones.-** Son servicios finales de telecomunicaciones aquellos que proporcionan la capacidad completa para la comunicación entre usuarios finales.

**Art. 71.- Servicios portadores de telecomunicaciones.-** Son servicios portadores aquellos que proporcionan a terceros la capacidad necesaria para la transmisión de signos, señales, datos, imágenes y sonidos entre puntos de terminación de una red definidos, usando uno o más segmentos de una red.

**Art. 72.- Reventa de servicios de telecomunicaciones.-** La reventa de servicios es la actividad de intermediación comercial mediante la cual un tercero ofrece al público servicios de telecomunicaciones contratados con uno o más prestadores de servicios.

**Art. 73.- Reventa limitada de servicios de telecomunicaciones.-** La reventa limitada de servicios es aquella actividad comercial por la que el revendedor, que es un usuario final de uno o más servicios de telecomunicaciones, oferta al público la utilización de un teléfono, computadora o máquina de facsímil conectada a una red pública.

Los prestadores de estos servicios deberán colocar en la proximidad a sus equipos terminales información clara sobre el recargo que se cobrará por llamada o transmisión, y enrutarán dichas llamadas o transmisiones por medio de un prestador de servicios de telecomunicaciones autorizados.

Está prohibido realizar llamadas revertidas y derivadas, su realización constituye una infracción que será sancionada por el Ministerio del Ramo con una multa de hasta 100 salarios básicos unificados.

Está prohibida la venta, reventa y el alquiler, para la utilización por terceros, de las frecuencias de radio y televisión.

**Art. 74.- Servicios de valor agregado.-** Son servicios de valor agregado aquellos que utilizan servicios finales de telecomunicaciones e incorporan aplicaciones que permiten transformar el contenido de la información transmitida en el servicio base. Esta transformación puede incluir un cambio neto entre los puntos extremos de la transmisión en el código, protocolo o formato de la información.

**Art. 75.- Habilitación para servicios de valor agregado.-** Los prestadores de servicios de valor agregado requerirán de un título habilitante que consistirá en un permiso para su operación otorgado por el Ministerio del ramo . El acceso a los usuarios finales de los prestadores de servicios de valor agregado deberá realizarse a través de un prestador autorizado de un servicio final de telecomunicaciones.

**Art. 76.- Plazo de concesión.-** El plazo de concesión para el aprovechamiento de las redes y prestación de servicios de telecomunicaciones se definirá para cada caso concreto en el concurso público que convoque el Ministerio del ramo con un límite máximo de 15 años.

**Art. 77.- Variaciones a las condiciones contractuales.-** Si en los contratos de concesión u otros para instalación, explotación, conexión e interconexión de redes y prestación de servicios de telecomunicaciones, realizados antes de la expedición de esta Ley se hubiesen establecido tarifas, tasas, condiciones de calidad o mecanismos para su modificación que beneficien ilegítima o desproporcionadamente a los concesionarios en perjuicio de los ciudadanos o del Estado, tales tarifas, tasas, condiciones de calidad y mecanismos para su modificación serán revisados por el Ministerio del ramo y redefinidos con participación de los interesados, en base a lo dispuesto en esta Ley y a estudios técnicos que ofrezcan una fórmula adecuada de proporcionalidad entre los beneficios y costos involucrados.

Los servicios de telecomunicaciones que se mencionan en este artículo incluyen las concesiones de frecuencias otorgadas por el Estado para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión.

**Art. 78- Reglamentación para normalización y homologación.-** El Estado, a través del Ministerio del ramo y dentro del marco normativo que establece esta Ley, aprobará los reglamentos y directrices para la normalización del aprovechamiento de redes de telecomunicaciones, prestación de servicios de telecomunicaciones e industrialización y comercialización de equipos; y dictará las reglas de homologación de equipos terminales y otros equipos que se considere conveniente para asegurar la conexión e interconexión de las redes y el desarrollo armónico de los servicios de telecomunicaciones, teniendo en consideración las necesidades de los ciudadanos, las metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo, los avances tecnológicos y la convergencia digital para la prestación de estos servicios.

**Art. 79.- Tarifas y condiciones de servicios.-** El Estado a través del Ministerio del ramo fijará las tarifas máximas o techos tarifarios que pueden cobrar los operadores de servicios finales y operadores de telecomunicaciones y definirá la calidad técnica mínima con que dichos servicios deben ser prestados.

El establecimiento de tarifas y calidad técnica se realizará con base en estudios técnicos que fundamenten suficientemente las decisiones adoptadas, y en todos los casos se garantizará una utilidad razonable para los prestadores de servicios de telecomunicaciones.

**Art.80.- Presentación de estados financieros.-** Todos los prestadores de servicios de telecomunicaciones deberán presentar en el Ministerio del ramo , dentro de los primeros cuarenta y cinco días de cada año sus estados financieros cortados al 31 de diciembre del año anterior.

**Art. 81.- Obligaciones generales.-** Son obligaciones de todas las entidades y empresas que presten servicios de telecomunicaciones las siguientes:

- a) Prestar sus servicios a precios que reflejen al menos sus costos a fin de no eliminar a posibles competidores. El Ministerio del ramo realizará auditorias de precios con el objeto de evitar la competencia desleal;
- b) Otorgar trato igualitario y no discriminatorio a todos los usuarios de sus servicios bajo las mismas condiciones;
- c) Aplicar condiciones análogas para operaciones similares o equivalentes;
- d) Suministrar las facilidades de conexión e interconexión entre redes de telecomunicaciones de manera eficiente, de acuerdo con los principios de igualdad y trato no discriminatorio;
- e) Facilitar el acceso a la información técnica necesaria que permita la conexión o interconexión con sus redes; y,
- f) Proporcionar la información pertinente que requieran los entes de regulación y control conforme lo señale la ley, los reglamentos y los títulos habilitantes
- g) Respetar las normas ambientales para el desarrollo de sus actividades.

**Art. 82.- Prohibiciones generales.-** Se prohíben a todas las entidades y empresas que prestan servicios de telecomunicaciones lo siguiente:

- a) Mantener participación accionaria o detentar una posición que pudiera dar lugar a que influya en la administración de competidores en el mismo mercado;
- b) Mantener subsidios cruzados con el objeto de eliminar competidores;
- c) Condicionar la prestación de un servicio a la aceptación de obligaciones adicionales que formen parte del objeto del contrato;
- d) Obstruir ilícitamente el funcionamiento de la interconexión o la conexión; y,
- e) Las demás que señale la ley, los reglamentos y los títulos habilitantes.

### CAPÍTULO III

#### EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO

**Art. 83.- De la administración y control.-** Es atribución del Estado, a nombre del pueblo ecuatoriano, la administración, asignación, control y todo lo concerniente a la gestión de los segmentos del espectro radioeléctrico destinados a todos los servicios de comunicación, tales como los de telecomunicaciones o de radiodifusión sonora y televisiva, de conformidad con los principios y derechos consagrados en la Constitución, en tratados internacionales y en la presente Ley.

El espectro radioeléctrico, en el que se propagan ondas electromagnéticas, es un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable y limitado.

Su uso y explotación requieren del cumplimiento de procesos y requisitos establecidos en la presente ley y sus reglamentos, en concordancia con la normas conexas de telecomunicaciones, radiodifusión y de los servicios que se crearen en el futuro.

**Art. 84.- De la asignación de frecuencias.-** El ministerio del ramo aprobará el Plan Nacional de Frecuencias, que garantiza el acceso, en equidad e igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de los servicios de telecomunicaciones, radiodifusión incluyendo las estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias. El Plan asegurará la pluralidad, inclusión, transparencia, trato no discriminatorio, en consideración de la diversidad cultural y la eliminación del acaparamiento, del oligopolio o monopolio directo o indirecto en el uso de las frecuencias.

La adopción e implementación en el Ecuador de frecuencias digitales de radio y televisión se realizará bajo el criterio de democratizar el acceso y uso universal de tales frecuencias.

Las frecuencias de radio y televisión pueden adjudicarse a favor de cualquier persona que gane el concurso público convocado por el Ministerio del ramo de conformidad con la presente ley.

Está prohibido que las personas naturales o jurídicas concentren o acumulen las concesiones de frecuencias, señales y de los servicios de telecomunicaciones para el funcionamiento de estaciones matrices de radio y televisión.

**Art. 85.- De las regulaciones de las frecuencias.-** Para efectos de la presente Ley, se considera frecuencia a un ancho de banda electromagnético a través del cual se transmite información codificada o no y cuyo acceso está sujeto a las regulaciones nacionales e internacionales.

La asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico para los servicios de telecomunicaciones y para los servicios de radiodifusión se sujetará a las siguientes regulaciones, sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 44 de esta Ley:

1. En el caso de que el área de cobertura sea el territorio nacional o regional, se asignará a un solo licenciatario, el número de frecuencias necesarias para lograr la cobertura. Se prohíbe en este caso, acudir a repetidoras, como modalidad o mecanismo para ello.
2. En el caso de que el área de cobertura sea local, se asignará un máximo de una frecuencia a un solo licenciatario, con la opción de utilizar repetidoras dependiendo de las condiciones geográficas del área de cobertura.

Se deberá considerar la posibilidad de la adjudicación de licencias para simultaneidad de servicios, contemplada en el artículo 79.

**Art. 86.- De la improcedencia al acceso a licencias.-** En ningún caso un solo licenciatario podrá acceder simultáneamente a servicios de televisión abierta y de televisión por cable físico o inalámbrico.

**Art. 87.- De la distribución de las frecuencias para los servicios de radiodifusión y televisión.-** Las asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico se distribuirá de la siguiente manera:

1. El 33.3 % para estaciones de radio y televisión públicas.
2. El 33.3 % para estaciones de radio y televisión privadas.
3. El 33.3 % para estaciones de radio y televisión comunitarias.

Esta distribución se alcanzará progresivamente y principalmente mediante:

1. La asignación de las frecuencias todavía disponibles.
2. La reversión de frecuencias obtenidas ilegalmente, y su posterior redistribución.
3. La no renovación de concesiones actuales que incumplan los criterios por los que les fueron concedidas.
4. La devolución de frecuencias que voluntariamente o por cumplimiento del plazo establecido en los contratos de concesión hagan los concesionarios, y su posterior distribución.
5. La distribución equitativa frecuencias y señales que permitirá la digitalización de los sistemas de transmisión de radio y televisión.

En todos estos casos, la distribución de frecuencias priorizará al sector público y al comunitario hasta lograr la distribución equitativa que establece el primer párrafo de este artículo.

**Art. 88.- De la redistribución por terminación de plazo.-** A efectos de democratizar el acceso y aprovechamiento del espectro radioeléctrico en las proporciones establecidas en el artículo anterior todas las concesiones de frecuencias en vigencia volverán obligatoriamente al Estado al final del plazo establecido en el respectivo contrato de concesión.

Las personas que disfrutaron esas frecuencias podrán concursar en igualdad de condiciones que los demás ciudadanos y personas jurídicas para obtener o renovar el número de frecuencias que permite esta Ley.

El Ministerio del ramo se encargará de publicar periódicamente el número de frecuencias vacantes.

**Art. 89.- De la eversión de frecuencias.-** Todas las concesiones de frecuencias que hayan sido o sean obtenidas ilegítimamente volverán inmediatamente al Estado una vez que los jueces competentes así lo declaren, una vez que así lo ordene el Órgano competente, sin perjuicio de la discusión judicial a las que los ciudadanos tienen derecho.

En todos los casos que se declaren judicialmente la ilegitimidad o ilegalidad de una concesión, el Estado, a través del Procurador General, reclamará obligatoriamente la reparación integral de los daños y perjuicios causados y la devolución al Estado de todos los beneficios económicos ilegalmente obtenidos por los concesionarios. El incumplimiento de esta obligación será causal de destitución del Procurador General del Estado y se ejercerá contra él el derecho de repetición que tiene a su favor el Estado por los perjuicios causados.

Los terceros afectados por las transacciones ilegales realizadas con frecuencias para el

funcionamiento de estaciones de radio y televisión podrán reclamar por la vía judicial a quienes los perjudicaron.

**Art. 90.- De la exención a concesionarios irregulares.-** Todas las personas que recibieron frecuencias de forma irregular hasta la entrada en vigencia de esta Ley, podrán devolverlas voluntariamente al Estado en el plazo de seis meses. En estos casos, el Estado se abstendrá de reclamar reparación alguna ni devolución de los beneficios obtenidos por los concesionarios. Esta exención no afecta el derecho de terceros para formular los reclamos judiciales que consideren convenientes.

**Art. 91.- De la renovación.-** La renovación de concesiones de frecuencias de radio y televisión se realizará previa a una evaluación minuciosa del cumplimiento de los objetivos y metas que fueron considerados para otorgar la concesión inicialmente así como del proyecto comunicativo que sustente la petición de renovación. Esta evaluación estará a cargo del Ministerio del ramo y del Consejo Social de Comunicación.

El incumplimiento manifiesto de los objetivos del proyecto comunicativo presentado por el licenciatario, será causa de reversión de la concesión de frecuencia otorgada para la operación de una estación de radio o televisión.

**Art. 92.- De la revisión de concesiones.-** Todas las concesiones de frecuencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión serán obligatoriamente revisadas cuando se concrete la digitalización de las señales, con el fin de aprovechar y distribuir democráticamente los recursos y oportunidades que la digitalización ofrece.

**Art. 93.- Intransferencia de las concesiones.-** Las concesiones de frecuencias que reciba cualquier persona natural o jurídica para el funcionamiento de medios de comunicación, no forman parte de su patrimonio, y por lo tanto está prohibido todo acto que esté orientado a que otra persona natural o jurídica distinta disfrute o se beneficie del uso de dichas concesiones de frecuencias y señales.

Si alguna persona natural o jurídica, usando cualquier formato legal pretende vender, revender, trasladar, transferir o alquilar las concesiones de frecuencias otorgadas en su favor por el Estado, tales transacciones serán nulas y no generan ningún derecho para quien supuestamente las adquiere; por el contrario, esto será causa suficiente para que las concesiones queden inmediatamente revocadas y las frecuencias concesionadas vuelvan a la administración del Estado.

El beneficiario de la concesión deberá además pagar una multa al Estado equivalente al 50% de todo lo que hubiese obtenido o pactado obtener por la supuesta venta, transferencia o alquiler de la frecuencia concesionada, sin perjuicio de responder civil y penalmente por los perjuicios ocasionados a los particulares que supuestamente adquirirían derechos en estas transacciones ilegales.

**Art. 94.- De la autorización para las repetidoras.-** Se considera repetidora a una estación de radiodifusión que recepta la totalidad de la programación de la estación matriz y la transmite simultáneamente para recepción directa por el público en general. La asignación de una frecuencia se realiza solamente a una matriz de radio y televisión, con producción propia, constituyéndose en emisora o estación matriz. Se permite la instalación de repetidoras exclusivamente para frecuencias de carácter local, esto es, para el área de cobertura de la asignación de la frecuencia, en casos en los

cuales la geografía impida que la señal de la matriz llegue a toda el área de cobertura. Esto no significa, de ninguna manera, autorización para que la repetidora abarque un área superior al área materia de la licencia, lo cual implica que para lograr cobertura nacional no se podrá utilizar repetidoras.

**Art. 95.- De la simultaneidad de servicios de comunicación audiovisual.-** Cada licenciataria puede acceder simultáneamente a frecuencias para estación de radio y estación de televisión, cumpliendo el siguiente requisito:

Una sola frecuencia de radiodifusión sonora por modulación de amplitud (AM), una por modulación de frecuencia (FM), y una de televisión abierta o por cable, para lograr cobertura nacional.

Quien disfruta de una concesión de radio ya sea en AM o FM puede participar en los concursos públicos para la adjudicación solo de una frecuencia de onda corta.

**Art. 96.- De las bandas libres.-** A fin de garantizar el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, consagrado en la Constitución, las regulaciones en este campo deben ser establecidas en un proceso coordinado entre las instancias de regulación y control, precautelando el interés colectivo y otorgando prioridad a aquellas redes que trabajan en salud, educación, ciencia, promoción social y otras que procuran el buen vivir.

**Art. 97.- De la prohibición de transferencias.-** Las frecuencias radioeléctricas no pueden ser transferidas, cedidas, arrendadas, vendidas o subastadas.

**Art. 98.- De las obligaciones de los operadores de servicios de televisión pagada.-** Los paquetes ofertados por los operadores de los servicios de televisión pagada, deberán permitir, obligatoriamente, la recepción de los canales ecuatorianos de señal abierta

**Art. 99.- Revisión de concesiones.-** Todas las concesiones de frecuencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión serán obligatoriamente revisadas cuando se concrete la digitalización de las señales, con el fin de aprovechar y distribuir democráticamente los recursos y oportunidades que la digitalización ofrece.

**Art. 100.- Transparencia y Registro.-** Todas las personas jurídicas que sean beneficiarias de concesiones de frecuencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión deben entregar anualmente al Ministerio del ramo los nombres de las personas que las representan legalmente, los miembros de sus directorios y, en el caso de empresas privadas, la nómina de sus socios o accionistas. Deberán así mismo publicar esta información en sus páginas web y notificar cualquier cambio al respecto de estas personas al Ministerio del ramo.

El Ministerio del ramo elaborará y mantendrá actualizado el Registro Nacional de Concesiones de Radio y Televisión el Registro Nacional de Medios de comunicación que será accesible a cualquier persona y permanecerá disponible todo el tiempo en su página web. En este registro constarán al menos los datos sobre los beneficiarios indicados en el párrafo anterior, la fecha de inicio, el plazo de duración y la fecha de terminación de todas las concesiones de frecuencias de radio y televisión.

## TÍTULO IV

### EL EJERCICIO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### CAPÍTULO I

##### LOS COMUNICADORES SOCIALES

**Art. 101.- De la definición.-** Sin perjuicio del derecho a la libertad del pensamiento y expresión que consagra esta ley a todas las personas, pueblos y nacionalidades, serán considerados comunicadores sociales:

1. Quienes posean títulos académicos de tercero y cuarto grados otorgados por facultades, escuelas de Comunicación, Publicidad, Comunicación Organizacional, Diseño, Multimedia, Producción Audiovisual, Periodismo u otras denominaciones, reconocidas por el Consejo Nacional de Educación Superior – CONESUP.
2. Quienes posean títulos académicos en comunicación u otras denominaciones otorgados por centros educativos superior del extranjero y lo revalidaren legalmente en el Ecuador.
3. Quienes obtuvieron la certificación de profesionalización, en cumplimiento de la ley del Ejercicio Profesional del Periodista de 1975.
4. Quienes, sin acreditar título académico, pertenecen a comunidades, colectivos, pueblos, y nacionalidades indígenas, pueblo afroecuatoriano, pueblo montubio y comunas y ejercen la comunicación para servir a estos grupos humanos, de conformidad con los principios y derechos consagrados por la Constitución, instrumentos, convenios, pactos internacionales específicos. Se denominan comunicadores comunitarios.

**Art. 102.- De los profesionales de la comunicación.-** El ejercicio de los comunicadores sociales contemplados en los numerales 1, 2, y 3. del Artículo que precede, será regulado por la Ley de Ejercicio Profesional de los Comunicadores.

**Art. 103.- De los comunicadores comunitarios.-** Para el ejercicio comunicacional los comunicadores contemplados en el numeral 4 del Artículo que precede deberán acreditar su idoneidad mediante certificado otorgado por sus organizaciones, de conformidad con el reglamento. Gozarán de las garantías y deberán cumplir todas las obligaciones contempladas en la Constitución y en la presente ley. El Estado debe garantizar, a través de las universidades y/o de las organizaciones sociales, procesos de capacitación para el mejoramiento de sus capacidades, sin menoscabar sus raíces culturales, étnicas, identidades, con el fin de precautelar la acreditación bajo principios de transparencia, ética, equidad.

**Art. 104.- De las prohibiciones en el ejercicio comunicacional.-** Se prohíbe el trabajo empírico en campos que requieren de comunicadores titulados.

**Art. 105.- De las garantías del ejercicio de los comunicadores sociales.-** Se establecen las siguientes garantías para el ejercicio de los comunicadores sociales:

1. Libertad de pensamiento y expresión.
2. Libertad de asociación.
3. Seguridad, estabilidad y promoción laboral.
4. Cláusula de conciencia.
5. Reserva de la fuente.
6. Secreto profesional.
7. Desarrollo profesional.

**Art. 106.- Del desarrollo profesional y capacitación técnica.-** Las entidades públicas y privadas y los medios de comunicación social, deberán dar facilidades para que las personas que desarrollan acciones comunicacionales, puedan realizar estudios de perfeccionamiento profesional y técnico relacionados con el ejercicio de la comunicación social.

## CAPÍTULO II

### LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA, LA RESERVA DE LA FUENTE Y EL SECRETO PROFESIONAL

**Art. 107.- De la definición de la cláusula de conciencia.-** Es el derecho subjetivo de las personas, pueblos, comunidades, colectivos y nacionalidades de defender y privilegiar sus convicciones, principios filosóficos e identidad cultural. Se traduce en la potestad del ser humano de concretar en la práctica, el significado de la libertad para construir relaciones sociales de respeto y equidad.

**Art. 108.- De las garantías.-** El Estado garantiza la cláusula de conciencia a toda persona; en virtud de este derecho, todos los ciudadanos y ciudadanas y los comunicadores sociales podrán negarse a realizar cualquier actividad comunicacional contraria a los principios y derechos humanos universales, sin que ello pueda suponer sanción o perjuicio. Cualquier conculcación de este derecho será causal de terminación de la relación contractual, con derecho a la indemnización legal.

Cualquier tipo de injerencia o condicionamiento por parte de los propietarios, accionistas o directivos de los medios de comunicación o cualquier autoridad o funcionario público, en el contenido a difundirse por los medios de comunicación, constituirá una violación a la cláusula de conciencia y de las libertades de expresión, información y difusión, que será sancionada de conformidad con la ley.

**Art. 109.- Del secreto profesional y reserva de la fuente.-** El Estado garantizará el derecho al secreto profesional y a la reserva de la fuente a quienes informen o emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación o laboren en cualquier actividad comunicacional. En el caso de quienes trabajen en los medios de comunicación, este derecho significa que las fuentes informativas permanecerán en el anonimato si así lo han solicitado.

Ninguna persona que realice la difusión de información de interés general podrá ser obligada a revelar la fuente de la información cuando los datos informativos difundidos sean manifiestamente ciertos o razonablemente fundados, o hayan sido corroborados con empleo de otras fuentes o puedan serlo acudiendo a fuentes oficiales, de acceso público o privadas con la correspondiente orden judicial, ni a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de estas actividades.

Se exceptúa de este derecho cuando conste fehacientemente que la fuente ha falseado de manera consciente y voluntaria la información o cuando el revelar la fuente sea el único medio para evitar un daño grave e inminente a las personas o evite un atentado a la seguridad interna o externa del Estado el interés público o cause o pueda causar conmoción nacional, regional o local.

La información obtenida forzosamente carecerá de todo valor jurídico y los riesgos, daños y perjuicios a los que tal fuente quede expuesta o que genere para las personas involucradas en la revelación de los secretos profesionales serán imputables a quien forzó la revelación, quedando obligada a efectuar la reparación integral de los daños a la que haya lugar.

### CAPÍTULO III

#### EL DERECHO DE RECTIFICACIÓN Y DE RÉPLICA

**Art. 110.- De la definición del derecho de rectificación y réplica.-** Es el derecho subjetivo de las personas, pueblos, colectivos, comunidades y nacionalidades, de protección y autotutela a su honra, honor y buen nombre. Es el derecho privativo de ejercer su capacidad de actuación, deliberación y participación ciudadana, en el marco que privilegia la Constitución y la Ley.

El derecho de rectificación y réplica no está sujeto a dubitación, contraposición u oposición de terceros.

**Art. 111.- De la obligatoriedad de rectificar.-** Toda persona afectada por informaciones sin pruebas, o por contenidos inexactos o que agraven su honra, publicados por los medios de comunicación social, sean pagados o no, tiene derecho a la rectificación correspondiente en forma obligatoria, inmediata y gratuita, y en el mismo espacio impreso o audiovisual en el que se difundió. Tal rectificación se realizará en la siguiente emisión del medio y horario en el que fue aludida.

Todas las personas aludidas, tienen derecho a acceder, de manera gratuita e inmediata, a copias de los programas o publicaciones.

Los medios de comunicación quedan exentos de las obligaciones, sanciones y responsabilidades establecidas en este artículo cuando solo actúen como canales para difundir mensajes de las autoridades del Estado a través de las cadenas de radio y televisión o de remitidos oficiales y cuando se trate de espacios políticos contratados. En ambos casos los responsables de los daños causados o de los delitos cometidos serán las personas que producen y transmiten estos mensajes y responderán por ellos judicialmente.

**Art. 112.- Del derecho de petición.-** La persona afectada tendrá el derecho de exigir al medio de comunicación que la rectificación y réplica sea una transcripción textual de la aclaración solicitada por ella.

**Art. 113.- De la protección judicial.-** Ante la omisión del medio de comunicación de rectificar en el plazo y la forma establecidos en la presente ley, así como ante los reclamos o impugnaciones presentados contra los medios por parte de cualquier persona natural o jurídica afectada en sus derechos como consecuencia de una publicación escrita o emisión audiovisual, conforme el Art. 74, los jueces, tribunales y juzgados de la República, tendrán la obligación, en proceso sumario y expedito, para hacer efectivo el derecho constitucional que corresponda.

Cuando la resolución que conceda el juez, tribunales o juzgados de la República, es favorable al recurrente no será susceptible de apelación.

El derecho a la rectificación se lo ejercerá sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que diere lugar.

## TÍTULO V

### LAS ORGANIZACIONES DE COMUNICADORES

#### CAPÍTULO I

**Art. 114.- Del derecho a la organización.-** Los comunicadores sociales podrán conformar sus organizaciones con el fin de fortalecer su capacidad de defender sus derechos al ejercicio de la comunicación en todos los ámbitos y sus formas de expresión como actores del desarrollo.

**Art. 115.- De la calificación.-** Las asociaciones de comunicadores sociales u organizaciones no gubernamentales dedicadas a la comunicación serán calificadas ante el Ministerio del ramo, cumpliendo los requisitos establecidos en el reglamento a esta Ley.

**Art. 116.- De las responsabilidades.-** Todas las organizaciones de la comunicación y sus miembros deberán cumplir los principios, derechos y mandatos de la presente ley y los tratados internacionales en materia de comunicación.

## TÍTULO VI

### LA PROMOCIÓN Y LA PUBLICIDAD

#### CAPÍTULO I

#### LOS DERECHOS A LA PROMOCIÓN Y A LA PUBLICIDAD

**Art. 117.- De la definición de promoción.-** La promoción se dirige a construir una percepción clara acerca del pensamiento, expectativas, vivencias, modos de ser de las personas y de los pueblos y motiva la adhesión, simpatía y correspondencia recíproca. Se socializan contenidos significativos, símbolos, sentidos, para provocar los procesos

de cambio. El pensamiento, valores de vida, sensibilidad humana se ponen de relieve en los actos comunicativos promocionales, por tanto no se dirigen a vender sino a reivindicar la riqueza humana y natural del Ecuador.

**Art. 118.- De la definición de publicidad.-** La publicidad es una forma de comunicación impersonal que se realiza a través de los medios de comunicación y otras formas comunicacionales, para informar, motivar y persuadir a los ciudadanos la adhesión y/o adquisición de los productos y servicios que promueve.

**Art. 119.- De los derechos a la promoción.-** Las personas, pueblos, comunidades, colectivos y nacionalidades tienen derecho a que los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas o cualquier organización socialicen una promoción que:

1. Fomente y promueva la cultura, valores, forma de vida, tradiciones, modos de sentir de las poblaciones, identidad nacional.
2. Promueva la riqueza de la naturaleza y su biodiversidad y fomente el respeto, cuidado y conservación.
3. Invite a reconocer las capacidades y competencias de los y las ciudadanas y el protagonismo de todos y todas en la construcción del buen vivir.
4. Convoque a respetar y apreciar la sabiduría ancestral.
5. Convoque a respetar y cuidar los espacios públicos en todo el país, en tanto pertenecen al pueblo ecuatoriano.
6. Invite a respetar la diversidad y las expresiones de los distintos grupos, sobre todo juveniles.

Estos derechos se regularán de conformidad con el reglamento a la presente Ley.

**Art. 120.- De los derechos a la publicidad.-** Las personas, pueblos, comunidades, colectivos y nacionalidades tienen derecho a que los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas o cualquier organización socialicen una publicidad que:

1. Respete los derechos humanos, los derechos de la naturaleza, las instituciones del Estado y sus símbolos y deberá orientarse por el interés social.
2. Respete los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.
3. Promueva los valores culturales e identitarios nacionales.
7. Contribuya al uso y consumo racional, deliberado, consciente y adecuado de los bienes y servicios por parte de la sociedad.
8. Fortalezca y cree hábitos y costumbres positivos que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos.
9. Informe sobre las cualidades, alcances y limitaciones de los bienes y servicios,

que permitan a los/ las ciudadanos una decisión consciente y razonada.

10. Estimule el uso de materiales de elaboración y empaque que no afecten la naturaleza y el ambiente y que posibiliten su reutilización y reciclaje.
11. Promueva la creatividad y el talento de los realizadores de los mensajes publicitarios locales y nacionales.
12. Se identifique claramente como tal y no sea confundida como espacios o programación general.

Estos derechos se regularán de conformidad con el reglamento a la presente Ley.

**Art. 121.- De las actividades comunicacionales del Estado.-** La información oficial entregada a través de avisos, llamados a concurso, propuestas que tengan una clara identificación regional, provincial, local o comunal a más de difundirse por los medios de cobertura nacional, obligatoriamente se socializará a través de los medios regionales, provinciales, y de las localidades a los que se refiere el artículo.

## CAPÍTULO II

### LAS PROHIBICIONES A ESPACIOS Y MENSAJES PUBLICITARIOS

**Art. 122.- De las prohibiciones.-** Se prohíbe utilizar en cualquier producto o forma publicitaria:

1. Imágenes de instituciones u organizaciones públicas o privadas, así como imágenes o voces de personas sin su conocimiento y autorización expresa.
2. Escenas, imágenes o locuciones de violencia, apología de los vicios, delitos, usos o costumbres degradantes, nocivos, que exploten el miedo, que alteren la paz y el orden público, que discriminen e induzcan al usuario a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la seguridad personal y colectiva, que induzcan a la violencia, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y, en general, que atenten contra los derechos consagrados en la Constitución y en la Ley.
3. Difusión de publicidad de cigarrillos, bebidas alcohólicas y sustancias psicotrópicas en los horarios desde las 06h00 hasta las 21h00. La publicidad de estos productos no podrá vincularse con la salud o el deporte, no podrá utilizar a niños, niñas adolescentes, y deberá ceñirse a las regulaciones de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Ley Orgánica de Salud y sus respectivos reglamentos.
4. Contenidos engañosos que contraríen total o parcialmente las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor o que afecte los intereses y derechos del consumidor.

**Art. 123.- De los mensajes publicitarios en horarios para adultos.-** Los reglamentos

a esta Ley establecerán la permisividad de contenidos publicitarios, en espacio y horarios para adultos.

**Art. 124.- De la prohibición de uso arbitrario de datos personales.-** Las personas naturales o jurídicas, las agencias y los medios no pueden utilizar bases de datos de los posibles consumidores como mecanismos para la difusión de mensajes y productos publicitarios no solicitados.

### CAPÍTULO III

#### LAS RESPONSABILIDADES, TIEMPO Y ESPACIOS

**Art.- 125.- De la responsabilidad de los mensajes publicitarios.-** Todo anuncio o mensaje publicitario será de responsabilidad del anunciante, de la agencia de publicidad o productora y del medio de comunicación que lo difunde.

**Art. 126.- Del tiempo de emisión de mensajes publicitarios.-** El tiempo de emisión de publicidad de productos y servicios en los medios de comunicación en espacios de cobertura nacional, queda sujeto a las siguientes condiciones:

1. En radiodifusión sonora, hasta un máximo de 14 minutos por hora de emisión.
2. En televisión abierta y por suscripción, hasta un máximo de 12 minutos por hora de emisión de señal.
3. En los programas de oferta de productos o los de infocomerciales para efectos de contabilidad del tiempo destinado a la publicidad, cada tres minutos equivaldrán a un minuto.
4. Los licenciatarios y titulares de los derechos de las señales podrán acumular el límite máximo horario fijado en hasta en cuatro bloques horarios por día de programación

**Art. 127.- De los servicios de radiodifusión por suscripción.-** Cuando se trate de señales que lleguen al público a través de dispositivo que obligan a un pago adicional, no se podrá insertar publicidad.

**Art. 128.- De la inserción de la publicidad en obras artísticas.-** El Ministerio del ramo podrá determinar las condiciones para la inserción de publicidad en las obras artísticas audiovisuales de unidad argumental que emitan los medios de comunicación en vivo.

**Art. 129.- De las menciones publicitarias.-** La mención publicitaria dentro de programas de radiodifusión y televisivos, será imputada al tiempo de emisión publicitaria permitido, en los numerales 1 y 2 del Art. 80. Los anuncios comerciales emitidos de esta manera, deberán ser identificados como publicidad en forma clara y sin lugar a equívoco. El reglamento de esta Ley establecerá las condiciones para la inserción de promociones, patrocinios y publicidad, dentro de los programas de medios audiovisuales y el uso de bandas promocionales en la pantalla de la televisión.

**Art. 130.- De la publicidad en lugares públicos.-** Cuando se coloquen anuncios

publicitarios o se haga publicidad auditiva en lugares públicos, estos deberán evitar la contaminación visual y auditiva de acuerdo a las leyes nacionales y ordenanzas municipales de cada localidad.

## CAPÍTULO IV

### EL FONDO PARA LA PROMOCIÓN

**Art. 131.- De las características del Fondo.-** Se establece el fondo administrado por el Ministerio del ramo, para campañas y productos promocionales concursables para medios de comunicación social, realizados por productores independientes ecuatorianos o extranjeros, dirigidos a promover los valores y derechos de las personas, pueblos, comunas, colectividades y nacionalidades

El proceso de selección y evaluación de productos promocionales para televisión se realizará en coordinación con el Instituto Ecuatoriano del Cine y del Audiovisual - IECA.

**Art. 132.- Del financiamiento del Fondo.-** El financiamiento del Fondo para la promoción provendrá de:

1. Asignaciones del Ministerio del ramo.
2. Asignaciones del IECA.
3. Donaciones provenientes del extranjero.
4. Tasas a producciones extranjeras.
5. Tasas a medios de comunicación.

**Art. 133.- De la socialización de los productos promocionales.-** Los productos serán difundidos gratuitamente en los medios de comunicación social en horarios y espacios preferenciales, según lo establezca el reglamento a la presente ley.

Para que una obra promocional televisiva sea difundida por un medio de comunicación de alcance nacional o regional, deberá obtener una certificación de nacionalidad suscrita por el IECA.

**Art. 134.- De las tasas para los productos extranjeros.-** Los productos extranjeros pagarán una tasa cuyo monto y destino establece el Ministerio del ramo. Cuando la difusión se realice a través de televisión o cine, el Ministerio destinará los fondos recaudados al IECA. Cuando la difusión se realice por medios impresos y radiales. El Ministerio del ramo destinará lo recaudado al Fondo para Productos promocionales.

## CAPÍTULO V

### EL REGIMEN DE SANCIONES A LA PUBLICIDAD

**Art. 135.- Del régimen de aplicación para sancionar.-** Las sanciones a la publicidad se regirán por las disposiciones de la presente Ley y su Reglamento, la Ley Orgánica

de Defensa del Consumidor y sus Reglamentos, y demás leyes y normas vigentes y por los Códigos de Ética de las Asociaciones de Publicidad y de Anunciantes y de Medios de Comunicación, publicados en el Registro Oficial.

Cualquier persona natural o jurídica podrá denunciar al Consejo Social de Comunicación la violación de las normas o preceptos establecidos en esta ley relativos a la publicidad y solicitar la imposición de las sanciones que corresponda.

Al Ministerio del ramo le corresponde conocer y resolver las apelaciones a las resoluciones que dicte el Consejo Social, de conformidad con el procedimiento establecido en el reglamento a la presente Ley.

**Art. 136.- De los tipos de sanciones.-** De existir violaciones a las disposiciones de esta ley en la publicidad observada y/o denunciada, el Ministerio del ramo podrá imponer al anunciante, a la agencia de publicidad y al medio de comunicación, según la gravedad de la infracción y las respectivas responsabilidades, las sanciones previstas en esta ley:

1. Cesación, temporal o definitiva, del anuncio publicitario.
2. Rectificación de la publicidad, suprimiendo los elementos ilícitos en la forma y exigir su difusión, en los plazos y formas establecidos en la presente Ley.

Los afectados en sus derechos por acción de la publicidad, podrán además ejercer las acciones civiles, penales, administrativas o de otro orden que correspondan y demandar ante los órganos competentes en materia de protección y defensa de los consumidores y usuarios.

## TÍTULO VII

### REGIMEN DE SANCIONES EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS

#### CAPÍTULO I

##### LAS RESPONSABILIDADES Y COMPETENCIAS PARA SANCIONAR

**Art. 137.- De la responsabilidad por las licencias y por autorizaciones.-** Los titulares de licencias y de autorizaciones para el funcionamiento de los medios de comunicación social son responsables:

1. De la calidad técnica de la señal y la continuidad de las transmisiones.
2. De los contenidos, espacios y desarrollo de la programación
3. De la generación y comercialización de señales o derechos de exhibición.

En cuanto a los contenidos, espacios y desarrollo de la programación están sujetos a las responsabilidades civiles, penales, laborales o comerciales que surjan por la

aplicación de las leyes vigentes en el territorio nacional.

**Art. 138.- De la autoridad competente para sancionar.-** El Consejo Social de Comunicación presentará al Ministerio del ramo las denuncias relacionadas con la violación a las disposiciones de la presente Ley. El Ministerio del ramo es la autoridad competente para iniciar, en el orden administrativo, el debido proceso para sancionar, siendo aplicables los procedimientos administrativos establecidos en el Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva.

## CAPÍTULO II

### LA APLICACIÓN DE LAS SANCIONES

**Art. 139.- De los tipos de sanciones.-** El incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley y su reglamentación, dará lugar a la aplicación de las siguientes sanciones.

1. Amonestación escrita.
2. Multa: del 0.5% al 5% de la facturación de la publicidad del mes anterior.
3. Suspensión de la publicidad.
4. Caducidad de la licencia para funcionamiento de medios de comunicación social.

Las presentes sanciones no excluyen aquellas que pudieran atribuirse en virtud de la condición de funcionario público.

**Art. 140.- De la gradación de las sanciones.-** En todos los casos, para la imposición de las sanciones se considerarán los siguientes aspectos:

1. La gravedad de la infracción o infracciones cometidas anteriormente.
2. La repercusión de la infracción o infracciones en el Estado y en el país.
3. El impacto social a los ciudadanos.
4. El beneficio que haya reportado al infractor el hecho objeto de la infracción.

Las sanciones serán públicas, y en razón del impacto social de la infracción cometida, conllevan la obligación para el medio de comunicación social de difundir la parte resolutive, así como su inserción en el registro público.

Las sanciones previstas en este artículo se aplicarán sin perjuicio de otras que pudieran resultar aplicables de acuerdo a la legislación civil y penal vigente.

**Art. 141.- De las causas para la sanción de amonestación escrita. -** Se aplicará la sanción de llamada de amonestación escrita en el caso de incumplimiento ocasional de

difusión de contenidos que afectan a los derechos de los ciudadanos establecidos en la presente Ley.

**Art. 142.- De las causas para la sanción de multa.-** Se aplicará la sanción de multa en los siguientes casos:

1. Incumplimiento reiterado de difusión de contenidos que afectan a los derechos de los ciudadanos establecidos en la presente Ley.

Los jueces, tribunales y juzgados tendrán la competencia para imponer la sanción que corresponda.

2. Incumplimiento de la rectificación solicitada, en el cual se aplicará la multa del 3% de la facturación de la publicidad del mes anterior a la comisión del hecho posible de sanción.

El Ministerio del ramo tendrá la competencia para aplicar la presente sanción.

**Art. 143.- De las causas para la sanción de suspensión de la publicidad.-** Se aplicará la sanción de suspensión de la publicidad en caso de reincidencia de difusión de publicidad que atenta a los derechos de los ciudadanos establecidos en la presente Ley, así como la reincidencia de las faltas señaladas en los artículos 123 y 124.

**Art. 144.- De las causas para la sanción de caducidad de licencia para funcionamiento de medios de comunicación social.-** se aplicará la sanción de caducidad de licencia, en los siguientes casos:

1. Realización e incentivo de actos atentatorios contra el orden constitucional y la seguridad interna y externa del Estado.
2. Reincidencia en la comisión de infracciones que dieran lugar a la sanción con multas y a la sanción de suspensión de la publicidad.

La sanción de caducidad inhabilita a los integrantes de sus órganos de dirección, a ser titulares de licencias de medios de comunicación social, a obtener otra licencia durante el lapso de diez años.

**Art. 145.- De la prescripción de las sanciones.-** Las acciones para determinar la existencia de infracciones a la presente Ley prescribirán a los cinco años de cometidas.

### **CAPÍTULO III**

#### **OTRAS SANCIONES**

**Art. 146.- De las sanciones a empresas que ofertan servicios de Internet.-** Las empresas que al ofertar precios menores a los establecidos oficialmente practiquen competencia desleal orientada a la conformación de monopolios u oligopolios serán sancionadas con una multa equivalente al 100% de los ingresos totales que haya obtenido la empresa o entidad en el mes anterior a la comisión de la infracción, sin perjuicio de la reparación integral de los daños causados a la que haya lugar.

**Art. 147.- De las sanciones a quienes nieguen información pública.-** La persona

que viole el derecho a entregar información pública, será sancionada con una multa de 10 a 40 salarios básicos unificados, sin perjuicio de entregar la información solicitada y responder judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y su reparación integral.

**Art. 148.- De las sanciones a quienes utilicen datos de carácter personal sin autorización.-** Todas las instituciones públicas, medios de comunicación y las empresas o entidades privadas, así como las personas naturales que recojan, archiven, procesen, distribuyan o difundan datos de carácter personal sin autorización expresa de los titulares de esta información o de actuar amparados o autorización legal, serán sancionados con una multa de cinco a 20 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que respondan judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y su reparación integral.

**Art. 149.- De las sanciones a quienes violen el derecho a la protección de comunicaciones personales.-** Quienes retengan, abra, examinen, sustraigan, graben por cualquier medio las comunicaciones personales de terceros sin que ellos hayan autorizado, salvo en casos previstos en las leyes, serán sancionados con la separación de sus cargos o con multa de 20 a 50 salarios básicos unificados, dependiendo del caso, sin perjuicio de responder judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y su reparación integral..

## **DISPOSICIONES GENERALES**

**PRIMERA.-** Se deroga la Ley de Radio y Televisión y todas las leyes o disposiciones que contravienen a la presente Ley.

**SEGUNDA.-** El Ejecutivo establecerá el Ministerio que ejercerá las competencias para cumplir los fines de la presente Ley.

**TERCERA.-** Una vez publicada la presente Ley en el Registro Oficial, en el plazo de sesenta días, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social y el Consejo Nacional Electoral convocarán a los ciudadanos, para la conformación del Consejo Social de Comunicación.

**CUARTA.-** Los medios públicos Ecuador TV, Radio Pública y diario El Telégrafo, en el plazo de un año, deberán iniciar el proceso para cumplir los requisitos establecidos en la presente Ley para los medios públicos.

**QUINTA.-** Los funcionarios y trabajadores del Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, pasarán a formar parte del Consejo Social de Comunicación, previo la evaluación respectiva.

**SEXTA.-** El Servicio de Rentas Internas procederá a crear los procedimientos tendentes a la recaudación tributaria de .....

**SÉPTIMA.-** Los resultados del Informe de la Comisión de Auditoría de Frecuencias de Radio y de Televisión, constituida por Decreto Ejecutivo N. 1445 de 21 de noviembre de 2008, es la base oficial inequívoca para que el Ministerio del ramo adopte la decisiones, de última instancia, que correspondan para las asignaciones de las frecuencias.

**OCTAVA.-** Los medios que se encuentran en funcionamiento deberán registrarse en el Ministerio del ramo, actualizando la información habilitante, de conformidad con la presente Ley, en el plazo que determine el Ministerio.

**NOVENA.-** Se modifica la denominación de periodistas por comunicadores sociales en la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, en los Estatutos de la Federación Nacional de Periodistas y en el Código de Ética, cuando se aluda, en general, al comunicador social.

## **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

**PRIMERA.-** La Ley Orgánica de Control Constitucional establecerá el tipo de acción y viabilizará el procedimiento previsto en esta Ley, para proteger judicialmente el derecho a la rectificación.

**SEGUNDA.-** A partir de la promulgación de la presente Ley, en el plazo de ciento veinte días, se procederá a reformar la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista.

**TERCERA.-** A partir de la promulgación de la presente Ley, en el plazo de ciento veinte días, se procederá a reformar el Código de Ética de los Periodistas y los estatutos de la Federación Nacional de Periodistas.

**CUARTA.-** En la transición a los servicios de radiodifusión digital, se mantienen los derechos y obligaciones de los titulares de licencias para los servicios analógicos, obtenidas de conformidad con la ley, considerando que una frecuencia analógica actual solo dará derecho a una de las frecuencias del nuevo sistema digital. Se garantiza el área de cobertura, en las condiciones que fije el Plan Nacional de Distribución de Frecuencias. El Ministerio del ramo, aprobará un reglamento para la transición.

**QUINTA.-** Definir lo que pasa con los actuales medios de los niveles de gobierno, ejemplo radios municipales

**SEXTA.-** En el plazo de .... Los medios de comunicación audiovisuales deberán convalidar las concesiones que les acreditan el funcionamiento, de conformidad con los requisitos para obtener las licencias, establecidos en la presente Ley.

**SÉPTIMA** Quienes por esta vez, por efecto de reversión de frecuencias por concesión irregular, podrán volver a hacer el trámite de solicitud para acceder a la misma.

**DISPOSICIÓN FINAL:-** Deróganse todas las leyes, reglamentos, decretos o cualquier otro instrumento legal que se oponga a lo establecido en la presente ley.

## **GLOSARIO**

**Producción independiente.-** Es aquella que realiza íntegramente una entidad, organización o persona, desde la idea hasta la entrega del producto, de forma independiente de quien la encarga, financia o compra.

**Servicios de comunicación convergente.-** Se entiende por convergencia digital la integración completa, en un mismo equipamiento o señal tecnológica, de la transmisión

y recepción de contenidos informáticos, audiovisuales (audio, vídeo, radio y televisión) y de telecomunicaciones como el teléfono, el fax, la videoconferencia o Internet.

La convergencia digital implica tanto la integración de los medios o tecnologías de información y comunicación en la vida cotidiana del ser humano, como una mayor interacción y automatización en su uso.

**Cadena de medios audiovisuales.-** Es la transmisión simultánea por parte de un conjunto de estaciones de radio o televisión de un mismo programa para fines específicos no permanentes.

**Sistema de radio o televisión.-** Conjunto de estación matriz y sus repetidoras que emiten la misma y simultánea programación con carácter permanente.

**Radiodifusión sonora y televisión abierta.-** Los servicios de señal abierta están conformados por los servicios de radiodifusión sonora y televisión abierta (radio y televisión). La radiodifusión sonora es el servicio de radio comunicación unidireccional que permite la difusión de audio y datos (RDS) para ser recibida directamente por el público en general, mediante frecuencias del espectro radioeléctrico. Tales servicios operan a través de un canal de frecuencia que corresponde a la banda atribuida para los servicios de radiodifusión sonora en el Plan Nacional de Frecuencias. Se entiende por televisión abierta al servicio de radio comunicación unidireccional que permite la difusión de audio, video y datos para ser recibida por el público en general, mediante frecuencias del espectro radioeléctrico.

**Redes electrónicas.-** Son los sistemas de transmisión y, cuando proceda, los equipos de conmutación o encadenamiento o demás recursos que permitan el transporte de señales mediante cables, ondas hertzianas, medios ópticos u otros medios electromagnéticos con inclusión de las redes de satélites, redes terrestres fijas (de conmutación de circuitos o de paquetes incluida internet) y móviles, sistemas de tendido eléctrico, en la medida en que se utilicen para la transmisión de señales, redes utilizadas para la radiodifusión sonora y televisiva y redes de televisión por cable, con independencia del tipo de información transportada.

**Frecuencia.-** Se considera frecuencia a un ancho de banda electromagnético, a través del cual se transmite información codificada o no.

**Repetidora.-** Es una estación de radiodifusión que recepta la totalidad de la programación de la estación matriz y la transmite simultáneamente para recepción directa.

**Estación matriz.-** Estación de radio o televisión que origina la programación. Es un transmisor con su antena e instalaciones accesorias necesaria para asegurar un servicio de radiodifusión o televisión en una área de operación autorizada.

**Telefonía fija.-** La telefonía fija incluye al internet por conexión vía modem, ya que esto representa la transmisión de datos por una red originalmente diseñada para voz. Este es el ejemplo más grande de la convergencia de las telecomunicaciones.

**Telefonía móvil.-** Incluye la transmisión de datos a través de todos los operadores de telefonía móvil celular y, en algunos casos la navegación por internet y el acceso a correo electrónico.

**Televisión digital.-** Permite la distribución de múltiples servicios de telecomunicaciones a través de las redes de radiodifusión.

**Bandas Libres.-** Se entiende por bandas libres a aquellas que se ubican en el espectro de 2.4 y 5.8 GHz que en el país se conocen como MDBA (modulación digital de banda ancha) y que no necesitan ser licenciadas.