



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
**ASAMBLEA NACIONAL**

**MEMORANDO No. PAN-09-038**

**PARA:** Dr. Francisco Vergara O.  
**SECRETARIO GENERAL**

**DE:** Sra. Irina Cabezas R.  
**PRIMERA VICEPRESIDENTA  
en ejercicio de la Presidencia**

**ASUNTO:** Proyecto de Ley de Orgánica de Comunicación

**FECHA:** 15 SET. 2009

---

Señor Secretario, según lo dispuesto en el Art. 55 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, entrego el proyecto de **Ley Orgánica de Comunicación**, remitido por el Lcdo. Rolando Panchana Farra, Vicepresidente de la Asamblea Nacional, mediante Oficio No. 083-AN-VP-RPF-09, de 14 de septiembre de 2009; para que sea difundido a las/los asambleístas y a la ciudadanía, a través del portal Web; y, sea remitido al Consejo de Administración Legislativa (CAL), para el trámite correspondiente.

Atentamente,

Sra. Irina Cabezas R.  
**PRIMERA VICEPRESIDENTA  
en ejercicio de la Presidencia**

**ASAMBLEA NACIONAL  
SECRETARIA GENERAL**

FECHA: 15/09/09 HORA: 13:00

FIRMA:





REPÚBLICA DEL ECUADOR  
**ASAMBLEA NACIONAL**  
**SEGUNDA VICEPRESIDENCIA**

Quito, septiembre 14 de 2009  
Oficio 083-AN-VP-RPF-09



**ASAMBLEA NACIONAL**  
**SECRETARIA GENERAL**  
FECHA: 15/09 HORA: 11h40  
FIRMA: *[Firma manuscrita]*

Señor Arquitecto  
FERNANDO CORDERO CUEVA  
PRESIDENTE DE LA ASAMBLEA NACIONAL  
Ciudad.-

De mi consideración:

Fundamentado en los artículos 134 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador y 54 numeral 1 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, presento ante usted señor Presidente el PROYECTO DE LEY DE COMUNICACIÓN, en cuyo texto se recaban opiniones de amplios sectores involucrados y en el que se garantiza el acceso de las personas, comunidades, colectivos, pueblos y nacionalidades; a todas las formas, medios y servicios de comunicación, bajo principios de interculturalidad, respecto, corresponsabilidad, equidad, reciprocidad, inclusión y participación.

Adjunto las firmas de las y los Asambleístas que respaldan el indicado proyecto de ley y un ejemplar del mismo.

Atentamente,



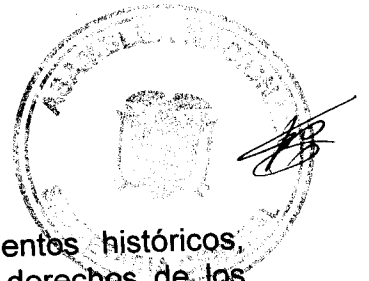
**LCDO. ROLANDO PANCHANA FARRA**  
**VICEPRESIDENTE DE LA ASAMBLEA NACIONAL**

FIRMAS DE APOYO AL PROYECTO DE LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL E INFORMACIÓN



APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE CÉDULA	FIRMA
BONILLA VIVIANA	0913752911	
Aminda Bucarzo	090667758	
GASTON GABLIARDO	0911030257	
Grina Godoy	0908207927	
Ma. Alejandra Ureña	0915872221	
MARY VERONICA C	130581138-0	
JOAN CARLOS CASSINELLI	0501109540	

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS



Luego de una serie de eventos políticos, que en diferentes momentos históricos, provocaron que la comunicación haya sido manejada ignorando los derechos de los ciudadanos, se ha identificado la necesidad imperiosa de proceder a la elaboración de un nuevo marco normativo que regule la comunicación de manera que responda a la dinámica de esta actividad y que se la reconozca como parte de los derechos humanos.

La regulación vigente se origina en la dictadura militar y bajo gobiernos democráticos, la misma Ley de Radiodifusión y Televisión fue objeto de múltiples reformas, auspiciadas y respaldadas por los mismos medios de comunicación.

Las reformas que se introdujeron a la Ley de Radiodifusión y Televisión se ajustaron a modelos privatizadores y corporativistas, que incluyeron en los entes de regulación y control a los mismos sujetos de control, provocando conflictos de intereses y afectando el ejercicio de los derechos relacionados con la comunicación.

Por otra parte, se reconoce la necesidad de establecer parámetros normativos, por una parte sobre el contenido y la programación y, por otra, sobre el espectro radioeléctrico que se concede a las estaciones de radiodifusión y televisión para la emisión de sus señales.

La Constitución de la República reconoce al derecho a la comunicación e información como uno de los pilares del Buen Vivir, lo que hace necesario gestionar y regular actividades como la comunicación, que al constituirse en derechos de los ciudadanos se transforman en responsabilidades del Estado.

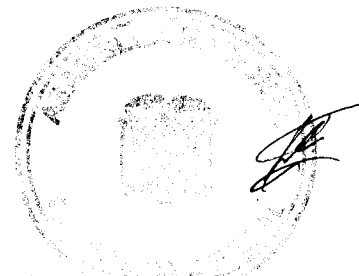
A través de este marco normativo, se propone instituir un cambio de época en la gestión, regulación y control de las actividades de la comunicación, fijando principios y normas claras que permitan a todos los actores en este ámbito el ejercicio pleno de sus derechos y responsabilidades: a las personas, a las comunidades, a los comunicadores sociales, a los medios de comunicación y a la sociedad en general.

En tal sentido se propone una alternativa legislativa adecuada y eficiente para fomentar la actividad y garantizar el ejercicio efectivo del derecho a la comunicación sin censura previa, pero con una clara y precisa responsabilidad ulterior, que separe la comunicación, contenido y programación del control técnico que le corresponde al organismo concedente de frecuencias.

El proyecto de Ley de Comunicación se convierte en un instrumento garantista, técnico y eficiente para cumplir con las responsabilidades que la Constitución establece para el ejercicio de la comunicación desde una perspectiva integral articulando a todos sus actores a través del sistema nacional de comunicación y de las normas internacionales, que ejerzan efectivamente su derecho a la comunicación e información de conformidad con los principios constitucionales y las normas internacionales.

## La Asamblea Nacional

### Considerando:



Que la Constitución de la República del Ecuador entró en vigencia el 20 de octubre del 2008, con su publicación en el Registro Oficial 449;

Que la comunicación es un derecho constitucional que es considerado como un bien público;

Que para regular el ejercicio de un derecho y una garantía constitucional, se requiere de una ley orgánica tal como lo determina el numeral 2 del artículo 133 de la Constitución de la República del Ecuador;

Que es necesario dotar a la sociedad de leyes que protejan, auspicien y regulen los derechos consagrados en la Constitución de la República, y en los pactos convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos;

Que la comunicación es un bien público, que en cuanto a su ejercicio tiene responsabilidades previas y ulteriores;

Que es deber del Estado y sus legítimos representantes, promover la conformación y consolidación de medios de comunicación que democratizen el acceso a la información de las y los ciudadanos;

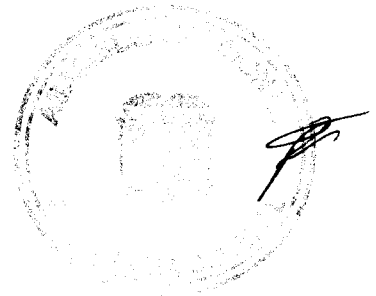
Que es deber del Estado, propender a la profesionalización de actividades que atañen a derechos fundamentales del ser humano así como la participación ciudadana y de la comunidad, como sucede con la comunicación;

Que es necesario dotar a la Sociedad de una estructura organizacional que vigile y proteja el cumplimiento de los derechos y obligaciones relacionados con la comunicación y que dirima las controversias que sobre ellos se suscitaren;

Que los mecanismos de autorregulación de los medios de comunicación social y de los gremios relacionados con el ejercicio de la comunicación social no ha existido o han demostrado ser ineficientes;

Que de conformidad con lo dispuesto en los artículos 120 numeral 6 y 133 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador, la Asamblea Nacional expide la siguiente:

# LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN



## TÍTULO I OBJETO Y ÁMBITO

**Artículo 1.- Objeto de la Ley.-** El objeto de la presente ley orgánica es regular el ejercicio de los derechos que tienen las personas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos sociales a acceder a todas las formas y servicios de comunicación, en su propia lengua y con sus propios símbolos, así como garantizar el ejercicio integral de la comunicación y de la información.

La presente Ley además define los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, norma el ejercicio de la comunicación social, establece la responsabilidad social, derechos y deberes de los medios de comunicación, crea la estructura institucional para el cumplimiento de los derechos de conformidad con lo que consagra la Constitución de la República.

**Artículo 2.- Ámbito de la Ley.-** Esta ley rige a las personas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos sociales, medios de comunicación públicos, privados, comunitarios, entidades, organizaciones sociales y comunicadores sociales.

## TITULO II DE LOS DERECHOS

### CAPITULO PRIMERO DERECHOS DE LOS CIUDADANOS A LA COMUNICACIÓN

**Artículo 3.- De los derechos a la comunicación.-** La presente ley garantiza a los ciudadanos el ejercicio de los siguientes derechos:

1. A 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. A la expresión de sus ideas, pensamientos, opiniones, creencias políticas o religiosas, a través de todas las formas o medios de comunicación, sin censura previa y con responsabilidad ulterior, derechos que no podrán ser restringidos, directa ni indirectamente, de manera abierta o encubierta;;
3. A la participación activa y crítica en el campo de la comunicación, a través de todas sus formas previstas en la Constitución y en las leyes;
4. A acceder al uso de los medios de comunicación social y a las nuevas tecnologías de la información en igualdad de condiciones;
5. 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, de conformidad con la Ley,

precautelando que en su uso prevalezca el interés colectivo;

6. Al acceso a todas las formas posibles de comunicación visual, auditiva u otras, que permita la progresiva inclusión de personas con capacidades especiales;
7. A las herramientas y tecnologías de la información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de ellas o las empleen de forma limitada;
8. A la democratización de los medios de comunicación social, incluyendo los servicios tecnológicos convergentes, por medio de la eliminación del oligopolio o monopolio, directo o indirecto, en su propiedad; así como mediante una distribución equitativa del espectro radioeléctrico a los medios públicos, privados y comunitarios.
9. A la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios;
10. A la difusión y promoción de los derechos humanos y los valores culturales de los distintos colectivos, comunidades, pueblos y nacionalidades, en sus diversas expresiones;
11. A la rectificación, réplica o respuesta, de toda persona, natural o jurídica, agraviada por informaciones falsas, infundadas, inexactas o injuriosas, emitidas en los medios de comunicación social;
12. A la cláusula de conciencia, el secreto profesional y la reserva de la fuente para quienes informen o emitan sus opiniones a través de los medios de comunicación social, salvo en las excepciones establecidas en la presente Ley; y,
13. A acceder, de forma gratuita, a las grabaciones de audio, videos o textos difundidos por los medios de comunicación, cuyos contenidos se relacionen en forma directa con el o los peticionarios.

Para garantizar el ejercicio integral y efectivo de la comunicación y de la información, el Estado apoyará la gestión institucional, el protagonismo e interacción de las personas y el acceso al desarrollo científico y tecnológico, en el marco de un sistema democrático, de forma ética, incluyente, participativa, diversa y equitativa.

**Artículo 4.- Garantía para el cumplimiento de la rectificación, réplica o respuesta.-** Toda persona afectada por informaciones sin pruebas, inexactas o que agraven su honra, publicadas por los medios de comunicación social, tiene derecho a la rectificación, réplica o respuesta correspondiente, en forma obligatoria, inmediata y gratuita, en el mismo espacio impreso o audiovisual en el que se difundió.

El plazo de publicación o emisión para viabilizar el derecho de rectificación, réplica o respuesta no podrá exceder las 48 horas laborables, contabilizadas a partir del momento en que el medio reciba la solicitud de la persona afectada.

El derecho de rectificación, réplica o respuesta no está sujeto a dubitación, contraposición u oposición por parte de terceros; la sola afirmación fundamentada de la persona afectada por la información que incumpla lo dispuesto por la Constitución será suficiente para que

el medio de comunicación proceda a la rectificación o réplica, en un espacio proporcional y con la misma característica al utilizado en difundir la información objetada. El medio de comunicación al publicar la rectificación o réplica podrá ratificarse en el contenido de la información objetada. Cuando se trate de respuesta el medio de comunicación social estará obligado a proporcionarla inmediatamente cuando así fuera solicitada por la persona que fuera aludida en la información.

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 cadenas de radio y televisión o remitidos oficiales, y cuando se trate de espacios políticos contratados. En ambos casos, los responsables de los daños causados o los delitos cometidos serán las personas que producen y generan tales mensajes, quienes responderán por ellos judicialmente.

**Artículo 5.- Protección judicial al derecho de rectificación y réplica.-** Ante la omisión de los medios de comunicación social en conceder la rectificación, réplica o respuesta en la forma y plazos señalados en el artículo anterior, el interesado podrá interponer la acción de incumplimiento, de conformidad con el procedimiento establecido en la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional, sin perjuicio de las ejercer otras acciones legales y constitucionales, previstas en el ordenamiento jurídico

**Artículo 6.- Obligaciones del afectado y los medios de comunicación antes de emitirse resolución.-** Cuando el afectado por una información u opinión emitida por los medios de comunicación social, ejerciere una acción administrativa o judicial para la reparación de sus derechos afectados o para el cumplimiento de la rectificación o réplica, ni el medio ni el afectado podrán referirse a la materia de la controversia mientras ésta no se resuelva.

**Artículo 7.- De las veedurías ciudadanas.-** A fin de garantizar el ejercicio pleno de los derechos establecidos en el artículo anterior y los demás que consagra la presente Ley, las personas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos sociales organizarse de conformidad con las leyes vigentes a fin de constituir organizaciones que tengan por objeto promover y defender desde la ciudadanía, los derechos que consagra la presente ley.

Las organizaciones que se constituyan para tal efecto, deberán inscribirse en el Registro que llevará el Consejo Nacional de Comunicación e Información.

Para tal fin, dichas organizaciones deben cumplir con los siguientes requisitos y acreditar:

1. No tener fines de lucro;
2. Tener inscritas un mínimo de veinte (20) personas naturales;
3. Que sus integrantes no tengan participación accionaria, ni sean directores o trabajadores de los medios de comunicación, ni lo hayan sido en los doce (12) meses anteriores a la solicitud de registro;
4. Que su patrimonio no esté integrado por recursos, bienes, aportes, ayudas o subvenciones de personas naturales o jurídicas públicas o privadas, que puedan condicionar, limitar e injerir en sus actividades de promoción y defensa de sus derechos.

El Consejo Nacional de Comunicación e Información procederá a entregar el certificado



de registro a quienes demuestren cumplir estos requisitos. El Consejo establecerá los documentos necesarios que se deberán acompañar a la solicitud.

El Consejo Nacional de Comunicación e Información revisará de forma periódica el cumplimiento de los requisitos establecidos en este artículo; en caso de comprobar que una organización no cumple con tales requisitos, el Consejo cancelará su registro.

## **CAPITULO SEGUNDO DERECHOS Y DEBERES DE LOS COMUNICADORES SOCIALES**

**Artículo 8.- De la libertad de opinión.-** Se reconocer el derecho al ejercicio de la opinión libre, sin censura previa, sin afectar el derecho a una información veraz, ni los derechos fundamentales de otras personas, consagrados en la Constitución, leyes, pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos. Toda opinión es de exclusiva responsabilidad de quien la emite, advertencia que debe hacerse de manera explícita. De lo contrario se presume que dicha responsabilidad será también del medio de comunicación.

**Artículo 9.- Derecho y deber a la información.-** Los comunicadores sociales gozan de todas las garantías para obtener y difundir información, entendiéndose por tal el conjunto organizado de datos y evidencias procesados que producen conocimiento.

Los comunicadores sociales deben difundir información que sea socialmente responsable, veraz, contrastada, oportuna, contextualizada y plural.

**Artículo 10.- De la cláusula de conciencia.-** Quienes informen o emitan sus opiniones en los medios de comunicación social tendrán derecho a negarse fundamentadamente a realizar acciones contrarias a la Ley o a la deontología periodística; sin que esta objeción afecte su estabilidad y derechos laborales. Los propietarios o administradores de los medios de comunicación social no podrán restringir este derecho ni directa ni indirectamente, o de manera abierta o encubierta.

En caso de formularse la objeción de conciencia, esta deberá fundamentarse por escrito a su empleador y al defensor del público adscrito a la defensoría del pueblo; éste último juzgará la pertinencia de la objeción de conciencia utilizando como referente los principios constitucionales.

Los comunicadores sociales podrán presentar un máximo de dos objeciones de conciencia ante un mismo empleador. Una tercera objeción será sometida a la mediación del Consejo Nacional de Comunicación e Información. Esta acción no excluye la posibilidad de plantear acciones legales, penales, civiles, laborales o de otro tipo para solucionar el conflicto.

En caso de que el Consejo Nacional de Comunicación e Información considerare pertinente la tercera objeción de conciencia por parte del comunicador social, el medio será sancionado conforme a esta ley.

**Artículo 11.- Secreto profesional y reserva de la fuente.-** El secreto profesional es un derecho y un deber de quienes recaban información en los medios de comunicación social, que asegura la confidencialidad de sus fuentes de información.

El Estado garantizará el derecho al secreto profesional y a la reserva de la fuente, salvo en los casos en que se vulnere o ponga en peligro derechos fundamentales de los

personas. Cuando la fuente pida el anonimato, así debe constar en la información.

**Artículo 12.- Del cambio en la naturaleza de los contenidos del medio de comunicación especializado.-** Quienes informen o emitan sus opiniones en los medios de comunicación social de carácter monotemático o especializado tendrán la facultad de poner término a la relación laboral, toda vez que se produzca un cambio en su naturaleza o en la línea de sus contenidos dará derecho a una indemnización equivalente al despido intempestivo. La calidad de los cambios será determinada por el Consejo Nacional de Comunicación e Información.

### **CAPITULO TERCERO**

#### **DERECHOS, DEBERES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Artículo 13.- Derechos de los medios de comunicación social.-** Los medios de comunicación social tienen derecho a:

1. Desarrollar su actividad en el ámbito de la comunicación, sin censura previa y con responsabilidad ulterior;
2. Ejercer la libertad de información, de conformidad con los principios establecidos en la Constitución, en la presente ley y en los tratados e instrumentos internacionales, sin restricciones;
3. Solicitar y recibir información transparente y oportuna de las entidades públicas y de las entidades privadas que manejen fondos del Estado o presten cualquier servicio público, con las excepciones y limitaciones establecidas en la Constitución, instrumentos internacionales y las leyes de la República;
4. Los demás derechos establecidos en la Constitución y la ley.

**Artículo 14.- Deberes.-** Son deberes de los medios de comunicación social:

1. Difundir contenidos informativos, educativos, culturales, artísticos, científicos y recreativos de calidad, sin censura previa, que promuevan y fortalezcan el desarrollo de las capacidades y la formación del público;
2. La protección de la identidad de menores de edad en situaciones de ser autores, cómplices, encubridores o testigos de delitos, o de cualquier otro antecedente que conduzca a la desprotección de su identidad;
3. Difundir información responsable, contrastada, precisa, contextualizada, plural, sin censura previa, y con responsabilidad ulterior, acerca de los sucesos de interés general;
4. Respeto a la integridad, el honor, la dignidad y la intimidad de las personas, en los términos establecidos por la Constitución de la República y en la ley;

5. El rechazo a toda forma de discriminación, de incitación a la guerra, de violencia, toda forma de colonialismo, neocolonialismo, de ocupación e intervención extranjera y agresión a la soberanía;
6. Dedicar espacios y horarios destinados al público infantil y adolescente, en los cuales, se difundan contenidos que atiendan a sus necesidades, evitando cualquier tipo de contenido, incluida la publicidad comercial, que atente contra sus derechos;
7. Promover y privilegiar la producción cinematográfica y audiovisual local y nacional independiente, con estándares de calidad. Los medios audiovisuales de alcance nacional o regional, incluirán al menos un diez por ciento (10%) de espacio en su parrilla de programación para la difusión de la producción nacional independiente;
8. Los medios audiovisuales de alcance nacional o regional, tienen la obligación de incluir al menos un cuarenta por ciento (40%) de producción nacional en el total de su programación diaria. El Consejo Nacional de Comunicación e Información vigilará el cumplimiento de esta obligación y sancionará su incumplimiento de conformidad con la presente Ley;
9. En el caso de los medios audiovisuales, conservar en archivo todos los contenidos de su programación, durante el plazo treinta días; y de los programas de información y opinión durante el plazo de seis meses. Los medios audiovisuales están obligados a poner esta información a órdenes de las autoridades competentes de conformidad con la Ley y cuando estas lo soliciten. En el caso de la conservación es permanente. Para los medios

5. El rechazo a toda forma de discriminación, de incitación a la guerra, de violencia, toda forma de colonialismo, neocolonialismo, de ocupación e intervención extranjera y agresión a la soberanía;

6. Dedicar espacios y horarios destinados al público infantil y adolescente, en los cuales, se difundan contenidos que atiendan a sus necesidades, evitando cualquier tipo de contenido, incluida la publicidad comercial, que atente contra sus derechos;

7. Promover y privilegiar la producción cinematográfica y audiovisual local y nacional independiente, con estándares de calidad. Los medios nacional o regional incluyen?

5. El rechazo a toda forma de discriminación, de incitación a la guerra, de violencia, toda forma de colonialismo, neocolonialismo, de ocupación e intervención extranjera y agresión a la soberanía;
6. Dedicar espacios y horarios destinados al público infantil y adolescente, en los cuales, se difundan contenidos que atiendan a sus necesidades, evitando cualquier tipo de contenido, incluida la publicidad comercial, que atente contra sus derechos;
7. Promover y privilegiar la producción cinematográfica y audiovisual local y nacional independiente, con estándares de calidad. Los medios audiovisuales de alcance nacional o regional, incluirán al menos un diez por ciento (10%) de espacio en su parrilla de programación para la difusión de la producción nacional independiente;
8. Los medios audiovisuales de alcance nacional o regional, tienen la obligación de incluir al menos un cuarenta por ciento (40%) de producción nacional en el total de su programación diaria. El Consejo Nacional de Comunicación e Información vigilará el cumplimiento de esta obligación y sancionará su incumplimiento de conformidad con la presente Ley;
9. En el caso de los medios audiovisuales, conservar en archivo todos los contenidos de su programación, durante el plazo treinta días; y de los programas de información y opinión durante el plazo de seis meses. Los medios audiovisuales están obligados a poner esta información a órdenes de las autoridades competentes de conformidad con la Ley y cuando estas lo soliciten. En el caso de los medios impresos, la conservación es permanente. Para los medios comunitarios se establecerá reglamentariamente una normativa específica sobre archivo, atendiendo sus peculiares características;
10. Registrarse ante el Consejo Nacional de Comunicación e Información, para lo cual deberán acreditar su Código de Ética y su Defensor del Público, que actuará de manera independiente, designado exclusivamente para esta tarea. El Código de Ética de cada medio deberá ser aprobado, previo debate, con la participación de todos los funcionarios y empleados del medio de comunicación y cumplir plenamente con los principios y derechos establecidos en la Constitución del Ecuador, así como con los principios y derechos de comunicación que garantizan la responsabilidad social, la transparencia de procedimientos y el manejo de la información como un servicio público de acuerdo con la presente ley. El Código de Ética deberá ser suscrito por todo el personal del medio: directivos, periodistas y administrativos; de forma que no se pueda alegar su desconocimiento.
11. Colaborar en los procesos convocados por el Consejo Nacional de Comunicación e Información, para intercambiar opiniones y lograr acuerdos para el mejoramiento del ejercicio comunicacional;
12. Permitir la reproducción parcial, por parte de otros medios de comunicación social, de contenidos informativos, una vez que los eventos u otros ya hayan sido transmitidos; y,
13. Dar el crédito correspondiente cuando se reproduzcan contenidos de otros medios.

**Artículo 15.- Responsabilidad social de los medios de comunicación.-** Los medios de

comunicación social tienen la responsabilidad de contribuir a la construcción de una sociedad de respeto, justicia, equidad y solidaridad, y de responder de manera crítica y objetiva ante los acontecimientos y procesos de interés general, a fin de que el público desarrolle su capacidad de deliberación, argumentación y decisión en el marco democrático que consagra la Constitución de la República.

La responsabilidad social de los medios se expresa en:

1. El respeto y promoción de los derechos humanos, la diversidad política, religiosa, social, cultural, lingüística y étnica de los pueblos y nacionalidades en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad, consagrados en la Constitución y en los convenios y tratados internacionales vigentes;
2. La búsqueda, recepción, intercambio, producción y difusión de información contrastada, oportuna, contextualizada y plural acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, con responsabilidad ulterior. La información debe provenir de fuentes autorizadas y/o confiables;
3. La producción de contenidos, informativos recreativos o educativos, que propendan a formar en el público una opinión libre, crítica, autónoma y fundamentada de la realidad nacional y mundial, de manera que se fortalezca la participación, deliberación y toma de decisiones de la ciudadanía en plenitud de derechos;
4. La expresión y fomento de la creatividad; y la difusión de los talentos locales y nacionales en sus diversas formas de comunicación;
5. El respeto por la paz social, la no-violencia, 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; y,
6. La educación formal y no formal dirigida a fortalecer la autoestima, el sentido de pertenencia, la cohesión social, la identidad, las diversidades, el respeto a los derechos de la naturaleza y a los saberes ancestrales.

### TÍTULO III GARANTÍAS DE LOS DERECHOS

#### CAPÍTULO PRIMERO GARANTÍAS NORMATIVAS

#### SECCIÓN PRIMERA COMUNICADORES SOCIALES

**Artículo 16.- Comunicadores sociales profesionales.-** Se considera comunicadores sociales profesionales a las personas que:

1. Posean títulos académicos de tercero o cuarto nivel otorgados por facultades, escuelas de Comunicación, Periodismo, Publicidad, Comunicación Organizacional, Diseño, Multimedia, Producción Audiovisual u otras denominaciones, reconocidas

por el Estado;

2. Quienes posean títulos académicos en Periodismo, Comunicación, Publicidad, Comunicación Organizacional, Diseño, Multimedia, Producción Audiovisual u otras denominaciones otorgados por centros de educación superior del extranjero que hayan sido revalidados en el país;
3. Quienes obtuvieron la certificación de profesionalización, en cumplimiento a lo dispuesto en la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista de 1975;

**Artículo 17.- Comunicadores sociales comunitarios.-** Quienes, sin acreditar título académico, pertenecen a comunidades, colectivos, pueblos, y nacionalidades indígenas, pueblos afro-ecuatorianos, pueblos montubios y comunas, y ejercen actividades en medios de comunicación comunitarios para servir a estos grupos, de conformidad con los principios y derechos consagrados por la Constitución, instrumentos, convenios, pactos internacionales vigentes, se denominarán comunicadores comunitarios.

Para el ejercicio comunicacional, los comunicadores comunitarios deberán acreditar su idoneidad como tales, presentando ante el Consejo Nacional de Comunicación e Información, un certificado otorgado por sus organizaciones, de conformidad con lo que establezca el reglamento a esta Ley.

Los comunicadores comunitarios gozarán de las garantías y cumplirán todas las obligaciones contempladas en la Constitución y en la presente Ley.

## **SECCIÓN SEGUNDA MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Artículo 18.- Medios de comunicación públicos.-** Los medios de comunicación públicos son aquéllos de titularidad estatal y, como tal, pertenecen a la sociedad ecuatoriana. Además de los objetivos de información y entretenimiento propios de todos los medios de comunicación, los medios públicos deben producir y difundir contenidos educativos que fomenten la inclusión, la interculturalidad, la identidad nacional y los derechos humanos. Los medios públicos de comunicación no tendrán fines de lucro porque su rentabilidad es social y no económica. Se garantizará su autonomía editorial e independencia del gobierno de turno.

Los medios públicos se financiarán con recursos que provendrán del Presupuesto General del Estado, donaciones nacionales o extranjeras y/o de la venta de sus producciones y servicios.

En el caso de los medios públicos que solo dispongan de financiamiento proveniente del presupuesto general del Estado, este deberá cubrir sus gastos de operaciones.

Los beneficios económicos que se obtengan producto de la actividad de los medios públicos se destinarán a su propio desarrollo y sostenibilidad. Los beneficios económicos que no fueren reinvertidos en esos fines serán transferidos al Presupuesto General del Estado.

**Artículo 19.- Medios de comunicación comunitarios.-** Son medios de comunicación comunitarios aquellos que no persiguen fin de lucro y cuya propiedad, administración y

dirección corresponden comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades así como a organizaciones sociales, culturales y educativas.

Su función debe estar encaminada a expresar la diversidad cultural e identidad de esas comunidades; a propiciar el Buen Vivir; y a asegurarles el ejercicio de los derechos a la comunicación, a la información, a la libertad de expresión y a la participación ciudadana.

Por su naturaleza, se prohíbe en los medios de comunicación comunitarios la transmisión de contenidos partidistas, con excepción de la publicidad electoral de campaña válidamente autorizada por el Consejo Nacional Electoral.

**Artículo 20.- Gestión.-** La creación, propiedad, administración y dirección de los medios de comunicación comunitarios se sujetarán a las leyes vigentes que regulan a las organizaciones, de acuerdo a su naturaleza; y por lo tanto, su gestión deberá ser democrática, con participación real y plena de los miembros de la comunidad. La vulneración de este principio deberá denunciarse ante el Consejo Nacional de Comunicación e Información, que demandará su efectiva vigencia.

Los medios de comunicación comunitarios se financiarán con donaciones, aportes, auspicios y patrocinios, con la venta de sus producciones y servicios comunicacionales, y con la publicidad comercial. Las donaciones, aportes, auspicios y patrocinio de gobiernos o instituciones extranjeras podrán alcanzar hasta el 25% del presupuesto operativo anual del medio. Esos aportes no deberán incidir en la línea editorial del medio.

El Estado promoverá el funcionamiento de los medios comunitarios a través de la asignación de líneas de crédito, asistencia técnica y capacitación, entre otras herramientas.

Los beneficios económicos que generen los medios de comunicación comunitarios se reinvertirán en su propio medio funcionamiento y sostenibilidad.

**Artículo 21.- Medios de comunicación privados.-** Se consideran medios de comunicación privados, aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponda a personas naturales o jurídicas privadas, reconocidas por la Constitución y las leyes.

La creación, administración, dirección, capital y propiedad se sujetará a las disposiciones de la Ley de Compañías. No obstante lo anterior, para la cesión o enajenación de las acciones o participaciones de las compañías propietarias de medios de comunicación privados, se comunicará al Consejo Nacional de Comunicación e Información y al Ministerio con competencia en materia de comunicación, dentro de los siguientes treinta días.

Las personas naturales o concesionarias de canales o frecuencias de radiodifusión y televisión, deben ser ecuatorianas de nacimiento. Las personas jurídicas deben ser ecuatorianas y no podrán tener más de veinticinco por ciento de inversión extranjera.

**Artículo 22.- Prohibiciones.-** Se prohíbe a los medios de comunicación social lo siguiente:

1. Difundir información que atente contra los derechos y garantías de las



personas;

2. Divulgar información que incite a la violencia física o psicológica, utilizando, sobretodo, a niños, niñas, adolescentes, mujeres o adultos mayores;
3. Difundir información que promueva cualquier forma de discriminación, explotación sexual, xenofobia, racismo, pederastia, pornografía , consumo de sustancias estupefacentes o psicotrópicas, intolerancia religiosa o política y otras manifestaciones que afecten la dignidad del ser humano;
4. Trasmistir información discriminatoria, estereotipada o distorsionada acerca de situaciones, hechos o acontecimientos que afecten a la dignidad de las personas o de cualquier grupo social.
5. Inducir, mediante enfoques u opiniones, apología del odio, del delito o la violencia;
6. Difundir información que sea producto de uso de cámaras ocultas, grabadoras escondidas, teleobjetivos y métodos de encubrimiento, que impliquen intromisión en la vida privada de las personas y que viole su intimidad, salvo en los casos autorizados por autoridad competente;

**Artículo 23.- Prohibiciones relativas al sistema financiero privado.-** Las entidades o grupos que forman parte del sistema financiero privado, sus propietarios, representantes legales, miembros de su directorio, socios o accionistas, directivos y funcionarios de empresas vinculadas a dichos grupos y sus propietarios, no podrán participar directa, ni indirectamente en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social;

Los medios de comunicación privados, cuyos propietarios, representantes legales, miembros de directorio, socios o accionistas tengan participación directa o indirecta en empresas ajenas a las actividades de comunicación e información, estarán prohibidos de emitir cualquier información, noticia o mensaje tendente a la protección de sus intereses por medio de la manipulación del mercado, el desprestigio a la competencia, o la inducción o persuasión al público orientada al consumo masivo del producto o servicio que su empresa o empresas comercialicen, en espacios que no estén claramente identificados como publicidad comercial.

### **SECCIÓN TERCERA**

#### **DEL REGISTRO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Artículo 24.- Registro para el funcionamiento.-** El funcionamiento de los medios de comunicación tanto impresos como radiales o audiovisuales, estará sujeto a un registro de operación ante el Consejo Nacional de Comunicación e Información, conforme al Reglamento de la presente Ley.

El registro de funcionamiento de los medios de comunicación social no será susceptible de cesión ni transferencia.

**Artículo 25.- Título habilitante.-** El registro de funcionamiento establecido en esta ley, no autoriza por sí solo al medio de comunicación radial y audio visual, a prestar servicios ni a utilizar el espectro radioeléctrico.

Los medios de comunicación radial y audiovisual deberán obtener los títulos habilitantes exigidos por el ordenamiento jurídico vigente para la prestación de servicios de radio difusión sonora, televisión abierta o televisión por suscripción y para el uso y explotación de las frecuencias respectivas. Igualmente, los medios de comunicación se sujetarán al régimen de regulación y control técnico del Estado aplicable a los servicios de telecomunicaciones que presten y el uso del espectro radioeléctrico.

**Artículo 26.- Cancelación del registro.-** El registro de funcionamiento de los medios de comunicación social radiales o audiovisuales caducará, cuando por cualquier causa se cancele la concesión para operar otorgada por autoridad competente. La cancelación del registro de funcionamiento acarreará la terminación de la concesión de los medios de comunicación por las causas previstas en esta ley.

El organismo que de conformidad con la Ley sea el competente para concesionar las frecuencias a los medios de comunicación radiales o audiovisuales, deberá informar inmediatamente sobre el particular al Consejo Nacional de Comunicación e Información, y al Ministerio del Ramo, según las normas pertinentes.

Procederá la cancelación del registro, cuando por causas establecidas en las leyes se cancelen, extingan o revoquen los títulos habilitantes otorgados para la prestación de servicios de radiodifusión sonora o televisión o para el uso de frecuencias vinculadas a la prestación de tales servicios.

**Artículo 27.- Plazo de vigencia del registro.-** El registro para el funcionamiento de los medios de comunicación durará un año.

**Artículo 28.- Pago por registro de funcionamiento.-** El Consejo Nacional de Comunicación e Información establecerá el valor del pago anual del registro de funcionamiento de los medios de comunicación social, tanto impresos como radiales o audiovisuales. Para fijar este valor se atenderá las diferencias y peculiaridades entre medios públicos y privados; los comunitarios quedarán exentos de dicho pago.

#### **SECCIÓN CUARTA DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS**

**Artículo 29.- Prevalencia de contenidos.-** Los medios de comunicación social de señal abierta difundirán contenidos de carácter educativo, recreativo, informativo, de opinión, y otros, de acuerdo con lo establecido en la Constitución de la República.

En cualquier caso los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta deben señalar expresamente, de forma que se entienda sin lugar a interpretación, si los contenidos de su programación son aptos para todo público (A), aptos para menores en compañía de adultos(B), o aptos exclusivamente para público adulto (C), los contenidos educativos propenderán a formar de manera integral a los ciudadanos y ciudadanas; el contenido recreativo propenderá a garantizar el derecho a la recreación y el esparcimiento de los ciudadanos y ciudadanas; los contenidos informativos propenderán a difundir información sobre personas o acontecimientos, locales, nacionales e internacionales de

manera imparcial, veraz y oportuna; los contenidos de opinión propenderán a la difusión de pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre acontecimientos locales, nacionales e internacionales, y en cuanto se refieran a personas los medios de comunicación respetarán la intimidad, el honor y la dignidad de las mismas, sin censura previa.

Los medios de comunicación social al referirse a los contenidos establecidos en los párrafos que anteceden deberán identificar las fuentes documentales e informativas, salvo las de carácter secreto, de conformidad con lo establecido en la Constitución y esta ley.

Los horarios de difusión de los programas en los cuales se difundan contenidos para cumplir con lo previsto en el artículo 14 numeral 7 serán establecidos por el Consejo Nacional de Comunicación e información.

La operación de canales especializados en un segmento en particular, en señal abierta, deberá ser analizada y aprobada de forma individual y específica por el Consejo Nacional de Comunicación e Información, atendiendo a su naturaleza y a los contenidos de su programación.

**Artículo 30.- De los noticiarios.-** La elaboración y producción de los noticiarios en cualquier medio de comunicación, debe cumplir con los requisitos atribuidos a la información. El proceso de la información desde la cobertura de las fuentes hasta la redacción de la noticia debe estar a cargo de profesionales en cualquier rama de la comunicación social .

**Artículo 31.- Del responsable editorial.-** Los productos editoriales informativos de cualquier medio de comunicación (periódicos, revistas, canales de televisión, programas radiales, portales web) deben tener un responsable editorial, de los contenidos de estos productos, con los alcances y limitaciones establecidos por esta Ley.

**Artículo 32.- Espacios destinados al Estado en los medios de comunicación.-** Los medios de comunicación del país están obligados a prestar los siguientes servicios sociales gratuitos en información que sea de relevancia para la ciudadanía, de conformidad con lo siguiente:

- a) En los medios de comunicación radiales y televisivos, su programación iniciará y terminará con la entonación del Himno Nacional.
- b) Los funcionarios a los que se refiere el artículo 59, literal a) de la Ley de Radiodifusión y Televisión tienen derecho a solicitar cadenas de radio y televisión o conjuntamente de ambos medios, una vez al mes como máximo y no podrán exceder de diez minutos. Se exceptúa de lo dispuesto en este artículo al Presidente de la República, para el que no regirá ninguna de estas limitaciones.
- c) Transmitir en cadena nacional la rendición de cuentas anual del Presidente de la Asamblea Nacional, del Presidente de la Corte Nacional de Justicia, del Presidente de la Corte Constitucional, del Presidente del Consejo Nacional Electoral, del Presidente de la Función de Transparencia y Control Social, del

Presidente del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, El Ministro Fiscal General de la Nación, los titulares de los Organismos de Control, del Defensor del Pueblo, y del Consejo de Seguridad Pública. Estos espacios no podrán durar más de 10 minutos cada uno

- d) Destinar hasta una hora semanal, no acumulable, a programas educativos o de salud, elaborados por los Ministerios rectores de la Educación, de la Cultura y la Salud Pública, respectivamente. Por consiguiente, cada ministerio tendrá un cupo de veinte minutos semanales. El horario será consensuado con el medio respectivo.

Los demás medios de comunicación social deberán cumplir con las mismas obligaciones establecidas en los literales c) y d), y otorgar espacios equivalentes, acordados con los respectivos medios y el Consejo Nacional de Comunicación e Información.

## **SECCIÓN QUINTA DE LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Artículo 33.- Publicidad.-** La publicidad es una forma de comunicación de masas que se realiza a través de los medios de comunicación y otras formas comunicacionales, para informar, motivar y persuadir a los ciudadanos a la adhesión o adquisición de los productos, bienes o servicios que se publicitan.

**Artículo 34.- Prohibiciones.-** Se prohíbe utilizar en la publicidad comercial, lo siguiente:

1. Escenas, imágenes o locuciones de violencia, apología de los vicios, delitos, usos o costumbres degradantes, nocivas, que exploten el miedo, que alteren la paz y el orden público, que discriminen, estereotipen o 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, la pornografía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y, en general, que atenten contra los derechos consagrados en la Constitución y en la presente Ley;
2. Contenidos engañosos que contraríen total o parcialmente las condiciones reales o de adquisición de los productos, bienes y/o 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 sus intereses y derechos.- ;
3. Publicidad de cigarrillos y bebidas alcohólicas en los horarios desde las 06h00 hasta las 22h00 y además durante programas informativos, noticiosos o deportivos.

**Artículo 35.- Mensajes publicitarios en horarios para adultos.-** El reglamento a esta Ley establecerá la permisividad de contenidos publicitarios, en espacios y horarios para adultos.

**Artículo 36.- Responsabilidad en los mensajes publicitarios.-** Todo anuncio o mensaje publicitario será responsabilidad solidaria del anunciante, de la agencia de publicidad,

productora y del medio de comunicación que lo difunda incumpliendo lo dispuesto en los artículos precedentes.

**Artículo 37.- Tiempo de emisión de mensajes publicitarios.-** Esta materia será regulada en el reglamento de la presente Ley.

**Artículo 38.- Publicidad en servicios de comunicación por suscripción.-** Cuando se trate de servicios de comunicación que se presten al público a través de dispositivos que obligan a un pago por suscripción, el operador del servicio no podrá insertar publicidad comercial de ninguna clase.

**Artículo 39.- Publicidad en lugares públicos.-** Los anuncios o vallas publicitarias y la publicidad auditiva o audiovisual en lugares públicos, además de cumplir las limitaciones que establece la presente Ley, deberán evitar la contaminación visual y auditiva de acuerdo con lo que establezcan las ordenanzas municipales.

**Artículo 40.- Régimen para la regulación de la publicidad.-** La regulación de la publicidad se regirá por las disposiciones de la presente Ley y las que establezcan la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y las demás normas vigentes.

Cualquier persona natural o el representante de las asociaciones ciudadanas podrá denunciar ante el Defensor del Público la violación de los derechos y garantías establecidos en esta Ley relacionados con la publicidad, así como solicitar la adopción de las medidas que correspondan.

#### **TÍTULO IV DEL CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y DEL DEFENSOR DEL PÚBLICO**

##### **CAPÍTULO I DEL CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN**

**Artículo 41.- El Consejo Nacional de la Comunicación e Información.-** Es un organismo con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, que tiene por finalidad velar y consagrar los derechos de la comunicación e información, de conformidad con la Constitución de la República y las disposiciones de la presente Ley.

El Consejo Nacional de la Comunicación e Información articulará las relaciones entre el Estado y la sociedad en la elaboración y desarrollo de las políticas y planes públicos de comunicación; posibilitará la satisfacción de las demandas sociales, la defensa y garantía del funcionamiento de los medios públicos, privados y comunitarios e impulsará mecanismos y herramientas de participación ciudadana en el ámbito de la comunicación e información.

El Consejo Nacional de Comunicación e Información tendrá su sede en la Capital de la República y funcionará de manera desconcentrada, en cualquier otra región, provincia o circunscripción territorial, en donde se considere necesario para el cumplimiento de sus fines. Se reunirá ordinariamente una vez al mes y extraordinariamente cuando sea requerido, mediante convocatoria realizada por su Presidente.

**Artículo 42.- De la representatividad del Consejo Nacional de la Comunicación e Información.-** El Consejo Nacional de la Comunicación e Información, estará integrado por 8 miembros :

- a) Un Representante del Presidente de la República quien lo presidirá y tendrá voto dirimente
- b) Un Representante de las Facultades o Escuelas de Comunicación Social reconocidas por el organismo competente, cuya elección será regulada por el Consejo Nacional Electoral..
- c) Un representante de los comunicadores sociales agrupados en gremios, elegido conforme a un proceso de selección a cargo del Consejo Nacional Electoral .
- d) Un representante del Ministerio de Educación
- e) Un Representante de la Asamblea Nacional.
- f) Tres Representantes de la ciudadanía elegidos por el Consejo de Participación Ciudadana.

Los representantes establecidos en los literales b, c y f durarán cuatro años en sus funciones y deberá desarrollar actividades afines o acreditar conocimientos en áreas de la comunicación social. Los representantes de la ciudadanía deberán ser elegidos por concurso de oposición y méritos de acuerdo con la Constitución y la ley. Para ser elegidos y participar en el concurso, los postulantes no deberán tener participación accionaria en los medios de comunicación privados por lo menos doce meses anteriores a la fecha de convocatoria del concurso.

Los miembros principales tendrán sus respectivos suplentes, quienes deberán reunir los mismos requisitos que se prevén para los miembros principales, en la presente Ley.

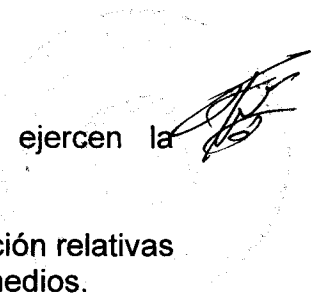
Para la integración del Consejo Nacional de Comunicación e Información se procurará la paridad de género en cuanto sea posible.

**Artículo 43.- De los requisitos para ser miembro del Consejo Nacional de Comunicación e Información.-** Para ser miembro del Consejo Nacional de Comunicación e Información se requerirá los siguientes requisitos:

- a) Tener nacionalidad ecuatoriana;
- b) Tener un título de tercer o cuarto nivel en el ámbito de la comunicación social y haber ejercido profesional y/o académicamente en el ámbito de la comunicación social, al menos 10 años con probidad notoria;
- c) No tener relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con el Ministro del Ramo; los accionistas, propietarios, directivos o administradores de los medios de comunicación social;
- d) No ser accionista, propietario o tener injerencia en la Gerencia y/o Administración de los medios de comunicación social;
- e) Estar en goce de los derechos de ciudadanía;

**Artículo 44.- Atribuciones.-** El Consejo Nacional de Comunicación e Información, tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Cumplir y hacer cumplir la presente ley, en el ámbito de sus atribuciones;

- 
- b) Llevar un registro completo respecto de todos los medios que ejercen la comunicación e información social en el país;
  - c) Establecer las políticas de los medios de comunicación social e información relativas al cumplimiento de los códigos éticos y la responsabilidad social de los medios.
  - d) Proponer pautas relativas al cumplimiento de los códigos éticos y la responsabilidad social de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.;
  - e) Proponer la terna para la designación del Defensor del Público.
  - f) Actuar de oficio ante la o el Defensor del Público cuando por propia iniciativa lo considere necesario o presentar un reclamo ante ella o él cuando las o los ciudadanos así lo requieran.
  - g) Resolver en segunda y última instancia, a petición de parte, las resoluciones del Defensor del Público. Las resoluciones que dictare el Consejo Nacional de Comunicación e Información, no impiden las acciones que puedan interponerse ante la Jurisdicción de lo Contencioso Administrativo u otras vías contempladas en la Constitución y la Ley.
  - h) Presentar ante el pleno de la Asamblea Nacional un informe anual sobre el estado de cumplimiento de la presente ley e informar sobre los resultados de sus acciones a la ciudadanía;
  - i) Asesorar a la Autoridad correspondiente sobre la aplicación de esta Ley.
  - j) Evaluar los mensajes difundidos por los medios de comunicación e información, incluidos los publicitarios, que afecten los derechos fundamentales consagrados en la Constitución, tratados y convenios internacionales; proceder de conformidad con la Ley y emitir informes que serán de carácter obligatorio;
  - k) Impulsar la investigación comunicacional, la deliberación pública y la conformación de observatorios ciudadanos de comunicación; el desarrollo del conocimiento y prácticas ancestrales en comunicación social de personas, comunidades, pueblos, colectividades y nacionalidades; la promoción, protección y difusión las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales;
  - l) Fomentar la creación de espacios para difusión de la producción nacional independiente y establecer mecanismos para garantizar dichos espacios;
  - m) Auditar el tiraje o la sintonía de los medios de comunicación social, para transparentar los datos sobre la producción de estos medios;
  - n) Nombrar, remover y supervisar al Director Ejecutivo y al Secretario del Consejo;
  - o) Aprobar el presupuesto anual presentado por el Director Ejecutivo y aprobar la modificación de su estructura administrativa, cuando sea necesario;
  - p) Resolver todas las controversias que se susciten en la aplicación de la presente ley, cuando no sea atribución de otra autoridad.

- q) Las demás que establezca la presente Ley.

## CAPÍTULO II DE LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO

**Artículo 45.- De las atribuciones del Defensor del Público.-** Se crea la figura del "Defensor del Público", quien estará dotado de legitimación administrativa y extrajudicial dentro de la estructura de la Defensoría del Pueblo, para la defensa de los derechos de comunicación e información de las personas, colectivos, pueblos y nacionalidades, que tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de todos los medios, tanto escritos como audiovisuales; públicos, privados y comunitarios.;
- b) Convocar a los medios públicos, privados y comunitarios, centros de estudios e investigación u otras entidades de bien público en general, para crear un ámbito participativo de debate permanente sobre el desarrollo y funcionamiento de los medios de comunicación;
- c) Realizar un seguimiento de los reclamos y denuncias presentados e informar a las autoridades competentes, a los interesados, a los medios de comunicación y al público en general sobre sus resultados;
- d) Concurrir, si fuera necesario, a los lugares donde se produjeron los hechos materia del reclamo o denuncia;
- e) Convocar a audiencias públicas en diferentes regiones del país a efecto de evaluar el adecuado funcionamiento de los medios de comunicación;
- f) Proponer modificaciones de normas reglamentarias en las áreas vinculadas con su competencia.;
- g) Formular recomendaciones públicas a las autoridades con competencia en materia de comunicación;
- h) Representar los intereses del público y de la colectividad, en forma individual o en su conjunto, en sede administrativa o judicial, con legitimación procesal, pudiendo solicitar la anulación de actos generales o particulares, la emisión, modificación o sustitución de actos, y todas más cuantas peticiones cautelares o de fondo considere necesarias para el mejor desempeño de su función;
- i) La Defensoría se expresará, asimismo, a través de recomendaciones públicas a los titulares, autoridades o profesionales de los medios de comunicación social contemplados en esta ley, o de presentaciones administrativas o judiciales recabando se les ordene ajustar sus comportamientos al ordenamiento jurídico en cuanto se aparten de él, en los casos ocurrentes.



j) Las demás que establece la ley.

**Artículo 46.- De la designación.-** El Defensor del Público será elegido por el Defensor del Pueblo, de una terna propuesta por el Consejo Nacional de Comunicación e Información, de conformidad con lo que establezca la Ley Orgánica que regule la Defensoría del Pueblo..

Los candidatos o candidatas deberán cumplir los mismos requisitos exigidos para los miembros del Consejo Nacional de Comunicación e Información, establecidos por esta Ley.

**Artículo 47.- De las delegaciones.-** El Defensor del Pueblo establecerá las delegaciones que el Defensor del Público requiera en las distintas circunscripciones territoriales para el eficaz ejercicio de sus funciones.

### CAPÍTULO III DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL CONSEJO

**Artículo 48.- Conformación del Consejo Nacional de Comunicación e Información.-** El Consejo Nacional de Comunicación e Información estará conformado por:

- a) El Presidente y las o los respectivos miembros
- b) Una Dirección Ejecutiva
- c) El Secretario General

El organigrama de la Dirección Ejecutiva y la autorización para la contratación de recursos humanos y materiales, será decidida por el Consejo.

**Artículo 49.- Del Presidente.-** El Representante permanente del Presidente de la República ejercerá la Presidencia del Consejo Nacional de Comunicación e Información, y tendrá voto dirimente, sus funciones se sujetarán a la presente Ley a su reglamento.

**Artículo 50.- Del Director Ejecutivo.-** El Director Ejecutivo será representante legal, judicial, extrajudicial del Consejo y será elegido, de fuera de su seno, por el Consejo Nacional de Comunicación e Información, quien se encargará de cumplir las resoluciones y disposiciones emitidas por éste.

**Artículo 51.- Del Secretario.-** El será designado por el Consejo Nacional de Comunicación e Información, de una terna enviada por el Director Ejecutivo, y sus funciones serán determinadas por el Reglamento de esta ley.

**Artículo 52.- Requisitos para ser Secretario del Consejo Nacional de Comunicación e Información.-** El Consejo Nacional de Comunicación e Información tendrá un Secretario quien dará fe pública de los actos del Consejo. El Secretario deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Tener nacionalidad ecuatoriana.
- b) Tener al menos 30 años.
- c) Tener un título de tercer nivel en las áreas de: Jurisprudencia, Comunicación Social o Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

- d) Contar por lo menos con 5 años de experiencia profesional con probidad notoria.
- e) Estar en goce de los derechos de ciudadanía.
- f) No tener relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con el Ministro del Ramo; los miembros del Consejo Nacional de Comunicación e Información; los accionistas, propietarios, directivos o administradores de los medios de comunicación social.
- g) No ser accionista, propietario o tener injerencia en la Gerencia y/o Administración de los medios de comunicación social.

**Artículo 53.- De las remuneraciones.-** Los miembros del Consejo Nacional de Comunicación e Información percibirán dietas por cada sesión, salvo su Presidente, quien tendrá un sueldo con rango de ministro de Estado. El Defensor del Público también tendrá un sueldo con rango de Viceministro. En los demás casos, el Consejo fijará los sueldos de conformidad con las escalas previstas por la SENRES.

#### **CAPÍTULO IV DEL COMITÉ CONSULTIVO**

**Artículo 54.- Del Comité Consultivo.-** Dentro de la estructura del Consejo Nacional de Comunicación e Información existirá un Comité Consultivo que emitirá criterios no vinculantes sobre las vigencia de las garantías para la comunicación social e información, sobre los derechos que garantizan el ejercicio de la comunicación social, las responsabilidad social, los derechos y deberes de la comunicación social, la publicidad en los medios de comunicación y sobre la garantía del derecho a la rectificación, respuesta o réplica; un representante de la Asociación Ecuatoriana de Canales de Televisión, un representante de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, un representante de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos, un representante de los medios comunitarios, un representante de otras agremiaciones de medios no contempladas en las cuatro anteriores, un representante de los lectores, radioescuchas, televidentes y demás consumidores de la información producida por los medios de comunicación, elegido por el Consejo de Participación Ciudadana; y un representante de las agencias de publicidad. El presidente del Comité Consultivo será elegido de entre sus miembros, por la mayoría de los integrantes asistentes.

El Comité Consultivo se reunirá ordinariamente al menos cuatro veces al año; y, extraordinariamente cuando su Presidente lo considere necesario o cuando la mayoría absoluta de sus miembros lo soliciten.

Los miembros del Comité Consultivo, serán designados y su actuación será regulada de conformidad con lo que determine el Reglamento a la presente Ley.

Para la integración del Consejo Consultivo se procurará la paridad de género en cuanto sea posible.

#### **TÍTULO V INFRACCIONES Y SANCIONES**

##### **CAPÍTULO I RESPONSABILIDADES Y COMPETENCIAS PARA SANCIONAR**

**Artículo 55.- Responsabilidad por contenidos.-** Los titulares del registro de funcionamiento de los medios de comunicación social y los responsables editoriales de cada producto, espacio, programa, edición, son responsables de los contenidos, acorde a lo que establece la presente Ley.

**Artículo 56.- Responsabilidad por programación.-** En el caso de medios radiales o audiovisuales, los titulares del registro de funcionamiento de los medios y los gerentes de programación, son responsables de la programación, acorde a lo que establece la presente Ley.

**Artículo 57.- Autoridad competente para sancionar.-** El Defensor del Público, en primera instancia, y el Consejo Nacional de Comunicación e Información, en segunda instancia, son las autoridades competentes para conocer y resolver las denuncias relacionadas con la violación a las disposiciones establecidas en la presente Ley.

**Artículo 58.- Procedimiento administrativo sancionador.-** Las denuncias por la violación a los derechos y principios establecidos en la presente Ley serán presentadas ante el Defensor del Público, con inmediato reconocimiento de firma.

Presentada la denuncia, el Defensor del Público notificará inmediatamente al representante legal, judicial o extrajudicial la parte o partes denunciadas. El Defensor del Público convocará a las partes a una Audiencia de conciliación, contestación y presentación de pruebas, la que se realizará en el término de 10 días siguientes, contados a partir de la notificación de su providencia.

De producirse conciliación, el proceso terminará. Caso contrario, el Defensor del Público dictará de inmediato la respectiva resolución. Esta resolución causará ejecutoria luego del tercer día, contada desde su notificación a las partes y podrá ser impugnada motivadamente ante el Consejo Nacional de Comunicación e Información dentro del mismo término, sin perjuicio de ejercer otras acciones previstas en la Constitución y en la Ley.

Presentada la apelación, el Presidente del Consejo Nacional de Comunicación e Información notificará inmediatamente a la parte o partes interesadas, para que en la sesión siguiente del Directorio, de forma motivada, éste la acepte al trámite u ordene su archivo si no reúne los requisitos para ser admitida a trámite.

De aceptarse la apelación al trámite, se notificará a las partes con la fecha de realización de la audiencia pública ante el pleno del Consejo, misma que tendrá lugar en el término mínimo de diez días y máximo de quince días contados desde la aceptación de la apelación al trámite. En la audiencia se fundamentará la apelación, se actuarán las pruebas que existieren y las partes expondrán sus alegatos.

Transcurrido este término, con la fundamentación de la apelación o sin ella, el Consejo analizará el caso y procederá a dictar la resolución que corresponda en el término de 30 días, la misma que causará ejecutoria luego del tercer día, contado desde su notificación a las partes.

Las resoluciones del Consejo en este ámbito se tomarán con el voto favorable de la mayoría de sus miembros; las resoluciones del Consejo podrán impugnarse en la vía

Contencioso Administrativa.

El mismo procedimiento se aplicará para los casos en que el Consejo o el Defensor del Público actúen de oficio.

Este procedimiento se regirá por los principios de gratuidad, oralidad, celeridad, simplicidad, contradicción, seguridad jurídica y del debido proceso.

## CAPÍTULO II APLICACIÓN DE LAS SANCIONES

**Artículo 59.- Tipos de sanciones.-** El incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley, dará lugar a la aplicación de las siguientes sanciones:

1. Amonestación escrita publicada en su propio medio de comunicación en el día de mayor tiraje, en la sección editorial, para medios impresos. Para medios audiovisuales y radiales, la sanción se difundirá en el horario dispuesto por la autoridad sancionadora;
2. Multa de una a cien remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general;
3. Suspensión temporal de la registro de funcionamiento del medio de comunicación, de uno a treinta días; y,
4. Cancelación definitiva del registro para el funcionamiento del medio de comunicación social.

**Artículo 60.- Gradación de las sanciones.-** En todos los casos, para la imposición de las sanciones se considerarán los siguientes aspectos:

- La sanción deberá observar el principio de proporcionalidad;
- La gravedad de la infracción o infracciones cometidas anteriormente; y,
- La repercusión o conmoción social que haya causado la infracción o infracciones.

Las sanciones previstas en el artículo anterior se aplicarán sin perjuicio de otras acciones que pudieran resultar aplicables de acuerdo a la legislación vigente.

Se considerarán atenuantes:

1. No haber sido sancionado con anterioridad a la apertura del procedimiento sancionatorio;
2. Haber admitido públicamente la infracción en el curso del procedimiento administrativo sancionatorio;
3. Haber subsanado la infracción de forma voluntaria antes de la imposición de la sanción;
4. Haber reparado integralmente los daños causados con ocasión de la comisión de la infracción.

Se consideran agravantes:

1. Haber sido sancionado con anterioridad a la apertura del procedimiento sancionatorio;


2. Obtención de beneficios económicos con ocasión de la comisión de la infracción;
3. El carácter continuado de la conducta infractora;
4. Cuando el usuario perjudicado sea niña, niño o adolescente;
5. Impedir la labor de investigación de las autoridades mencionadas en esta ley.

**Artículo 61.- De los informes previos de los Consejos de Igualdad.-** Para aplicar las sanciones previstas en la presente Ley por la difusión de contenidos que atenten contra derechos humanos o derechos de salud de niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres, personas con capacidades especiales, pueblos afroecuatorianos y montubios, nacionalidades indígenas, comunas, adultas y adultos mayores, así como los que atenten contra la seguridad del Estado o la transmisión de noticias basadas en supuestos que puedan producir conmociones sociales o públicas, se deberá contar con informe motivado previo de los respectivos Consejos Nacionales de Igualdad. Para emitir este informe dichos consejos tendrán un término improrrogable de diez (10) días para su elaboración, contados a partir de la notificación de la autoridad competente.

**Artículo 62.- Causas para la sanción de amonestación escrita.-** Se aplicará la sanción de amonestación escrita por la difusión de contenidos que afectan a los derechos de los ciudadanos establecidos en la presente Ley, siempre que ello no constituya una infracción más grave.

**Artículo 63.- Causas para la sanción de multa.-** Se aplicará la sanción de multa en los siguientes casos:

1. Difusión de contenidos que afecten a los derechos de los ciudadanos establecidos en la presente Ley, que no constituyeren una infracción más grave, por más de tres ocasiones en un año;
2. Incumplimiento de la obligación de incluir al menos un cuarenta por ciento de producción nacional en el total de la programación diaria de los medios audiovisuales de comunicación social de alcance nacional o regional.
3. Incumplimiento del derecho a la réplica, rectificación o respuesta solicitado, sin perjuicio de que éste haya sido concedido por la Corte Constitucional;
4. Promoción de la violencia física o psicológica utilizando niños, mujeres, ancianos, comercio sexual, pornografía, el consumo de tabaco, alcohol y sustancias estupefacientes, la intolerancia religiosa o política y otros actos análogos que afecten la dignidad del ser humano;
5. Difundir publicidad de cigarrillos, bebidas alcohólicas o sustancias psicotrópicas, en horarios no autorizados;
6. Transmitir o publicar cartas, notas o comentarios que no estén debidamente respaldados con la firma o identificación de sus autores, salvo el caso de comentarios periodísticos bajo seudónimo que corresponda a una persona de identidad determinable;
7. Hacer apología del delito, o revelar hechos o documentos no permitidos por las leyes, en la información o comentarios de hechos delictuosos;

- 
8. Transmisión de contenidos y programas de tipo partidista o proselitista en los medios comunitarios de comunicación, con excepción de la publicidad electoral de campaña válidamente autorizada por el Consejo Nacional Electoral;
  9. Incumplir con la obligación de transmitir mensajes de instituciones del Estado, o el otorgamiento de espacios a tales efectos, de conformidad con lo establecido en esta ley; y,
  10. Transmisión de programación que viole los derechos de niñas, niños y adolescentes o que puedan causar daño o alteración en su normal desarrollo.

**Artículo 64.- Causas para la sanción de suspensión del registro para funcionamiento de medios de comunicación social.-** Se aplicará la sanción de suspensión del registro para el funcionamiento, en los siguientes casos:

1. Realización e incentivo de actos atentatorios contra el orden constitucional y la seguridad interna y externa del Estado, o violaciones graves a los derechos humanos, previo informe del Consejo de Seguridad Pública.
2. Reincidencia en la comisión de infracciones que dieron lugar a la sanción de multa.

La suspensión del registro de funcionamiento podrá ser de uno a treinta días, atendiendo a la gradación de sanciones prevista en el artículo 61 de esta Ley.

**Artículo 65.- Causas para la cancelación del registro para funcionamiento de medios de comunicación social.-** Se aplicará la sanción de cancelación del registro para el funcionamiento, en los siguientes casos:

1. Reincidencia en la difusión de contenidos que vulneren los derechos establecidos en la Constitución y la presente Ley, luego de haber recibido sanción de amonestación escrita y multa.
2. Reincidencia en la comisión de infracciones que dieron lugar a la sanción de suspensión.

La cancelación del registro de funcionamiento inhabilita al titular persona natural o al titular persona jurídica, los integrantes de sus órganos de dirección y accionistas, a ser titulares de registros de funcionamiento de medios de comunicación social, durante el lapso de diez años. El Defensor del Público y el Consejo Nacional de Comunicación e Información, según el caso, notificará de forma inmediata al órgano encargado de la administración del espectro radioeléctrico de las sanciones de suspensión o cancelación del registro de funcionamiento y de la concesión de un medio audiovisual que se encuentren en firme, para la ejecución obligatoria de las medidas que aseguren su cumplimiento.

**Artículo 66.- Caducidad de las acciones y de la potestad sancionadora.-** Las acciones para determinar la existencia de infracciones a la presente Ley y la potestad para sancionarlas, caducarán a los cinco años de cometidas.

## DISPOSICIONES GENERALES

**PRIMERA.-** Sin perjuicio de la continuidad en el cumplimiento de las competencias del Consejo Nacional de Telecomunicaciones no relacionadas con evaluación de contenidos y programación reguladas en esta Ley Orgánica de Comunicación; en la Ley de Radiodifusión y Televisión, sustitúyase las expresiones “Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión” y “CONARTEL” por “Consejo Nacional de Telecomunicaciones” y “CONATEL”.

**SEGUNDA.-** Además de las responsabilidades legales de las asignadas al Secretario Nacional de Telecomunicaciones en el Decreto Ejecutivo No. 8, publicado en el Registro Oficial No. 10 del 24 de agosto de 2009, las funciones y atribuciones de representación legal, judicial y extrajudicial, excepto las de representación internacional del Estado que le correspondían al Presidente del CONARTEL, continuarán ejerciéndose y serán cumplidas por el Secretario Nacional de Telecomunicaciones.

**TERCERA.-** Se reconocen todos los procesos, actos, resoluciones y decisiones relacionadas con la evaluación de contenidos y programación adoptados y emitidos por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones – CONATEL – hasta la expedición de esta Ley Orgánica de Comunicación. Aquellos procesos de evaluación de contenidos y programación que estén en conocimiento del CONATEL y que no contaren con resolución de ese Consejo, serán resueltos por el Consejo Nacional de Comunicación e Información.

## DISPOSICIONES TRANSITORIAS

**PRIMERA.-** Una vez publicada la presente Ley en el Registro Oficial, en el plazo de noventa días, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social conformará la comisión de selección correspondiente para la designación de los representantes de la ciudadanía que integrará el Consejo Nacional de Comunicación e Información.


El plazo máximo para la designación de los representantes del Consejo Nacional de Comunicación e Información será de 120 días, luego de lo cual inmediatamente se integrará el Consejo a efectos de celebrar la primera sesión.

**SEGUNDA.-** El registro de los medios de comunicación social ante el Consejo Nacional de Comunicación e Información deberá cumplirse en el plazo que el Consejo determine. De no hacerlo, el medio de comunicación social no podrá operar, para lo cual, el Consejo Nacional de Comunicación e Información, arbitrará las medidas que sean del caso, incluso con apoyo de la fuerza pública y demás entidades y servidores públicos cuya colaboración requiera.

**TERCERA.-** A partir de la publicación de la presente Ley, en el plazo de trescientos sesenta días, se procederá a expedir la ley que regule el ejercicio de los medios de comunicación públicos, y reformar la Ley de Ejercicio Profesional del Periodistas, a fin de que guarden relación con la Constitución y ésta Ley .

**CUARTA.-** El Presidente de la República, en el plazo máximo de 180 días expedirá el Reglamento para la aplicación de la presente Ley.

**QUINTA.-** No obstante lo prescrito en artículo 14 numeral 8 de esta Ley, se concede a los



medios audiovisuales de comunicación social de alcance nacional o regional el plazo de cuatro años desde la publicación de esta Ley, a fin de que de forma progresiva incluyan producción nacional hasta un mínimo de cuarenta por ciento del total de su programación. Una vez transcurrido este plazo, todos los medios audiovisuales deberán contar, de forma obligatoria, con al menos el cuarenta por ciento de producción nacional dentro de su programación.

**SEXTA.-** Quienes estén laborando en los medios de comunicación en el momento de la publicación de esta ley tendrá el plazo de seis años para cumplir con lo dispuesto en los artículos 30 de la presente Ley. Los medios de comunicación social en este caso, deberán otorgar las facilidades de horario y económicas, si el caso amerita, para cumplir con esta obligación.

**SÉPTIMA.-** Hasta que se defina la situación jurídica de los medios de comunicación social incautados por la Agencia de Garantía de Depósitos, éstos tendrán la categoría de públicos con sujeción a lo dispuesto en la presente ley.

### **DISPOSICIONES DEROGATORIAS y REFORMATARIAS**

**PRIMERA.-** En el Artículo 3 de la Ley de Radiodifusión y Televisión después del gentilicio: "... ecuatorianas..." agréguese un punto (.) y deróguese en el inciso primero lo siguiente: "...y no podrán tener más del 25% de inversión extranjera..." así como de su inciso tercero lo siguiente: "...Lo dispuesto en este artículo rige también para el arrendamiento de estaciones de radiodifusión y televisión y es aplicable a todos los casos previstos en el artículo 33 de la Ley de Compañías....".

**SEGUNDA.-** En el literal d) del Artículo 5-E inumerado de la Ley de Radiodifusión y Televisión elimínese la siguiente frase: "...su transferencia a otros concesionarios, el arrendamiento de las estaciones...".

**TERCERA.-** En el inciso cuarto del Artículo 9 de la Ley de Radiodifusión y Televisión elimínese la palabra: "...mayor..." y después de la palabra: "...circulación..." sustitúyase la preposición: "...en.." por la preposición: "...de..." .

**CUARTA.-** Deróguense los Artículos 44, 45, 46, 49, 58, 59 y 60 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

**QUINTA.-** Sustitúyase el literal h) del Artículo 67 de la Ley de Radiodifusión y Televisión por el siguiente:

"...h) por pedido del Consejo Nacional de Comunicación e Información por infracciones a la Ley de Comunicación que sean sancionadas con suspensión del registro de funcionamiento....".

**SEXTA.-** Sustitúyase el literal b) del Artículo 71 de la Ley de Radiodifusión y Televisión por el siguiente:

"...b) Multa de diez hasta cien remuneraciones mensuales unificadas del trabajador en general;"



Dado y suscrito en la ciudad de Quito, a los... del mes de ....de 2009

