EL PLENO DE LA ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR

CONSIDERANDO:

Que el artículo 384, título 7mo, del Régimen del Buen Vivir considera la creación del Sistema de Comunicación Social, para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación, el mismo que se conformará con las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadano y comunitarios que se integren voluntariamente a él; y establece que su organización, funcionamiento y formas de participación ciudadana serán definidas por la Ley;

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

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

Que de conformidad con lo establecido en los artículos 16, 17 y 18 de la Constitución, el Estado debe garantizar el ejercicio de los derechos de comunicación e información;

Que el artículo 19 establece la obligación 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 información que atente contra los derechos;

Que de acuerdo a lo que dispone el artículo 20 de la Constitución, el Estado garantizará la cláusula de objeción de conciencia a toda persona, 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 la Constitución de la República reconoce y garantiza a las personas el derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente, en todas sus formas y manifestaciones;

Que la Constitución garantiza el 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 la Constitución consagra el respeto y fomento a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, respecto de la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones que se reflejen en los medios de comunicación; garantizando el derecho a la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna;

Que es preciso expedir una ley orgánica que trate de manera específica los derechos de la comunicación a fin de garantizar un cumplido desarrollo y aplicación de las normas de la Constitución de la República y los tratados internacionales vigentes;

Que la Constitución de la República reconoce el derecho de todas las personas a 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 no permitir monopolios u oligopolios de los medios de comunicación;

Que 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 la Carta Fundamental de la República 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;

Que la disposición transitoria primera de la Constitución de la República dispone la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación dentro del plazo máximo de trescientos sesenta días a partir de su fecha de vigencia.

En ejercicio de las facultades que le confiere 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

CAPÍTULO I

OBJETO Y ÁMBITO DE LA LEY

Art. 1.- Objeto de la Ley.- El objeto de la presente Ley Orgánica de Comunicación es:

Garantizar el ejercicio integral y la plena vigencia de los derechos de comunicación que comprenden: la libertad de expresión, la libertad de información, la comunicación y el acceso a la información pública que tienen las personas, comunidades, colectivos, pueblos y nacionalidades en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Determinar los deberes y las responsabilidades de todos los actores vinculados con el ejercicio de los derechos de comunicación, reconocidos en la Constitución de la República y en los instrumentos internacionales de derechos humanos vigentes.

Establecer las acciones afirmativas para que las personas ejerzan estos derechos dentro y fuera del territorio nacional.

Art. 2.- Del ámbito de la Ley.- Esta Ley es aplicable a:

Las personas, comunidades, colectivos, pueblos y nacionalidades; medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, comunicadores sociales y todos aquellos que formen parte del Sistema de Comunicación Social.

CAPÍTULO II

PRINCIPIOS

Art. 3.- Exigibilidad de los derechos de comunicación.- El ejercicio, defensa, protección y exigibilidad de los derechos de comunicación se regirán por los mismos principios de aplicación establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes.

Art. 4.- Plurinacionalidad e interculturalidad.- El Sistema de Comunicación Social garantizará y contribuirá en el ejercicio de los derechos de la comunicación a la construcción de una sociedad intercultural y plurinacional, mediante la aplicación plena de los derechos de las personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, así como el respeto, reconocimiento, promoción y preservación de la diversidad de sus formas de vida, expresadas en sus símbolos, tradiciones, conocimientos, saberes, historias y aspiraciones como elementos básicos para asegurar el Buen Vivir. Se promoverá y defenderá sus manifestaciones y los idiomas ancestrales como fuentes y formas de comunicación.

Art. 5.- Pluralismo, diversidad e inclusión social.- El Sistema de Comunicación Social garantizará la existencia de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios independientes, y de periodistas y comunicadores que puedan ejercer su profesión en libertad y sin coacción alguna; promoverá el ejercicio de los derechos humanos, la participación ciudadana y colectiva, sin discriminación de ninguna naturaleza formal y/o material en todas las formas y manifestaciones, la pluralidad, la diversidad e inclusión social, con especial énfasis en las personas y grupos de atención

prioritaria, y facilitará el acceso equitativo al uso, propiedad de los medios, servicios y tecnologías de información y comunicación.

Art. 6.- Acción afirmativa.- El Estado adoptará 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 en situación de desigualdad real respecto de la generalidad de los ciudadanos. Para ello se tomarán entre otras las siguientes medidas:

- Subtitulación o lenguaje de señas para personas con discapacidad auditiva.
- Sonido audiodescrito por la radio o medios conexos para personas con discapacidad visual.
- Doblaje de principales programas para zonas con mayoría de población no castellano parlantes.

Art. 7.- Interés superior de las niñas, niños y adolescentes.- Esta Ley observará medidas de protección integral para preservar el interés superior de niñas, niños y adolescentes conforme lo determina la Constitución, los Tratados Internacionales y el Código de la Niñez y Adolescencia, principalmente respecto de los contenidos que se difundan, garantizado la prevalencia de los fines informativos, educativos, y culturales.

Art. 8.- Participación de Personas y de Colectivos.- Es un principio rector del Sistema de Comunicación Social y se establecerán medidas concretas que lo viabilicen.

Art. 9.- Prevalencia de Contenidos.- En todas las formas y medios para realizar la comunicación se dará prevalencia a los contenidos con fines informativos, educativos y culturales. Se garantizará la promoción de una cultura de paz y democracia, así como la igualdad de derechos, el respeto a la dignidad de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y la diversidad de sus culturas e historias; se fomentará la creación de espacios para la difusión de producción nacional independiente.

Art. 10.- Cláusula de objeción de conciencia.- Quienes informen o emitan sus opiniones podrán negarse a realizar acciones contrarias a su ética, principios, convicciones personales y la deontología periodística, sin que esta objeción afecte a sus derechos humanos y laborales, directa o indirectamente, de manera abierta o encubierta.

Art. 11.- Responsabilidad ulterior.- El ejercicio de los derechos de comunicación, no estará sujeto a censura previa, salvo los casos establecidos en la Constitución, Tratados Internacionales vigentes y la Ley, al igual que la responsabilidad ulterior por la vulneración de estos derechos.

Art. 12.- Transparencia y máxima divulgación de la información pública.- La información pública, y en general cualquier información que emane o se encuentre en poder de las entidades del sector público o entidades privadas que tengan o administren fondos del Estado, sean concesionarias, o presten servicios públicos, se someterán a los principios de transparencia en la difusión y divulgación de la información pública.

Este principio se exceptúa en los casos en que se clasifica la información como confidencial, reservada, secreta y secretísima de acuerdo a la legislación vigente.

Art. 13.- Del uso y acceso al espectro radioeléctrico.- Las personas naturales o jurídicas tienen derecho al acceso, a través de procesos transparentes de concesión de frecuencias, y en igualdad de condiciones, a su uso para la creación y fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, de conformidad con la Ley, precautelando que en su uso prevalezca el interés colectivo así como el acceso de las bandas libres para la explotación de redes inalámbricas y otras tecnologías. El Estado preservará este derecho, bajo criterios de equidad, transparencia, no discriminación, pluralismo y diversidad.

Art. 14.- Acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, y de los servicios de comunicación.- Se impulsará la ampliación de la cobertura, utilización, acceso a las TICs y el desarrollo de capacidades para la sociedad de la información y el conocimiento. El Estado promoverá la diversidad cultural y lingüística propiciando la generación de contenidos locales y en las lenguas ancestrales; la inclusión digital de los sectores urbanos y rurales, la alfabetización digital, el desarrollo de hardware y software nacional y el uso preferencial de software libre en la administración pública, la educación y la salud.

Para lo cual los prestadores de servicio público de comunicación audiovisual estarán obligados a presentar un plan de despliegue de cobertura con el objetivo de alcanzar en 20 años, la universalización del servicio en el ámbito territorial de su licencia.

Art. 15.- De la democratización de los medios de comunicación.- Se democratizará el acceso a los medios de comunicación, en especial de aquellos que emplean un recurso estratégico del Estado, como es el espectro radioeléctrico. La democratización afectará no sólo a la recepción sino que hará especial énfasis en ejercicio de difusión, para lo cual se establecerán reservas sobre el recurso destinadas a medios de comunicación sin ánimo de lucro, comunitarios o públicos, cuyo principal objetivo sea la difusión de informaciones, ideas, reclamos o propuestas de colectivos, asociaciones o cualquier otra agrupación de la sociedad civil.

Art. 16.- Principio de imparcialidad del Estado.- El Sistema de Comunicación Social asegurará las condiciones para que todas las personas puedan formar libremente su pensamiento y opiniones sin ninguna interferencia estatal.

El Estado será imparcial frente a cualquier contenido o forma de expresión social o cultural. No podrá establecer ningún referente oficial y obligatorio para el pensamiento y opinión de las personas, y deberá asegurar las condiciones necesarias para que los pensamientos y expresiones de grupos minoritarios tengan protección ante las opiniones y expresiones de la mayoría, aún cuando éstos puedan incomodar o resulten inaceptables para ésta.

CAPITULO III

DERECHOS

SECCIÓN PRIMERA

DERECHOS DE LAS PERSONAS A LA COMUNICACIÓN

Art. 17.- Derecho de las personas y colectivos a la libertad de información, expresión y opinión.- A expresar sus ideas, pensamientos, opiniones, creencias políticas o religiosas y otras, a través de todas las formas o medios de comunicación, sin censura previa y con responsabilidad ulterior.

Art. 18.- Derecho a la rectificación, réplica o respuesta.- Toda persona afectada por información sin indicio alguno, inexacta, incontrastada y que agravie su honra, publicada a través de un medio de comunicación y/o por un

medio de comunicación, tiene derecho a la rectificación correspondiente en forma fundamentada, obligatoria, inmediata y gratuita, en el mismo espacio impreso y con las mismas características. Si la difusión fuere audiovisual esta se realizará en el mismo espacio u horario. Así mismo en caso de réplica, siendo el plazo en publicación para viabilizar el derecho de rectificación o réplica máximo en el plazo de 48 horas laborables contabilizadas a partir del momento en que el medio reciba la solicitud de la persona afectada, en caso de medios con periodicidad semanal, quincenal o mensual se hará en la siguiente edición o emisión inmediata posterior.

Los medios de comunicación quedan exentos de la obligación establecida en este artículo y de eventuales sanciones, cuando solo actúen como canales para difundir mensajes de Autoridades del Estado, a través de cadenas de Radio y Televisión o remitidos oficiales y cuando se trate de espacios contratados por terceros, en ambos casos los responsables de los agravios o delitos cometidos serán las personas que producen y generan tales mensajes, quienes responderán por ellos de conformidad con la Ley.

Art. 19.- Comunicación libre, incluyente y no discriminatoria.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán garantizar el acceso a la comunicación de personas con discapacidad ofreciendo en sus programaciones audiovisuales intérpretes de señas u opciones de subtítulos.

SECCION SEGUNDA

DERECHOS, DEBERES Y RESPONSABILIDADES DE LOS COMUNICADORES SOCIALES

Art. 20.- 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.

Art. 21.- Independencia editorial.- Los comunicadores sociales podrán negarse fundamentadamente:

a) A realizar acciones contrarias a la Ley o a la deontología periodística; sin que esta objeción afecte su estabilidad y derechos laborales.
b) A utilizar el secreto profesional y la reserva de fuente para asegurar la confidencialidad de la información, salvo en el caso de que se vulnere o se ponga en peligro derechos fundamentales de las personas.
c) A investigar y a emitir opiniones libremente y sin censura previa sobre hechos de interés público, siempre que estos no afecten al derecho a una información veraz, ni a los derechos fundamentales de otras personas consagradas en la Constitución, leyes, pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

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.

Art. 22.- De los derechos laborales en los medios de comunicación.- Los medios de comunicación garantizarán a sus trabajadores remuneraciones y retribuciones justas y a la Seguridad Social, según sus funciones y competencias. Bajo ningún concepto dichas remuneraciones serán inferiores al salario y sueldo básico unificado, de acuerdo a la normativa vigente.

Se prohíbe toda forma de precarización de las relaciones laborales.

Art. 23.- Del desarrollo profesional y capacitación técnica.- El Estado debe propiciar la profesionalización de la comunicación social. Las entidades públicas y privadas y los medios de comunicación social, deberán dar facilidades de horarios y hasta económicas si fuese el caso, para que las personas que desarrollan acciones comunicacionales puedan realizar estudios de profesionalización y técnicos, relacionados con el ejercicio de la comunicación descrito en el artículo anterior.

Art. 24.- De la libertad de Opinión.- 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.

Art. 25.- Garantías para el ejercicio profesional de los comunicadores.- Se establecen las siguientes garantías para el ejercicio profesional de los comunicadores sociales, en concordancia a las disposiciones determinadas en la Constitución, los tratados internacionales vigentes y la presente Ley.

a) Libertad de pensamiento y expresión;
b) Libertad de asociación;
c) Cláusula de conciencia;
d) Reserva de la fuente;
e) Secreto profesional;
f) Desarrollo Profesional.

Art. 26.- Derecho a la participación de los periodistas y comunicadores sociales en los medios de comunicación.- Los periodistas y comunicadores sociales tendrán el derecho a participar en los Consejos de Redacción, entendidos éstos como espacios de participación conjunta de los periodistas y de los responsables de los medios en la orientación editorial. Su conformación y regulación se sujetará a lo previsto en esta Ley y en el código de ética de cada medio.

Art. 27.- Responsabilidades del ejercicio periodístico y de comunicación.- La actividad de comunicación y periodística debe regirse por conductas éticas, búsqueda plural de las fuentes, buenas prácticas del oficio periodístico, parámetros de verosimilitud de las informaciones, criterios de verificación de la información a difundirse, presentación de la diversidad de la realidad cultural y social de país, calidad en su ejercicio profesional, diferenciación entre opiniones e informaciones emitidas.

Comunicadores y periodistas no podrán, bajo ninguna circunstancia, incurrir en actos que impliquen intercambio de favores o recibo de donaciones o prebendas a cambio de la publicación de cierta información. Las acciones en este sentido serán tipificadas como infracción punible por la ley penal.

TITULO II

CAPITULO I

DE LOS CONTENIDOS

Autorregulaciones y Regulaciones de los medios en cuanto a los contenidos.

Art. 28.- Autorregulación y buenas prácticas.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, para el ejercicio pleno de los derechos a la

comunicación, deben observar buenas prácticas y mecanismos de autorregulación expresos, transparentes y públicos, consagrados en códigos de ética, que deben ser registrados en el Consejo de Comunicación e Información y actualizados de ser el caso.

Ningún órgano estatal o servidor público podrá intervenir en el contenido de los códigos de ética.

Art. 29.- De la libertad para la programación.- Todo medio de comunicación social goza de libertad para realizar sus programas y desarrollar sus actividades comerciales y profesionales, sin otras limitaciones que las establecidas en la Constitución, Instrumentos Internacionales y la normativa vigente, garantizando la libertad de expresión, información y prensa.

Art. 30.- De los contenidos.- Los medios de comunicación social difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores que defienden la dignidad humana y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los Instrumentos Internacionales.

Art. 31.- Limitaciones a la libertad de expresión, comunicación e información.- El derecho a la libertad de pensamiento y de expresión tiene las siguientes limitantes:

a) Los espectáculos públicos que atenten la protección moral de la niñez y adolescencia y aquellas que limita la Ley de esta materia;
b) Toda propaganda a favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los étnicos, color, religión, idioma u origen nacional;
c) Publicidad de bebidas alcohólicas en los horarios desde las 06h00 hasta las 22h00 y durante programas informativos, noticiosos o deportivos;
d) Publicidad de cigarrillos en todos los horarios.

Art. 32.- Audiencias, franjas horarias y contenidos de programación.- La clasificación de programación y de contenidos de radio, televisión y los canales de los sistemas de audio y video por suscripción se realizará mediante normas técnicas especiales, de conformidad con el Reglamento que se elabore de esta Ley. Esta clasificación incorporará la definición de audiencias de televidentes, franjas horarias y clasificación de contenidos.

Art. 33.- De la Clasificación de la Audiencia.- Para la clasificación de la audiencia se consideran 3 categorías:

a) Audiencia familiar.- En este grupo están considerados todos los miembros de la familia, sin importar su edad.
b) Audiencia con responsabilidad compartida.- Esta audiencia está compuesta por la familia y los padres o representantes legales de los menores de edad, los mismos que deberán realizar el control y supervisión del acceso a la programación, así como del análisis crítico de dichos contenidos.
c) Audiencia adultos.- Esta audiencia está compuesta por personas mayores de 18 años de edad.

Art. 34.- De las Franjas Horarias.- Se considera franja familiar el lapso que va de 06H00 a 22H00, estableciéndose 3 categorías:

a) 6H00 a 15H00.
b) 15H00 a 18H00.
c) 18H00 a 22H00

La franja que debe estar destinada para público adulto, corresponde:

a) 22H00 a 06H00.

Art. 35.- De los Contenidos de Programación.- Los contenidos de programación de radiodifusión sonora, televisión y los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, son: **I-** Informativos. **O-** De opinión. **F-** Formativos/educativos/culturales. **E-** Entretenimiento. **P-** Publicitarios.

Las estaciones de radio, televisión y los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, deben identificar el tipo de contenido que transmiten, a fin de que la audiencia pueda decidir sobre el acceso al mismo.

Art. 36.- De la Clasificación de Contenidos.- Las estaciones de radio, televisión y los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, tienen la responsabilidad de clasificar todos los contenidos de su programación. Para su transmisión, se tendrá en cuenta la clasificación de la audiencia, los tipos de contenidos, y su influencia positiva a la sociedad en general y en particular en los grupos de atención prioritaria.

Para el efecto, se establecen 4 categorías para la clasificación de contenidos:

a) **Contenidos aptos para todo público:** Utilizan la identificación “A” junto con la etiqueta de “apto para todo público”.
b) **Contenidos con recomendación de 7 a 12 años:** Utilizan la identificación “A” junto con la etiqueta de “apto para todo público con recomendación de 7 a 12 años”.
c) **Contenidos con recomendación de 13 a 18 años (de responsabilidad compartida):** Utiliza la identificación “B” con la etiqueta de “responsabilidad compartida con recomendación para mayores de 13 años”.
d) **Adultos:** Utiliza la identificación “C” con la etiqueta “apto únicamente para público adulto”.

Art. 37.- Difusión del trabajo de productores nacionales.- Los medios audiovisuales de alcance nacional o regional, tienen la obligación de incluir progresivamente al menos un cuarenta por ciento (40%) de producción nacional en el total de su programación diaria, incluido un diez por ciento (10%) de producción nacional independiente. El órgano respectivo vigilará el cumplimiento de esta obligación y sancionará el incumplimiento de conformidad con la presente Ley.

Art. 38.- Difusión y promoción de la producción nacional independiente.- Los productores nacionales independientes tienen derecho a espacios de difusión en los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios. Todos 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. Producción nacional independiente es aquella en la cual participan al menos el setenta por ciento (70%) de personas ecuatorianas como: productores, actores, técnicos y que se utilizan locaciones nacionales o internacionales manteniendo el porcentaje de ecuatorianos que habla el presente artículo; y, el productor y director no tienen vinculación laboral con el medio en el cual difunde el producto.

Art. 39.- De la difusión de los contenidos musicales.- En la difusión de contenidos musicales las estaciones de radiodifusión sonora en idioma español en todos sus horarios, espacios y condiciones deberán incluir en su programación un mínimo del 50% progresivamente de música producida, compuesta y/o ejecutada en Ecuador.

CAPITULO II

DE LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Art. 40.- De la publicidad.- Es una forma de comunicación de masas que se realiza a través de los medios de comunicación social y otras formas, para informar, motivar y persuadir a los ciudadanos a la adhesión o adquisición de productos, bienes o servicios que se publicitan.

Art. 41.- Responsabilidad en los mensajes publicitarios.- Todo anuncio o mensaje publicitario será responsabilidad solidaria del anunciante, de la agencia de publicidad, de la productora y del medio de comunicación que lo difunda.

Art. 42.- Régimen para la regulación de la publicidad.- La regulación de la publicidad se regirá por las disposiciones de la presente Ley y las establecidas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y las demás normas vigentes.

Art. 43.- De la producción de publicidad nacional.- Los contenidos publicitarios comerciales que sean difundidos en el territorio ecuatoriano deberán ser producidos por empresas ecuatorianas cuya nómina de creativos esté constituida por al menos el ochenta por ciento (80%) de ecuatorianos, se incluyen las empresas o personas que son contratadas como servicios profesionales.

Art. 44.- De la publicidad estatal en época electoral.- En época electoral, se prohíbe la publicidad o propaganda estatal desde la convocatoria a elecciones hasta la proclamación de los resultados de éstas, salvo el caso de desastres naturales, eventos graves, conmoción pública o cualquier otra calamidad de grado importante. La obligatoriedad de rendir cuentas por parte de los servidores públicos solo podrá realizarse antes de la convocatoria a elecciones y luego de finalizado el proceso electoral.

TITULO III

CAPITULO I

FORMAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Art. 45.- De los espacios para la información pública.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios están obligados a prestar los servicios sociales gratuitos en información que sea de relevancia para la ciudadanía, de conformidad con lo siguiente:

a. Transmitir, al menos una vez al mes en un máximo de 20 minutos al mes, en cadena nacional, mensajes informativos de las principales autoridades de las Funciones del Estado. Estas cadenas deberán ser aprobadas por la máxima autoridad de la institución y estarán acordes con las políticas nacionales de comunicación. Solo en casos de emergencia nacional el tiempo de emisión se podrá extender.
b. Destinar una hora diaria, no acumulable, de lunes a sábado, para programas oficiales con carácter educativo que fortalezcan los valores democráticos, la promoción de los derechos humanos, la prevención de consumo de sustancias estupefacientes, alcohol, cigarrillo y otros asuntos de salubridad.

   Los mensajes deben promover la plurinacionalidad e interculturalidad, equidad de género; y la atención a los grupos de atención prioritaria.

   Para el caso de los medios escritos, éstos deberán otorgar obligatoriamente un espacio proporcional a sus respectivas publicaciones para la difusión de los mensajes o informes señalados en este artículo.

   Los demás medios de comunicación social están en la obligación de otorgar a las mismas entidades establecidas en el literal a) del párrafo que antecede, espacios acorde a las características del medio de que se trate, lo cual será determinado por el Consejo de Comunicación e Información.

   El reglamento a esta ley regulará el uso de los espacios a que se refiere el presente artículo, y para los gobiernos locales, seccionales y dignatarios.

Art. 46.- Responsabilidad de la protección de datos de carácter personal. Todos los actores vinculados con el ejercicio de los derechos de comunicación, tienen la responsabilidad de garantizar el derecho a la reserva de la identidad y la intimidad, que consiste en los aspectos personales y reservados de la existencia del ser humano los que no pueden ser objeto de intromisión de los medios de comunicación, persona natural o jurídica, especialmente en el caso de niñas, niños, adolescentes y mujeres, que sean víctimas o testigos en casos de delito.

Art. 47.- Del ejercicio de los Profesionales en Comunicación y Periodismo.- Los medios de comunicación deben construir condiciones para asegurar la calidad y la responsabilidad del manejo de la información. Las direcciones editoriales y la elaboración de la noticia en los medios, deberán estar a cargo solo de Periodistas Profesionales o Comunicadores Sociales titulados. Estos requisitos aplican para medios privados, públicos y comunitarios.

En el caso de los medios comunitarios, el Estado tiene la responsabilidad de crear progresivamente las condiciones para que se cumpla con este requisito.

Quienes ocupen las direcciones de comunicación y las direcciones de Relaciones Públicas en las instituciones del Estado deberán ser profesionales.

SECCIÓN PRIMERA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

Art. 48.- Medios de comunicación públicos.- Son personas jurídicas de derecho público, cuya titularidad es estatal y por lo tanto pertenecen a la sociedad ecuatoriana. Sin perjuicio de los objetivos de información y entretenimiento propios de todos los medios de comunicación, deben enfatizar en la producción y difusión de contenidos educativos que fomenten la inclusión, la plurinacionalidad e interculturalidad, el respeto y cuidado de la naturaleza, la integración regional, la igualdad de acceso a los recursos y los derechos humanos. No tendrán fines de lucro porque su rentabilidad es social y no económica. El Consejo de Comunicación e Información garantizará su autonomía editorial e independencia ideológica y política.

Art. 49.- De la función primordial.- Fomentar el desarrollo del conocimiento, la cultura y la educación; el acceso de las personas a la vida pública y su participación en ésta. Para lo cual los medios de comunicación públicos deberán:

a) Garantizar el acceso de todas las personas a los medios de comunicación y destinar espacios para que comunas, comunidades, colectivos, pueblos, nacionalidades difundan gratuitamente mensajes en los cuales se promuevan sus derechos y cultura.
b) Favorecer la expresión de las ideas, opiniones y valores de la sociedad ecuatoriana, a través de privilegiar la producción nacional con estándares de calidad y su difusión.
c) Difundir información detallada y profundizando en el contenido de los temas a los cuales se refiere, a fin de esclarecer a los ciudadanos sobre los temas presentados y, en este sentido, enriquecer la vida democrática y la inclusión de las personas al conocimiento.

Art. 50.- De su Conformación.- Para su funcionamiento los medios de comunicación públicos deberán conformar al menos:

a) Consejo de Administración;
b) Consejo Editorial.

Art. 51.- Consejo de Administración.- Estará integrado por:

a) El Presidente que será seleccionado en concurso público de meritos y oposición y será el representante legal del medio de comunicación. Elegido por el Consejo de Participación Ciudadana.
b) El Secretario General del Consejo de Comunicación e Información.
c) Dos Representantes de Universidades públicas que tengan Escuelas de Comunicación, elegidos por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.

Art. 52.- Funciones del Consejo de Administración.- Sus funciones serán:

a) Aprobar el presupuesto;
b) Designar al director editorial y editores de redacción;
c) Asegurar la conformación del Consejo Editorial;
d) Aprobar el plan de trabajo y los informes presentados por el Presidente y el Director del Consejo Editorial.

Art. 53.- Consejo Editorial.- En su conformación y funcionamiento se debe garantizar lo dispuesto en el artículo de responsabilidad de conformar el Consejo Editorial en cada medio.

En los medios de comunicación públicos el Consejo Editorial debe garantizar que en sus decisiones se concilie la libertad con la responsabilidad y que prevalezca el interés público.

Art. 54.- Del financiamiento.- Los medios públicos se financiarán con recursos que provendrán del Presupuesto General del Estado, donaciones nacionales o extranjeras y de la venta de sus producciones y servicios que incluirá la venta de espacios para publicidad. En el caso de los medios de comunicación públicos que sólo dispongan de financiamiento proveniente del Presupuesto General del Estado, éste deberá cubrir sus gastos de operación.

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.

Art. 55.- Del ejercicio de control.- Los medios de comunicación públicos estarán sujetos a la auditoría y control de los organismos competentes.

SECCION SEGUNDA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS

Art. 56.- Medios de comunicación privados.- Se consideran medios de comunicación privados aquellos cuya propiedad, capital social, administración y dirección corresponda a personas naturales o jurídicas privadas, conforme a la Constitución y leyes de la República.

Art. 57.- De la creación y administración para personas jurídicas.- La creación, administración, dirección, capital social y propiedad se sujetará a las disposiciones de la Ley de Compañías.

Art. 58.- Concesionarios.- Las personas naturales, jurídicas o concesionarias de canales o frecuencias de radiodifusión y televisión, deben ser

ecuatorianas. En el caso de las personas jurídicas, su capital social debe provenir de fuente ecuatoriana y no podrán tener más del veinticinco por ciento de inversión extranjera, siempre y cuando no provenga de los denominados Paraísos Fiscales conforme la normativa vigente.

Art. 59.- Prohibiciones relativas al sistema financiero privado.- Las entidades o grupos que forman parte del sistema financiero privado, sus propietarios, representantes legales, miembros de sus directorios, socios o accionistas, directivos y funcionarios de empresas vinculadas a dichos grupos y sus propietarios, no podrán participar directa, ni indirectamente en el control de 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.

Art. 60.- Monopolios, oligopolios y concentración en los medios de Comunicación Social.- Se prohíbe expresamente la conformación de Monopolios u Oligopolios en el ejercicio de los derechos a la comunicación. Estos se definen como el dominio directo e indirecto sobre la actividad comunicacional por uno o pocos propietarios de medios de comunicación social.

SECCION TERCERA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS

Art. 61.- Medios de comunicación comunitarios.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos ciudadanos, así como a organizaciones sociales, culturales y educativas. Tendrán fines sociales y culturales; gozarán de autonomía para

construir y difundir contenidos, respetando los principios determinados en esta Ley.

Su administración, dirección y gestión debe garantizar la participación de los miembros de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos, y grupos ciudadanos. La vulneración de este principio deberá denunciarse ante el Consejo de Comunicación e Información, que arbitrará las medidas necesarias para restablecer su efectiva vigencia.

Art. 62.- Función primordial.- Su función estará encaminada a la implementación de la plurinacionalidad e interculturalidad, la expresión de la diversidad e identidad de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos y grupos ciudadanos; en el ejercicio de los derechos a la comunicación, a la información, a la libertad de expresión y a la participación ciudadana. Privilegiarán y promoverán la comunicación e información en sus propias lenguas.

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

Art. 63.- Del financiamiento.- 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 no podrán incidir en la línea editorial del medio; y su procedencia se difundirá obligatoriamente en el mismo medio de comunicación, debiendo además notificar al Consejo de Comunicación e Información.

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

Art. 64.- Excedentes y beneficios económicos.- Los beneficios y excedentes económicos que generen los medios de comunicación comunitarios se reinvertirán en el propio medio, para su funcionamiento y sostenibilidad.

SECCION CUARTA

DEL REGISTRO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Art. 65.- El Registro.- Los medios de comunicación social determinados en esta Ley, una vez que estén acreditados legalmente para su funcionamiento deberán registrar sus datos y su código de ética, en el Consejo de Comunicación e Información.

Éste registro no será susceptible de cesión ni transferencia.

Art. 66.- Título habilitante.- El registro de funcionamiento establecido en esta ley, no autoriza por si solo al medio de comunicación radial y audiovisual a prestar servicios ni a utilizar el espectro radioeléctrico.

Art. 67.- Cancelación del registro.- El registro de funcionamiento de los medios de comunicación de radio, televisión y de los sistemas de audio y video por suscripción e impresos se cancelará por las causas previstas en esta Ley, o cuando por cualquier causal se cancele la concesión para operar, otorgada por autoridad competente.

Art. 68.- Actualización del registro.- El registro deberá ser actualizado cada vez que exista un cambio en los datos generales del medio.

El Consejo de Comunicación e Información podrá convocar a los medios de comunicación social a procesos obligatorios de actualización de los datos consignados en el registro.

TITULO IV

DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN

CAPITULO I

Art. 69.- Definición.- El Sistema de Comunicación Social es el conjunto articulado y coordinado de instituciones, políticas, normas, programas y

servicios que asegura el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos de comunicación de las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, y vela por el cumplimiento de las responsabilidades y disposiciones reconocidas en esta Ley.

Art. 70.- Actores del Sistema.- Forman parte del Sistema de Comunicación:

a) Los Ministerios, secretarías y entidades públicas del sector de comunicación;
b) El Consejo de Comunicación e Información;
c) Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos
d) Los medios de comunicación Comunitarios, Públicos y Privados;
e) La Defensoría del Público;
f) Los Observatorios y Veedurías ciudadanas.

Art. 71.- El Plan Nacional de Comunicación.- El Plan Nacional de Comunicación es el conjunto articulado de políticas, programas y proyectos que permiten el cumplimiento de los objetivos del Sistema de Comunicación Social. Este plan observará el Plan Nacional de Desarrollo para garantizar la realización del Buen Vivir.

CAPITULO II

DE LOS ORGANISMOS Y AUTORIDADES DEL SISTEMA

Art. 72.- Consejo de Comunicación e Información.- El Consejo de Comunicación e Información es un organismo público con personalidad jurídica y autonomía administrativa y financiera, que tiene como finalidad velar y contribuir al ejercicio de los derechos de la comunicación, de conformidad con la Constitución de la República, los Instrumentos Internacionales y esta ley.

El Consejo de Comunicación e Información tendrá su sede en la Capital de la República y funcionará de manera desconcentrada pudiendo establecerse delegaciones en la circunscripción territorial en donde se considere necesario para el cumplimiento de sus fines.

Art. 73.- Conformación.- El Consejo de Comunicación e Información estará integrado por:

a) Un Delegado del Ministro o Ministra de Educación;

b) Un Delegado del Ministro o Ministra de Cultura;

c) Un Representante de las Facultades o Escuelas de Comunicación Social reconocidas por el organismo competente, elegido por el Consejo Nacional Electoral.

d) Tres Representantes de la ciudadanía elegidos por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.

Los representantes mencionados en los literales a) y b) serán delegados oficialmente por la máxima autoridad de la Institución a la cual representan. Estos serán de libre nombramiento y remoción por la autoridad nominadora.

La designación de los miembros mencionados en el literal c) y d) estará a cargo del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, a través de un concurso público de méritos y oposición, de conformidad con la Ley. Los miembros principales y suplentes serán designados en orden de prelación, según las mayores calificaciones y puntaje.

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

Los representantes establecidos en los literales c), y d) durarán cuatro años en sus funciones.

Los delegados y representantes del Consejo de Comunicación e Información durarán cuatro años en sus funciones.

De producirse la sustitución de los delegados y representantes, estos ejercerán las mismas atribuciones que sus reemplazados. En el caso del presidente asumirá el cargo hasta la próxima sesión en la que se elegirá al nuevo titular por el tiempo restante para completar su período.

Art. 74.- De los requisitos para ser miembro del Consejo.-

a) Tener nacionalidad ecuatoriana;
b) No tener relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con los Ministros y Secretarios de Estado, o con quienes hayan sido accionistas, propietarios, directivos, administradores o trabajadores bajo relación de dependencia de los medios de comunicación social durante los dos años anteriores a la fecha de convocatoria del concurso;
c) No haber sido ni ser accionista o propietario de medios de comunicación;
d) No ejercer funciones de Administración o Gerencia de los medios de comunicación social o trabajar bajo relación de dependencia en medios de comunicación social, ni durante los dos años anteriores a la fecha de convocatoria del concurso;
e) Estar en goce de su derechos políticos y de participación;

Art. 75.- Funciones del Consejo de Comunicación e Información.-

a) Expedir la normativa para el cumplimiento de sus funciones
b) Velar por el cumplimiento de los principios, derechos y mandatos consagrados por la Constitución, instrumentos internacionales y esta Ley;
c) Participar en la formulación del Plan Nacional de Frecuencias del espectro radioeléctrico, en lo referente a radio y televisión, en coordinación con las entidades oficiales constituidas para su cumplimiento; y opinar en la fijación de las tasas por el uso del espectro radioeléctrico.
d) Resolver los asuntos y controversias puestas en su conocimiento por parte de la Defensoría del Público o las personas u organizaciones interesadas, de conformidad con lo que establece esta ley. Las resoluciones que dictare el Consejo de Comunicación e Información podrán impugnarse por la vía Contencioso Administrativa y no impedirán el ejercicio de otras acciones contempladas en la Constitución y la Ley;
e) Llevar el registro de los medios de comunicación previsto en esta Ley;
f) Realizar un seguimiento de las publicaciones y programación de todos los medios de comunicación del país;
g) Proponer pautas relativas al cumplimiento de los códigos éticos y la responsabilidad social de los medios de comunicación;
h) Realizar recomendaciones a los actores del Sistema de Comunicación para el mejor cumplimiento de los derechos de comunicación,, y de las disposiciones de esta ley.
i) Impulsar e incentivar la investigación comunicacional, la deliberación pública y la conformación de observatorios ciudadanos de comunicación;
j) Fomentar e incentivar la creación de espacios para difusión de la producción nacional independiente y establecer mecanismos para garantizar dichos espacios;

k) Auditar el tiraje o la sintonía de los medios de comunicación social, para transparentar los datos sobre la producción de estos medios;
l) Asesorar a los órganos y entidades del Estado cuando estos lo soliciten;
m) Conocer y aprobar la proforma presupuestaria del Consejo y de su Secretaria Técnica;
n) Nombrar, remover y supervisar al Secretario Técnico;
o) Aprobar y modificar la estructura administrativa de la Secretaría Técnica;
p) Designar a los Delegados Territoriales del Consejo de Comunicación e Información quienes tendrán las funciones y atribuciones que éste determine;
q) Las demás que se señalen la Constitución, los tratados internacionales, y la normativa vigente.

Art. 76.- Estructura administrativa y funcionamiento del Consejo de Comunicación e Información.- El Consejo de Comunicación e Información estará conformado por:

a) El pleno del Consejo.
b) El Presidente del Consejo.
c) Una Secretaría Técnica.
d) Las delegaciones territoriales.

Art. 77.- Presidente.- El Presidente del Consejo de Comunicación e Información, será su representante legal y ejercerá las atribuciones determinadas en esta ley y su reglamento. Será elegido entre sus miembros, durará cuatro años en sus funciones y tendrá voto dirimente en las decisiones del Consejo.

Art. 78.- Secretaría Técnica.- La Secretaría Técnica será el organismo técnico, administrativo y operativo, que se encargará de dinamizar las resoluciones del Consejo de Comunicación e Información; estará presidida por el Secretario Técnico de libre nombramiento y remoción; será elegido por el pleno del Consejo de Comunicación e Información, previa terna presentada por su Presidente.

Art. 79.- Funciones del Secretario Técnico.- Son funciones, atribuciones y deberes del Secretario Técnico:

a) Ejercer la función de Secretario del Consejo; certificar los actos; levantar y mantener el archivo de las actas.
b) Emitir las certificaciones que se le requieran respecto a la documentación e información que produzca el Consejo y la propia Secretaría Ejecutiva; y,

suscribir los informes, autorizaciones y licencias que sean del caso;

c) Dirigir la gestión técnica, operativa, administrativa y financiera del Consejo de Comunicación e Información;
d) Presentar la proforma presupuestaria al Pleno del Consejo, para su aprobación;
e) Ejercer, por sí o por delegación, la jurisdicción coactiva para recaudar créditos y multas;
f) Elaborar los informes técnicos que requiera el Consejo;
g) Hacer permanente seguimiento del cumplimiento de los requerimientos que realice el Consejo a cualquier persona natural o jurídica del sector público, privado o comunitario, e informar regularmente sobre sus resultados.
h) Las demás que dispongan esta Ley y los reglamentos.

Art. 80.- Requisitos para ser Secretario Técnico del Consejo de Comunicación e Información.- El Secretario Técnico deberá poseer título de tercer nivel legalmente reconocido, acreditar por lo menos cinco años de experiencia profesional con probidad notoria, y cumplir los mismos requisitos previstos para los miembros del Consejo.

Art. 81.- Del Financiamiento.- El Consejo de Comunicación e Información tendrá financiamiento del Presupuesto General del Estado.

Art. 82.- De los Delegados Territoriales del Consejo de Comunicación e Información.- Los Delegados pueden ser Regionales y Distritales, pudiendo crearse otras circunscripciones territoriales que el Consejo crea necesarias.

Art. 83.- Comité Consultivo.- El Comité Consultivo es un colectivo de actores que participará activa y coordinadamente con los otros actores del Sistema en la formulación de la propuesta del Plan Nacional de Comunicación, emitiendo criterios no vinculantes, para la garantía de los derechos desarrollados en esta Ley, la Constitución y los tratados internacionales vigentes.

Art. 84.- De sus integrantes.- El Comité se integrará por:

a) Un representante de los medios privados de Televisión abierta.
b) Un representante de los medios privados de televisión de audio video por suscripción.
c) Un representante de los medios privados de Radiodifusión.
d) Un representante de la Sociedad de Autores y Compositores ecuatorianos.

e) Un representante de los editores de Periódicos;
f) Un representante de los comunicadores sociales;
g) Un representante de las televisoras comunitarias;
h) Un representante de los productores nacionales independientes;
i) Un representante de las radios comunitarias;
j) Un representante de los medios públicos;
k) Un representante de las agencias de publicidad;
l) Un representante de las nacionalidades indígenas;
m) Un representante de los afro ecuatorianos;
n) Un representante del pueblo montubio y cholo;
o) Un representante de cada uno de los sectores de: lectores, radioescuchas, televidentes, padres de familia y demás consumidores de la información producida por los medios de comunicación, elegido por el Consejo de Participación Ciudadana;
p) Un representante de los observatorios de medios;
q) Un representante de Sociedad de productores de fonografía SOPROFON

Art. 85.- De su funcionamiento.- El presidente del Comité Consultivo será elegido de entre sus miembros por la mayoría de sus integrantes.

Se reunirá ordinariamente al menos cuatro veces al año y extraordinariamente cuando su presidente lo considere necesario o cuando la mayoría de sus miembros lo solicite.

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

Para la integración del Comité Consultivo se considerará la paridad de género en cuanto sea posible.

TITULO V

CAPITULO I

ORGANISMOS Y MECANISMOS DE REGULACION Y VIGILANCIA

Art. 86.- Organismos de vigilancia.- Los organismos encargados de la vigilancia del cumplimiento, del ejercicio de los derechos a la comunicación y de lo dispuesto por la presente Ley son:

a) La Defensoría del Público;
b) Las Veedurías Ciudadanas;
c) Los Observatorios de Medios.

SECCION PRIMERA

DE LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO

Art. 87.- La Defensoría del Público.- La Defensoría del Público estará adscrita a la Defensoría del Pueblo, con jurisdicción nacional.

Art. 88.- Atribuciones del Defensor del Público.- El Defensor del Público estará dotado de legitimación administrativa, judicial y extrajudicial, para la defensa, protección y tutela de los derechos de las personas, colectivos, comunidades, pueblos y nacionalidades en relación con los derechos de comunicación

El Defensor del Público tendrá las siguientes atribuciones:

a) Recibir quejas y denuncias que revelen afectaciones al pleno ejercicio de los derechos de la comunicación de todas la personas y colectivos por parte de los medios de comunicación y de las instituciones públicas que afecten a los derechos de los ciudadanos o el pleno ejercicio de los derechos de comunicación, los principios fundamentales de esta ley o las prácticas del periodismo y la comunicación;
b) Promover la resolución amistosa de los conflictos y controversias relacionados con esta ley.
c) Emitir medidas de cumplimiento obligatorio e inmediato en materia de protección de derechos a la comunicación.
d) Emitir recomendaciones públicas, a los medios de comunicación social, periodistas, o instituciones que violenten los derechos a la comunicación contemplados en la Constitución, Instrumentos internacionales y esta Ley.
e) Solicitar juzgamiento y sanción si fuere el caso ante los Delegados Territoriales del Consejo de Comunicación e Información.

Art. 89.- Del nombramiento.- El Defensor del Público será nombrado por el Defensor del Pueblo, mediante un concurso de merecimientos y oposición organizado por el Consejo Nacional Electoral.

Art. 90.- 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 las funciones establecidas en este capítulo.

SECCION SEGUNDA

LAS VEEDURÍAS Y OBSERVATORIOS CIUDADANOS

Art. 91.- De las veedurías y observatorios ciudadanos.- A fin de garantizar el ejercicio pleno de los derechos establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y ésta Ley, las personas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos sociales tienen el derecho de organizarse a fin de constituir organizaciones que tengan por objeto promover y defender desde la ciudadanía, los derechos que consagra la presente Ley.

Este derecho se ejercerá con el reconocimiento de que las personas tienen el deber y la responsabilidad social de emprender acciones preventivas personales para precautelar sus derechos frente a los impactos ocasionados con los contenidos que difunden los medios, la defensa de la libertad de expresión, comunicación e información, el acceso a medios para la difusión de las ideas, posiciones y convicciones de las personas.

Art. 92.- De la Participación y Coordinación.- Todos los actores del sistema de comunicación promoverán y prestarán las facilidades necesarias para que la ciudadanía se organice y participe activamente en la defensa de sus derechos.

TÍTULO V

RESPONSABILIDADES Y SANCIONES

CAPÍTULO I

RESPONSABILIDADES Y COMPETENCIAS

Art. 93.- Responsabilidad por contenidos.- Los titulares que consten como tales en el registro de los medios de comunicación social y los responsables editoriales de cada producto, espacio, programa, emisión o edición, son responsables de los contenidos, acorde a lo que establece la presente Ley.

Art. 94.- Responsabilidad por programación.- En el caso de medios radiales o audiovisuales, los titulares que consten como tales en el registro de los medios y los gerentes de programación, son responsables de ésta, acorde a lo que establece la presente Ley.

CAPÍTULO II

PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

Art. 95.- Autoridad competente.- El Consejo de Comunicación e Información y los Delegados Territoriales, son los únicos competentes para conocer y resolver en sede administrativa las denuncias relacionadas con la violación a las disposiciones establecidas en la presente Ley.

Art. 96.- Procedimiento administrativo.- Las personas y colectivos que se sientan lesionados en sus derechos a la comunicación, presentarán la denuncia ante las delegaciones regionales o distritales.

Reconocida la firma del denunciante, en el plazo de setenta y dos (72) horas al medio de comunicación social denunciado, para que responda la demanda y anuncie sus pruebas. Concluido el plazo, el Delegado Territorial convocará a una audiencia dentro de los cinco días siguientes, a la cual las partes podrán concurrir personalmente o a través de su representante o procurador

con todas las pruebas que sustente su postura; en caso de inasistencia injustificada del denunciante, el trámite será archivado, en caso de inasistencia del denunciado se procederá en ausencia. La audiencia iniciará con la posibilidad de llegar a un acuerdo, si hubiese un arreglo el mismo será consagrado en la resolución.

En caso de no arribarse a un arreglo se continuará con la audiencia, la misma que se regirá por los principios de: oralidad; celeridad; simplicidad; contradicción; seguridad jurídica; y, debido proceso. Las partes dentro de los límites de la pertinencia, el debido proceso y el respeto a los derechos de las otras partes y otros intervinientes, tendrán el derecho a plantear su defensa, la prueba que la sustente y rebatir la presentada por la contraparte.

En los casos en que se juzgue un atentado en contra de niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres, personas con capacidades especiales, pueblos afroecuatorianos y montubios, nacionalidades indígenas, comunas, adultas y adultos mayores, se deberá contar con la presencia de un perito de los respectivos Consejos Nacionales de Igualdad.

La resolución será dictada en la propia audiencia.

Las partes, dentro del término de tres días, podrán impugnar la resolución ante el Consejo de Comunicación e Información, sin perjuicio de recurrir a la Justicia constitucional u ordinaria.

Art. 97.- Tipos de sanciones.- El incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley, dará lugar a la aplicación de las siguientes sanciones:

a) Amonestación escrita para medios impresos, publicada en su propio medio de comunicación en el día de mayor tiraje y en la sección editorial. Para medios audiovisuales y radiales, la sanción se difundirá en el horario dispuesto por la autoridad sancionadora;
b) Multa de una hasta cincuenta remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general;
c) Suspensión de funcionamiento de uno a treinta días; y,
d) Clausura del medio de comunicación social.

Art. 98.- Circunstancias Agravantes y Atenuantes.- En todos los casos, para la imposición de las sanciones se considerarán los siguientes aspectos:

Son agravantes:

a) La infracción o infracciones cometidas anteriormente y su gravedad;
b) La conmoción o alarma social que haya causado la infracción o infracciones juzgadas;
c) Obtención de beneficios económicos con ocasión de la comisión de la infracción;
d) El carácter reiterado de la conducta infractora;
e) Cuando el usuario perjudicado sea niña, niño o adolescente; y,
f) Impedir la labor de investigación como la de juzgamiento de las autoridades mencionadas en esta ley.

Son atenuantes:

a) No haber sido sancionado con anterioridad a la apertura del procedimiento respectivo;
b) Haber admitido la infracción en el curso del procedimiento administrativo sancionatorio; y,
c) Haber subsanado y reparado de forma voluntaria el agravio y los daños causados antes de la imposición de la sanción.

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

Art. 99.- 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 y derechos de niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres, personas con discapacidad, pueblos afroecuatorianos y montubios, nacionalidades indígenas, comunas, adultas y adultos mayores, entre otros, 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, contado a partir de la notificación de la autoridad competente.

Art. 100.- Causas para la sanción de amonestación escrita.- Se aplicará la sanción de amonestación escrita por la difusión de contenidos que afectan a los derechos a la comunicación establecidos en la Constitución, instrumentos

internacionales y la presente Ley, siempre que ello no constituya una infracción más grave, a juicio de la autoridad competente.

Art. 101.- Causas para la sanción de multa.- Se aplicará la sanción de multa en los siguientes casos:

a) Difusión de contenidos que afecten a los derechos a la comunicación, establecidos en la Constitución, instrumentos internacionales y esta Ley; por más de tres ocasiones en un año; siempre que no constituyan una infracción más grave.
b) Incumplimiento de la obligación de incluir el porcentaje de producción nacional en su programación, conforme a esta Ley.
c) Incumplimiento de la obligación de incluir el porcentaje en su programación para la difusión de la producción nacional independiente, establecido en esta Ley.
d) Incumplimiento del derecho a la réplica o rectificación, conforme a lo previsto en la presente ley.
e) Difusión y promoción de violencia física o psicológica, comercio sexual, pornografía, consumo de cigarrillos o sustancias estupefacientes; intolerancia religiosa o política y otros actos que afecten la dignidad del ser humano.
f) 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;
g) Hacer apología del delito o revelar hechos o documentos no permitidos por las leyes, en la información o comentarios de hechos delictuosos;
h) Transmisión de contenidos y programas de tipo partidista o proselitista en los medios comunitarios de comunicación, con excepción de la publicidad electoral de campaña, autorizada por el Consejo Nacional Electoral;
i) 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,
j) Transmisión de programación que viole los derechos de niñas, niños y adolescentes o que puedan causar daño o alteración en su normal desarrollo.
k) No incluir la difusión de contenidos musicales en las estaciones de radiodifusión sonora en idioma español en todos sus horarios, espacios y condiciones, conforme lo establecido en esta Ley.

Art. 102.- Causas para la suspensión.- Se aplicará la suspensión, en los siguientes casos:

a) Realización e incentivo de actos atentatorios contra el orden constitucional y la seguridad interna y externa del Estado, previo informe del Consejo de Seguridad Pública.
b) Reincidencia específica en la comisión de infracciones que dieron lugar a la sanción de multa.

La suspensión podrá ser de uno a treinta días, atendiendo a los atenuantes y agravantes previstos en esta Ley.

Art. 103.- Causas para la clausura de un medio.- Se aplicará la sanción de clausura únicamente al haber reincidido de manera específica en la comisión de la infracción descrita en el literal a) del artículo anterior.

Art. 104.- Prescripción.- El ejercicio de las acciones para iniciar el juzgamiento y determinar la existencia de infracciones, así como la acción respectiva y la potestad para sancionarlas, prescriben en un año, luego de cometidas o de iniciado el procedimiento administrativo, respectivamente.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Para efectos de la clasificación de las estaciones televisivas y radiales, establecidas en Artículos 6, 7 y 8 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, estarán a lo dispuesto en la clasificación que determina la presente Ley de Comunicación.

SEGUNDA.- Las competencias, responsabilidades y atribuciones del Consejo Nacional de Telecomunicaciones no relacionadas con evaluación de contenidos y programación, reguladas en la presente Ley Orgánica de Comunicación; se mantendrán y seguirán siendo las que se determinan en la Ley de Telecomunicaciones reformada, Ley de Radiodifusión y Televisión, sus Reglamentos, Decreto Ejecutivo No. 8, publicado en el Registro Oficial No. 10 del 24 de agosto de 2009; y su integración estará de conformidad con lo establecido en el Decreto Ejecutivo No. 59, publicado en el Registro Oficial No. 45 del 13 de octubre de 2009.

CUARTA.- Los procesos administrativos y de juzgamiento que se encuentren en conocimiento del CONATEL y que tengan relación con las competencias del órgano regulador vinculado con la comunicación, serán resueltos hasta la conformación del Consejo de Comunicación e información.

QUINTA.- El control técnico de las bandas de frecuencias asignadas por el Estado para los medios públicos, privados y comunitarios, lo ejercerá la Superintendencia de Telecomunicaciones de conformidad con la normativa aplicable.

SEXTA.- El Estado a través del CONATEL y tomando en consideración el informe de la Comisión de Auditoría de las Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión, creada por mandato constitucional mediante Disposición Transitoria vigesimocuarta. Procederá a declarar la nulidad absoluta de las concesiones de radiodifusión y televisión, otorgadas ilegalmente, o que no han cumplido con los requisitos establecidos en la Ley de Radiodifusión y Televisión y su Reglamento.

Las frecuencias de Radiodifusión y Televisión que sean revertidas al Estado de conformidad con lo dispuesto en el presente artículo, serán reasignadas en forma equitativa, entre los medios públicos, privados y comunitarios, de conformidad con lo establecido en el plan nacional de distribución de frecuencias y esta Ley.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Una vez publicada la presente Ley en el Registro Oficial, en el plazo de noventa días, el Consejo de Participación Ciudadana elegirá a los representantes de la ciudadanía que integrarán el Consejo de Comunicación e Información, a través de lo establecido en los artículos 209 y 210 de la Constitución.

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

SEGUNDA.- El registro de los medios de comunicación social ante el Consejo de Comunicación e Información deberá cumplirse en el plazo que el Consejo determine. De no hacerlo, el medio de comunicación social no podrá operar.

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

CUARTA.- El Ministerio de Finanzas en el plazo de 90 días preparará las partidas presupuestarias, presupuestos y demás requerimientos financieros; y, asignará los recursos financieros necesarios para el funcionamiento del Consejo de Comunicación e Información.

QUINTA.- En el plazo de 180 días, el Presidente de la República expedirá el Reglamento para la aplicación de la presente Ley.

SEXTA.- No obstante lo prescrito en los artículos 37, 38 y 39 de esta Ley, se concede a los medios audiovisuales de comunicación social de alcance nacional o regional el plazo de cinco 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 incluido el diez por ciento de producción nacional interna dentro de su programación.

SEPTIMA.- Quienes estén laborando en los medios de comunicación en el momento de la publicación de esta ley tendrán el plazo de seis años para cumplir con lo dispuesto en el artículo 47 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.

OCTAVA.- 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.

NOVENA.- Los informes previos del Consejo de Igualdad procederán una vez expedida la Ley correspondiente.

DECIMA.- Los contenidos publicitarios comerciales que sean difundidos en el territorio ecuatoriano deberán ser producidos por empresas ecuatorianas, para lo cual se concede un plazo de 180 días desde la publicación de esta Ley para que los medios de comunicación cumplan lo establecido.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS y REFORMATORIAS

PRIMERA.- En el literal d) del Artículo 5.5. innumerado de la Ley de Radiodifusión y Televisión elimínese la siguiente frase: "…su transferencia a otros concesionarios, el arrendamiento de las estaciones…".

De igual forma se derogan los artículos 16 y 17 de la Ley de radiodifusión y Televisión.

SEGUNDA.- En el inciso cuarto del Artículo 9 de la Ley de Radiodifusión y Televisión elimínese la palabra: "…mayor…"

TERCERA.- Deróguense los Artículos: 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 58 y 59 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

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

h) Por pedido del Consejo de Comunicación e Información por infracciones a la Ley de Comunicación que sean sancionadas con clausura."

QUINTA.- Sustitúyase el inciso primero del artículo 34, de la Ley Especial de Telecomunicaciones, Reformada, por el siguiente:

La Superintendencia de Telecomunicaciones es el organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control de las frecuencias del espectro radioeléctrico que utilicen los servicios de telecomunicaciones, radio y televisión.

SEXTA.- En la Ley de Radiodifusión y Televisión y su Reglamento sustitúyase las expresiones “Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión” y “CONARTEL” por “Consejo Nacional de Telecomunicaciones” y “CONATEL”.

DISPOSICIÓN FINAL

Quedan derogadas las disposiciones de la Ley de Radiodifusión y Televisión, sus Reglamento y demás normas en todo aquello que se oponga a la presente Ley.