

#MEDIOSCOMUNITARIOS YA

Ruta para la creación de medios comunitarios en Ecuador





#MEDIOSCOMUNITARIOS YA

Ruta para la creación de medios comunitarios en Ecuador

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS) Ecuador
Representante FES, Directora ILDIS

Anja Minnaert

Coordinación proyecto

Daniel Gudiño

ISBN: 978-9978-94-157-7

Elaboración: El Churo Comunicación:

Ana María Acosta, Verónica Calvopiña, Jorge Cano Cañizares, Roberto Chávez

www.elchuro.org

elchurocomunicacion@yahoo.com

info@elchuro.org

Twitter: @elchuro

Facebook: El Churo

Diseño, diagramación e ilustración

graphus® 290 2760

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de la FES. Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente las de la Friedrich-Ebert-Stiftung.

© **Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS) Ecuador**
Av. República 500 y Martín Carrión,
Edif. Pucará 4to piso, Of. 404, Quito-Ecuador

Telf.: (593-2) 256 2103

Casilla: 17-03-367

www.fes-ecuador.org

www.40-fes-ildis.org

 Friedrich Ebert Stiftung Ecuador FES-ILDIS

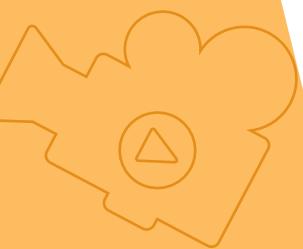
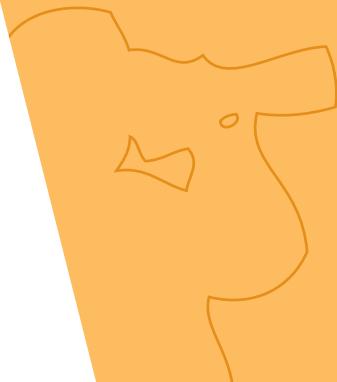
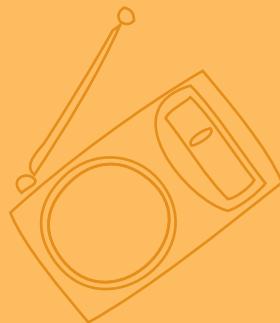
 @FesILDIS

Para solicitar publicaciones:
info@fes.ec

Creative Commons Reconocimiento -No Comercial- Compartir Igual (by-nc-sa)



Quito, Ecuador
Abril 2016



DO CONTENIDO

1

Conozcamos el folleto

- ¿Para qué sirve este folleto?
- ¿Qué contiene este folleto?
- ¿Quién pueden utilizar este folleto?
- ¿Por qué es importante este folleto?

5

6

6

7

8

2

¡De ley! necesitas saber

- La comunicación: un derecho en la Constitución
- Lo que debemos saber de la Ley Orgánica de Comunicación
 - ¿Qué es un medio comunitario?
 - Acción afirmativa para medios comunitarios
 - Las 3D: Distribuir, Desconcentrar y Democratizar
 - Contenidos interculturales
 - ¿A quién debemos exigir?

10

11

12

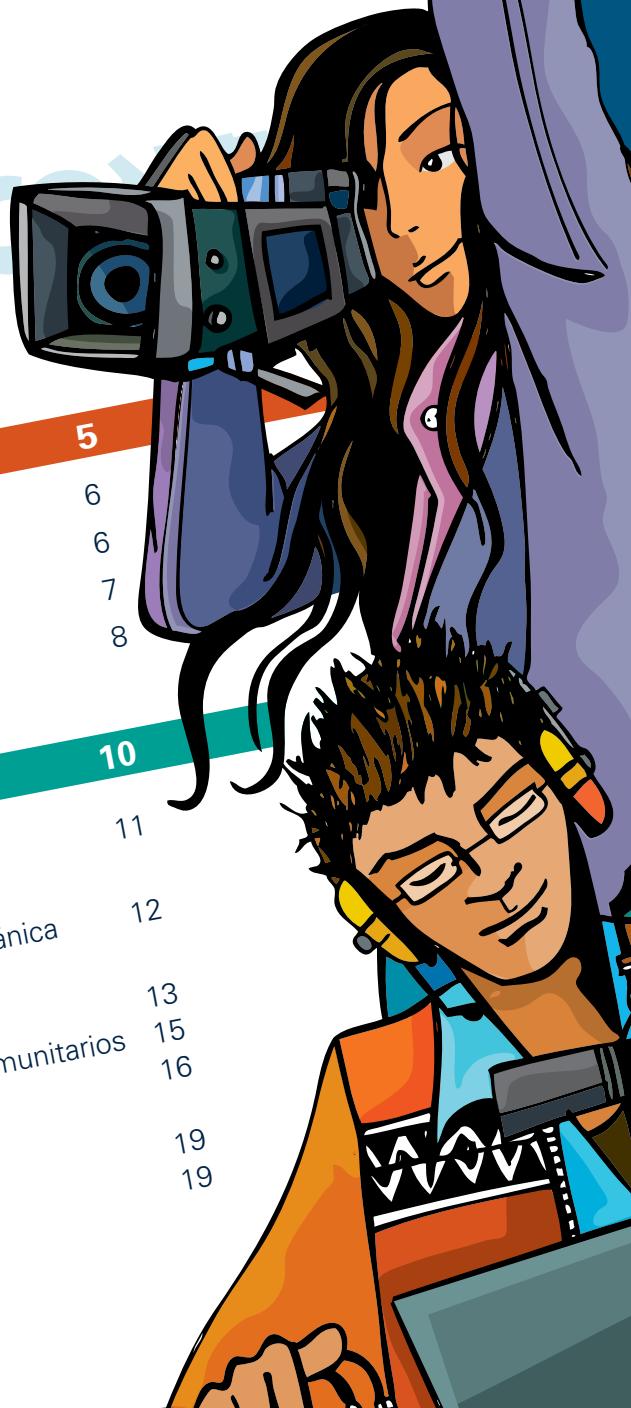
13

15

16

19

19



3 RUTA LEGAL PARA ACCEDER A UNA FRECUENCIA PARA OPERAR UN MEDIO COMUNITARIO EN ECUADOR 21

Paso 1. Informarnos sobre los mecanismos	22
Paso 2. Personería jurídica	25
Paso 3. Concurso público, abierto y transparente	26
Paso 4. Requisitos	30
Paso 5. Ingreso de documentación y revisión de las carpetas en ARCOTEL	38
Paso 6. ARCOTEL envía las carpetas mejor puntuadas a CORDICOM	40
Paso 7. CORDICOM revisa y emite informe vinculante	40
Paso 8. ARCOTEL otorga la concesión	42
Paso 9. ¡Tenemos nuestro medio comunitario!	43

4 RUTA LEGÍTIMA Y CONSTITUCIONAL PARA UN MEDIO COMUNITARIO 44

Paso 1. Necesitamos un medio de comunicación comunitario	45
Paso 2. Hazlo tú mismo: hacer, crear, soñar nuestros medios de comunicación comunitarios	46
	47

GLOSARIO

CONOZCAMOS EL FOLLETO

1

"QUEREMOS UN MEDIO COMUNITARIO PARA QUE LOS Y LAS JÓVENES PARTICIPEMOS, NOS ORGANICEMOS Y PONGAMOS LA MÚSICA QUE NOS GUSTA".

Pepe, Quito.

"UN MEDIO COMUNITARIO NOS AYUDARÍA A QUE SE ESCUCHEN LAS VOCES DE LAS MUJERES".

Laura, Azuay.

"QUEREMOS UNA RADIO PARA HABLAR EN NUESTRO IDIOMA, PARA CONTAR LAS COSAS QUE PASAN EN NUESTRAS COMUNIDADES Y EXIGIR NUESTROS DERECHOS".

Marlon, Pastaza.





¿PARA QUÉ SIRVE ESTE FOLLETO?

Muchas son las voces y muchas las razones que motivaron la realización de este folleto. Queremos que organizaciones, colectivos y comunidades tengan acceso a información clave sobre los procedimientos para obtener una concesión de frecuencia para medios comunitarios en Ecuador, y con esto se animen a exigir, construir y crear sus propios medios.

Este folleto se propone aportar al ejercicio del Derecho a la Comunicación desde el sector comunitario; organizaciones, pueblos, colectivos y grupos sociales; lo cual aporta a la vez a la diversificación de voces y a la democratización de la sociedad.

El presente folleto contiene datos del estudio: “Acceso a información clave sobre medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador” realizado en 2015 por FES-ILDIS Ecuador y El Churo Comunicación, información que se encuentra ampliada y disponible en el portal www.medioscomunitarios.ec.

Invitamos a las organizaciones y comunidades a leer, comentar, difundir y compartir este folleto, para que cada vez seamos más quienes exigimos **¡medios comunitarios ya!**



¿QUÉ CONTIENE ESTE FOLLETO?

Este folleto contiene información sobre el proceso para acceder a una concesión de frecuencia para un medio comunitario, sea radio o televisión, en Ecuador. Esta información está basada en el proceso que establece la Ley Orgánica de Comunicación y la distinta normativa creada para su aplicación.

Además, este folleto tiene información útil sobre medios comunitarios en Ecuador y experiencias en América Latina donde las organizaciones y las comunidades del campo y la ciudad ejercieron su Derecho a la Comunicación y se tomaron las frecuencias para hacer medios de comunicación comunitarios libres.



¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE FOLLETO?



Este folleto te ayudará mucho si eres parte de una organización social, una comunidad o un colectivo que quiere un medio comunitario sea radio o televisión, y desconoces los procedimientos, o no has podido hacerlo por las restricciones reglamentarias, técnicas y administrativas.

Este folleto también te dará herramientas útiles si tienes interés en acompañar a otras organizaciones en su proceso para obtener un medio comunitario.

Además, este folleto te será de mucha ayuda si eres parte de un medio comunitario que cuenta con una licencia provisional y no ha recibido su frecuencia definitiva o no ha podido acceder a los concursos para obtener una licencia.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE FOLLETO?

Que las organizaciones y las comunidades conozcamos los mecanismos para obtener un medio comunitario es hoy una urgencia en Ecuador.

La Autoridad de Telecomunicaciones (ARCOTEL), encargada de la adjudicación de concesiones, realizó en 2014 varios concursos públicos para la concesión de frecuencias. La participación de solicitudes para medios comunitarios en estos concursos fue casi nula.

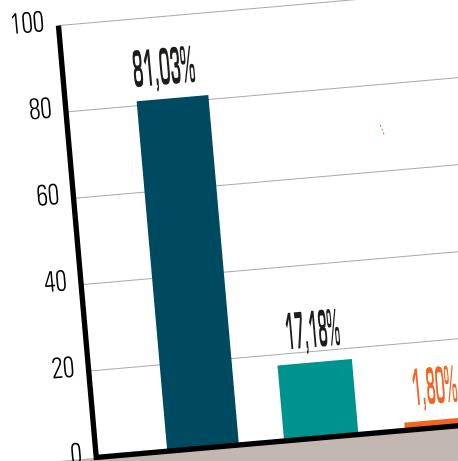
Es así que el panorama de la distribución de frecuencias en Ecuador sigue siendo desigual. Apenas el 1,80% del espectro radioeléctrico está ocupado por radios comunitarias.

Esto demuestra que no se ha avanzado mucho en la creación y consolidación de medios comunitarios. Desde las instituciones públicas responsables de garantizar que esto suceda falta mucho por hacer y desde las organizaciones sociales existe una necesidad urgente de fortalecer el ejercicio del Derecho a la Comunicación y la exigencia de medios comunitarios.



ESTACIÓN RADIODIFUSIÓN SONORA POR CLASE

comercial privada
servicio público
radios comunitarias



1,80%
radios
comunitarias

Gráfico tomado de: Reporte de radio y TV del 14 de agosto de 2014 elaborado por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones sobre el número de estaciones de radiodifusión sonora OC, AM y FM por clase: comercial privada, servicio público, servicio comunitario.

2

¡DE LEY! NECESITAS SABER



LA COMUNICACIÓN: UN DERECHO EN LA CONSTITUCIÓN



Los derechos humanos son producto de la lucha de las personas, los pueblos y las organizaciones sociales, y el Derecho a la Comunicación no es la excepción. El Derecho a la Comunicación es parte de la lucha de los pueblos para expresar su propia palabra, para contar su propia historia.

La Constitución de 2008 en Ecuador incluye a la Comunicación e Información dentro de los Derechos del Buen Vivir; es decir, como algo necesario para tener una vida digna, entendida de forma integral, tan importante como el Derecho a un Ambiente Sano, al Agua, o a la Alimentación¹.

Los artículos 16, 17, 18 de la Constitución plantean distintas formas en las que una persona de forma individual o colectiva puede ejercer el Derecho a una Comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa. Una de ellas es: **la creación de medios comunitarios y el acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico o a las tecnologías de la comunicación y la información.**

Además, el artículo 384 incluye al sector comunitario como parte del Sistema de Comunicación Social, y expresa que este sistema debe garantizar el ejercicio de los Derechos a la Comunicación, la Información y la Libertad de Expresión; así como fortalecer la participación ciudadana.

Ecuador, al igual que varios países de América Latina, ha reconocido este derecho en su Constitución, pero todavía existen muchos pendientes para hacer efectivo su real ejercicio y lograr que organizaciones, comunidades y pueblos excluidos de los medios de comunicación accedan y creen sus propios medios comunitarios.

1 Ana María Acosta, La Comunicación un Derecho necesario para el Buen Vivir, Nuevas Instituciones del Derecho Constitucional, Tomo II, Fundación Regional de Asesoría en Derechos Humanos, INREDH, Serie de Investigación #21 Diciembre 2010.



¡PILAS!



Lo bueno de que la comunicación sea reconocida como un derecho es que cualquier persona de forma individual o colectiva puede exigirlo.

La constitución es la más alta norma, esto quiere decir que ninguna ley o reglamento inferior puede limitar tu Derecho a la Comunicación. ¡Tú y tu comunidad tienen derecho a crear medios comunitarios!



LO QUE DEBEMOS SABER DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) se aprobó en 2013 y en ella se reconoce a los medios comunitarios como uno de los actores del Sistema de Comunicación.

La LOC contiene una serie de articulados que refuerza el carácter de control sobre los mensajes comunicacionales que han derivado en sanciones a medios de comunicación; pero a la vez contiene otros apartados que aportan a la pluralidad y diversidad de contenidos. Estos apartados tienen que ver con el impulso a los medios comunitarios, la distribución de frecuencias, los límites a la concentración y los contenidos interculturales. Veamos cuáles son.





¿QUÉ ES UN MEDIO COMUNITARIO?

Un medio comunitario es una propuesta colectiva, es una apuesta por la democratización de la palabra.

En la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador un medio de comunicación comunitario es aquel cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. **(Art. 84 y Art. 85, Ley Orgánica de Comunicación).**

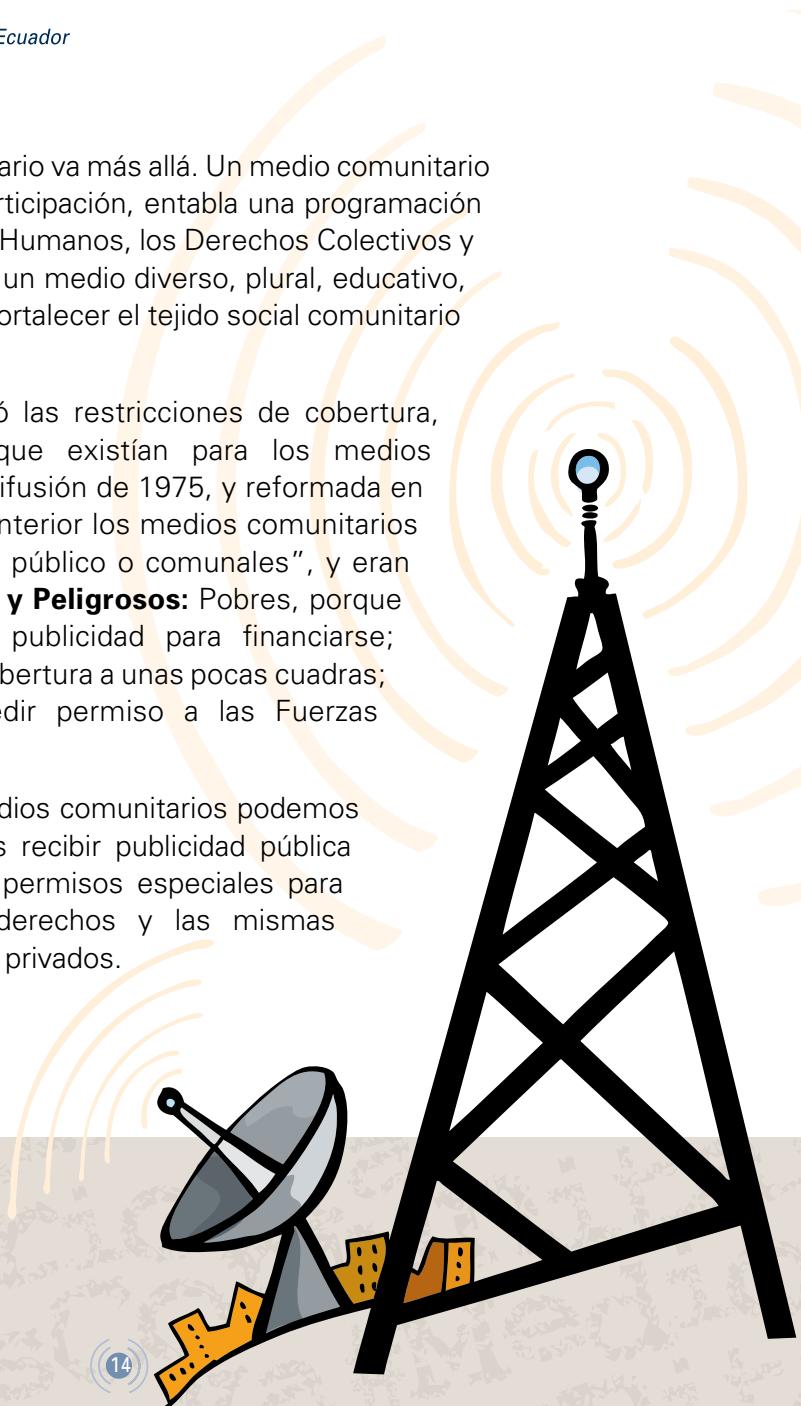
Además, los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social, es decir que todos los recursos que ingresan ya sea por publicidad, venta de servicios u otras actividades deben ser invertidos en el propio medio.



La definición de un medio comunitario va más allá. Un medio comunitario democratiza la palabra, genera participación, entabla una programación donde se fortalecen los Derechos Humanos, los Derechos Colectivos y los Derechos de la Naturaleza. Es un medio diverso, plural, educativo, intercultural, que busca aportar a fortalecer el tejido social comunitario y la participación de la comunidad.

La Ley de Comunicación eliminó las restricciones de cobertura, financiamiento y autorización que existían para los medios comunitarios en la Ley de Radiodifusión de 1975, y reformada en 1992, 1995 y 2002. En esta ley anterior los medios comunitarios se llamaban “medios de servicio público o comunales”, y eran considerados **Pobres, Pequeños y Peligrosos**: Pobres, porque no se permitía que recibieran publicidad para financiarse; Pequeños, porque limitaban su cobertura a unas pocas cuadras; y Peligrosos porque debían pedir permiso a las Fuerzas Armadas para operar.

Con este cambio en la ley los medios comunitarios podemos tener amplia cobertura, podemos recibir publicidad pública o privada, y no necesitamos de permisos especiales para operar. Tenemos los mismos derechos y las mismas responsabilidades que los medios privados.





ACCIÓN AFIRMATIVA PARA MEDIOS COMUNITARIOS

Algo muy chévere es que los medios comunitarios tenemos derecho a la “Acción Afirmativa”. Esto quiere decir que el Estado debe implementar Políticas Públicas para la Creación y el Fortalecimiento de los Medios de Comunicación Comunitarios (Artículo 86, LOC) como un aporte para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad.

Algunas formas de “Acción Afirmativa” son:

- ▶ Crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos.
- ▶ Exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias.
- ▶ Acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

Estas políticas no deben ser las únicas, pueden haber muchas más y son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM.

Además, el CORDICOM debe hacer un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios. Deben publicar este informe en su página web.

3D

LAS 3D: DISTRIBUIR, DESCONCENTRAR Y DEMOCRATIZAR

Para que los medios comunitarios sean posibles es necesario que las organizaciones nos pongamos los lentes 3D. Estos lentes nos muestran la necesidad de distribuir, desconcentrar y democratizar las frecuencias.

La Ley de Comunicación tiene como uno de sus principios la democratización de la comunicación y la información, por lo que en su **Artículo 33** establece que todas las personas en igualdad de oportunidades y condiciones tienen derecho a formar medios de comunicación. Además el **Artículo 34** establece que todas las personas de forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para radio y televisión.

Pero ¡Ojo! para que esto se cumpla es necesario que se democratice el espectro radioeléctrico y se redistribuyan las frecuencias.



¡PILAS!

El Artículo 106 de la LOC establece la distribución equitativa de frecuencias del espectro radioeléctrico: 33% medios públicos, 33% medios privados y 34% medios comunitarios.

¡Nos falta mucho para completar ese 34%!
¿Qué esperas para que tu organización cree un medio comunitario?



La Ley tiene varias prohibiciones para la concentración de medios. Por ejemplo, límites para que una misma familia concentre medios en una misma provincia, o que un mismo concesionario concentre varias frecuencias matrices en todo el país. Observemos qué dice el **Artículo 113** y que significa cada apartado:

Art. 113.- Prohibición de concentración	Explicación
<p><i>“Está prohibido que las personas naturales o jurídicas concentren o acumulen las concesiones de frecuencias o señales para el funcionamiento de estaciones matrices de radio y televisión.</i></p> <p><i>La autoridad de telecomunicaciones no podrá adjudicar más de una concesión de frecuencia para matriz de radio en AM, una frecuencia para matriz de radio en FM y una frecuencia para matriz de televisión a una misma persona natural o jurídica en todo el territorio nacional.</i></p>	<p>Esto quiere decir que una persona o una empresa no puede tener más de una matriz de radio en FM, una matriz de radio en AM y una televisión en todo el país.</p> <p>ARCOTEL no puede otorgar más de una matriz a una misma persona o a una misma empresa. Es decir, las personas o empresas que tienen en sus manos muchos medios, no podrán recibir más de una matriz en el concurso de frecuencias.</p>
<p><i>Quien sea titular de una concesión de radio, ya sea en AM o FM, puede participar en los concursos públicos para la adjudicación de no más de una frecuencia de onda corta.</i></p>	<p>Esto significa que si alguien ya es concesionario de una radio AM o FM no puede participar en más de una frecuencia de onda corta, que son las frecuencias más conocidas como HF.</p>
<p><i>En una misma provincia no podrá concesionarse una frecuencia para el funcionamiento de una matriz de radio o televisión a familiares directos de un concesionario con el que tengan parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.</i></p>	<p>Esto quiere decir que si en tu provincia una persona tiene una radio, su esposa tiene una televisión y su hijo tiene otra radio; en el concurso público, ARCOTEL no puede concesionarles más de una frecuencia en la provincia.</p> <p>Esto debes saber:</p> <p>Primer grado de consanguinidad y afinidad: Padre, madre, hijos, esposo, esposa, yerno, nuera.</p> <p>Segundo grado de consanguinidad y afinidad: Abuelos, nietos, hermanos, cuñados.</p>

¡PILAS!

Si en tu comunidad, ciudad o provincia conoces que una misma persona, familia o empresa está concentrando los medios; tú puedes exigir a arcotel que no otorgue esas concesiones y no permita la concentración de medios en pocas manos.



Otro de los artículos que las organizaciones debemos tomar en cuenta para exigir medios comunitarios es el Artículo 114, observen:

Art. 114.- Concesiones para repetidoras de medios privados y comunitarios	Explicación
<p><i>Para favorecer el desarrollo de medios y contenidos locales, siempre que se concurse por la concesión de una frecuencia de radio o televisión, tendrán prioridad las solicitudes para el funcionamiento de estaciones matrices, las cuales recibirán una puntuación adicional equivalente al 20% de la puntuación total del concurso en relación a las solicitudes para el funcionamiento de estaciones repetidoras.</i></p>	<p>Esto quiere decir que si una persona o una empresa tiene una radio matriz en Quito, y quiere tener varias repetidoras en Guayaquil, Cuenca, Sucumbios, Ambato... Puede concursar por la repetidora, pero... si participa una organización social, una comunidad local pidiendo esa misma frecuencia para una radio comunitaria, la prioridad es la radio comunitaria de la localidad, la cual recibirá el 20% de puntuación total del concurso.</p>

Además recuerden que la Comisión para la Auditoría para las frecuencias de Radio y Televisión, en su informe presentado el 18 de mayo del 2009, evidenció que más de

300 frecuencias tenían irregularidades. Dicho informe recomendó al Estado la reversión de estas frecuencias. ARCOTEL archivó varios de estos procesos, mientras que otras frecuencias sí fueron revertidas y deberán ser redistribuidas con prioridad en el sector comunitario.



CONTENIDOS INTERCULTURALES

Sobre los contenidos y su diversificación, la Ley establece en su Artículo 36 la obligación de la difusión del 5% de contenidos interculturales en los medios de comunicación. Eso quiere decir que si tú tienes un programa, música, o simplemente quieres un espacio en un medio para hablar en tu idioma o difundir contenidos interculturales, puedes exigir a los medios que cumplan con el 5% de contenidos interculturales.



¿A QUIÉN DEBEMOS EXIGIR?

El Estado es el garante del Derecho a la Información y la Comunicación, así que las organizaciones debemos exigir que se cumpla. La Ley creó varios organismos públicos que



conforman el sistema de comunicación, y es necesario conocerlos y diferenciarlos para exigir que cumplan con su función:

▶ **Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación, CORDICOM:** Es un organismo, según la Ley, autónomo. Está conformado por 5 Consejeros y Consejeras. Este organismo es el encargado de dictar políticas públicas, entre otras cosas para la creación y consolidación de medios comunitarios. Además, es el encargado de evaluar los proyectos comunicacionales y emitir el informe vinculante para obtener una frecuencia de radio o televisión.

▶ **Superintendencia de la Comunicación, SUPERCOM:** Es un organismo regulador y sancionador. Las denuncias sobre réplicas, rectificaciones, contenidos violentos o discriminatorios se hacen en este organismo.

▶ **Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, ARCOTEL:** Es la Autoridad de Telecomunicación y el organismo encargado de llamar a los concursos públicos para obtener una frecuencia. También revisa y califica las carpetas para aplicar a un medio de comunicación, y otorga una concesión de frecuencias. Si una organización busca acceder a una frecuencia para un medio de comunicación comunitario, este es el primer organismo responsable.

Estos son los organismos que se encuentran dentro de la Ley Orgánica de Comunicación. Existen otros organismos públicos que inciden en la comunicación, pero no son instituciones creadas por la Ley. Este es el caso de la Secretaria Nacional de Comunicación, SECOM. Este organismo no tiene competencia sancionadora, ya que es una secretaría de gobierno, responsable de la información y propaganda oficial.

RUTA LEGAL PARA ACCEDER A UNA FRECUENCIA PARA OPERAR UN MEDIO COMUNITARIO EN ECUADOR

3



PASO 1

INFORMARNOS SOBRE LOS MECANISMOS



The image shows the title 'LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN' in a bold, black, sans-serif font, slanted upwards. The text is set against a light blue background with a faint, circular watermark of the national coat of arms. The background also features wavy lines in shades of blue and purple.

La información es poder, así que las organizaciones y comunidades debemos estar informados para exigir nuestro Derecho a la Comunicación.

Lo primero que debemos saber es que para acceder a una frecuencia para operar un medio de comunicación, la Ley Orgánica de Comunicación establece los siguientes mecanismos:

- 1. Para medios públicos:** Adjudicación directa de autorización de frecuencias.
- 2. Para medios comunitarios y privados:** Concurso público, abierto y transparente para la adjudicación de frecuencias (Art. 108, Ley de Comunicación).

A nosotros y nosotras nos interesa que tú y tu organización conozcan el segundo punto, ya que para obtener una frecuencia para medio comunitario, las organizaciones debemos participar en un concurso público.

¡PILAS!

Esto es lo que dice la ley de comunicación en su Art. 110:

“La adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación social privados y comunitarios de radio y televisión de señal abierta se realizarán mediante concurso público abierto y transparente en el que podrán intervenir todas las personas naturales y jurídicas que no tengan inhabilidades o prohibiciones legales”.

La Ley de Comunicación establece que para concursar se debe tener al menos tres requisitos:

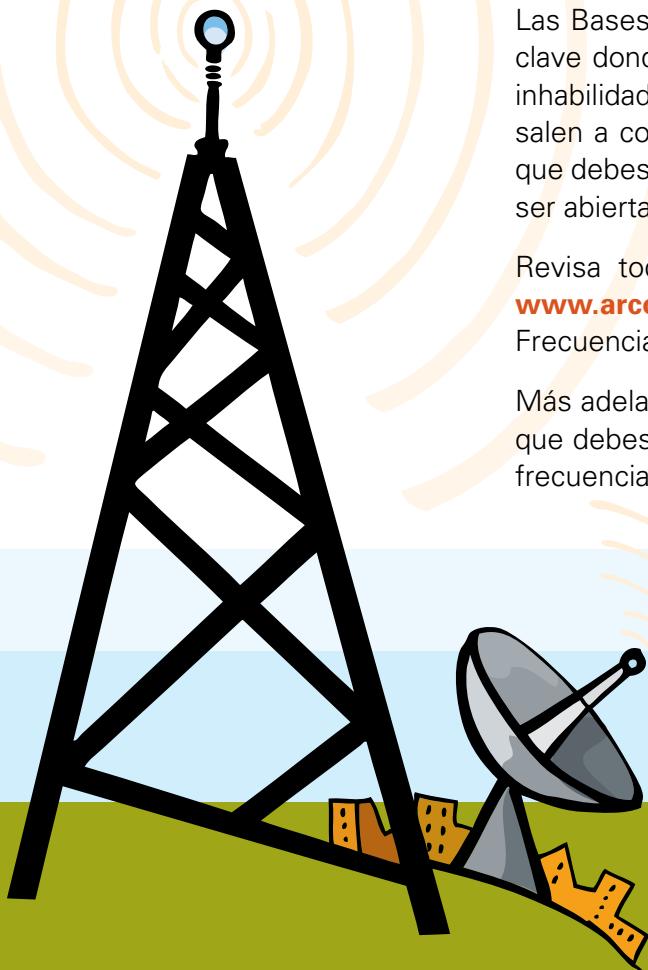
1. Proyecto comunicacional, con determinación del nombre de medio, tipo de medio, objetivos, lugar de instalación, cobertura, propuesta de programación e impacto social, que proyecta generar;
2. Plan de gestión y plan Sostenibilidad económica;
3. Estudio técnico.

ARCOTEL emitió un reglamento que se llama: “REGLAMENTO PARA OTORGAR TÍTULOS HABILITANTES PARA SERVICIOS DEL RÉGIMEN GENERAL DE TELECOMUNICACIONES Y FRECUENCIAS DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO” (Resolución-04-03 ARCOTEL, 28 de marzo del 2016). En este reglamento ARCOTEL establece que los otros requisitos para participar se colocarán en las Bases del Concurso.

Las Bases del Concurso es el documento de información clave donde se encuentran las formas de calificación, las inhabilidades para concursar, la lista de frecuencias que salen a concurso, y los requisitos, entre otra información que debes leer. Estas Bases las elabora ARCOTEL y deben ser abiertas, públicas y transparentes.

Revisa toda la información en la página de ARCOTEL www.arcotel.gob.ec y busca ahí la sección Concurso Frecuencias.

Más adelante te contamos cuáles son los otros requisitos que debes tener para participar en el Concurso público de frecuencias.



PASO 2 PERSONERÍA JURÍDICA



Si tu organización quiere acceder a una frecuencia para un medio comunitario debe contar con personería jurídica de una organización sin fines de lucro, que pueden ser: fundación, asociación, federación, confederación, comuna, pueblo o nacionalidad.

Si tu organización no tiene personería jurídica, debes iniciar el proceso de obtención de la personería jurídica en el ministerio, institución pública que tenga relación con los fines y objetivos de tu organización.

Si tu organización ya tiene una personería jurídica sin fines de lucro entonces puedes pasar al paso 3.

PASO 3

CONCURSO PÚBLICO, ABIERTO Y TRANSPARENTE



Antes las frecuencias se otorgaban a puertas cerradas, se compraban o se entregaban como favores políticos. Esto ocasionó que las frecuencias, a pesar de ser un recurso público, se conviertan en una mercancía, en un negocio de mucha corrupción. Para evitar esto, y lograr que todas las personas puedan acceder a las frecuencias de forma equitativa, la Ley de Comunicación estableció la realización de un concurso público, abierto y transparente.

ARCOTEL es la autoridad responsable de convocar estos concursos para frecuencias de medios privados y comunitarios.

Toma en cuenta que hay formularios distintos para medios comunitarios y medios privados. Además, las autoridades tienen la obligación de brindarte toda la información.



¡PILAS!

El 12 de abril de 2016 se abrió el primer concurso de frecuencias, en el cual se colocaron a concurso más de 1472 frecuencias para medios privados y comunitarios.

Toda la información del concurso debe ser pública, abierta y transparente. Visita la página web de arcotel www.arcotel.gob.ec y de cordicom www.cordicom.gob.ec



Debemos estar atentos y atentas y mirar las frecuencias que saldrán a concurso en nuestra zona. Para ver las frecuencias que salieron a concurso, ARCOTEL colocó en su página web una lista de frecuencias. Toma en cuenta que en cada concurso esta lista cambiará.

¿SABÍAS QUE?

En otros países, como Uruguay, la autoridad competente de otorgar las frecuencias no puede negarse a la apertura de un llamado a concurso público para medio comunitario ante la



solicitud de una organización (Artículo 7, numeral A, Ley Nº 18.232, Reglamentación Servicio Radiodifusión Sonora, Uruguay 2008).

Esto facilita el proceso, ya que son las organizaciones con su necesidad e iniciativa las que promueven el inicio de los concursos.

¡Qué chévere sería que en Ecuador también! Así no tendríamos que esperar tanto para tener la concesión de frecuencia para nuestro medio comunitario.



En ciudades como Quito, Guayaquil o Cuenca, el espectro radioeléctrico está copado, por lo que casi todas las frecuencias están ocupadas. Debemos saber que hay concesiones de frecuencias que han caducado y que deben salir a concurso. Además, hay varias frecuencias que fueron revertidas, y otros casos en los que los concesionarios incumplieron la Ley, por lo que no pueden volver a acceder a una frecuencia.

Para que las organizaciones podamos acceder a las frecuencias en igualdad de condiciones, debemos exigir la redistribución de frecuencias.

¡PILAS!

Para los concursos debes estar vigilante y exigir que:

- La información sea clara, transparente y accesible para todos y todas sin discriminación.
- Los concesionarios que tienen más de dos matrices no pueden obtener más de una frecuencia por la prohibición del Art. 113 de la ley orgánica de comunicación (antes ya te contamos de este artículo).
- Los criterios de calificación sean diferenciados para medios comunitarios. Recuerda que en el concurso arcotel debe otorgarnos 30% por ser comunitarios, 20% si pedimos una matriz a diferencia de una repetidora y 15 puntos en el proyecto de comunicación si eres comunitario.
- Las autoridades publiquen la información sobre los concesionarios sus frecuencias para fortalecer la desconcentración; si existieran personas, familias o grupos que están concentrando las frecuencias, deben ser observados.



PASO 4

REQUISITOS



► PROYECTO COMUNICACIONAL

Es un documento donde la organización explica las características que tendrá el medio de comunicación comunitario: objetivos, audiencia, programación etc.

CORDICOM colocó a disposición en su página web www.cordicom.gob.ec los documentos necesarios para que puedas elaborar el Proyecto Comunicacional y subirlo en el portal web. Éstos son:

- Reglamento para la calificación de proyectos comunicacionales.
- Manual para la elaboración del proyecto comunicacional (aquí explica qué debe contener el proyecto comunicacional).



El CORDICOM también explica cuáles son los criterios para calificación del proyecto comunicacional. Según el reglamento, CORDICOM evaluará los proyectos sobre la base de los siguientes parámetros:

Parámetro de promoción de derechos: que tu radio o televisión comunitaria difunda al menos un 5% de contenidos en derechos, enfoques de igualdad, pluralidad, diversidad e inclusión.

Parámetros de participación: que tu radio o televisión comunitaria contenga al menos un 5% de contenidos que difundan información de la comunidad y fomenten el periodismo ciudadano. Además, el medio debe proponer un plan de capacitación para la audiencia y para el equipo de producción.

Parámetro de diálogo: contenidos en al menos un 5% que promuevan la interacción de la audiencia, el diálogo intercultural y la organización de los colectivos y comunidades.

Parámetro de libre caracterización e impacto social: tiene que ver con los objetivos y razón de ser del medio.



La buena noticia es que ***¡Los medios comunitarios recibiremos hasta 15 puntos adicionales!***

Revisa todos estos documentos en la página web de CORDICOM para que puedas llenar el formulario en línea. En esta página encontrarás un Manual de Proyecto Comunicacional y una Guía de usuario para que puedas llenar el formulario en Internet. Si necesitas asesoría para elaborar el proyecto comunicacional, puedes hacer una solicitud formal a CORDICOM. Esta asesoría no tiene costo.

¡PILAS!

Reúnete con tu organización, conversa con otras organizaciones amigas y construye tus propuestas. Es mejor cuando nos ayudamos y trabajamos en colectivo. Recuerda que ningún funcionario público puede cobrar por hacer estos documentos. Si ves que algo va en contra de tu derecho a la comunicación debes denunciarlo.

Es mejor si el proyecto comunicacional lo elaboran con la comunidad, de manera que en la propuesta se incluyan las necesidades de mujeres, niñas, niños, jóvenes, abuelas y abuelos; es decir, toda la comunidad.



▶ PLAN DE GESTIÓN Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

En el Plan de Gestión y Sostenibilidad explica la forma en que se gestionará y manejará el medio, así como sus formas de financiamiento y sostenibilidad.

Revisa en la página web de ARCOTEL donde se encuentran los siguientes formularios que tu organización debe llenar:

- Formulario para el Plan de Gestión para medios comunitarios.
- Formulario para Sostenibilidad Económica para medios comunitarios.



Cada formulario tiene una calificación de 40 puntos. Es recomendable que tu organización realice estos formularios con asesoría de una persona conocedora de administración, economía o finanzas.

Este requisito debe ser entregado a ARCOTEL.

¡PILAS!

Las organizaciones exigimos que este requisito sea diferenciado para medios comunitarios y medios privados, ya que la economía de los medios comunitarios muchas veces se basa en la solidaridad, el intercambio y otras formas de economía que no pasan por el dinero. Estas formas de economía social y solidaria están reconocidas en la constitución.

Las organizaciones debemos estar vigilantes para que la calificación de estos requisitos en los concursos no violenten nuestro derecho a la comunicación.

▶ ESTUDIO TÉCNICO

Este es un documento donde se debe explicar el funcionamiento técnico de los equipos de radio, de transmisión, ubicación de antenas, cobertura de la radio o la televisión, entre otros. Para hacer el estudio técnico debes decidir la frecuencia a la que tu organización quiere aplicar. El estudio técnico debe ser realizado por un ingeniero en telecomunicaciones.

En la página web de ARCOTEL www.arcotel.gob.ec están los formularios que se deben llenar para el estudio técnico. Revisalos y pide a un ingeniero de confianza que los elabore.

El estudio técnico tiene una calificación de 20 puntos.

▶ OTROS REQUISITOS

En las Bases del Concurso se solicitan otros requisitos para aplicar a una frecuencia para medio comunitario. Veamos cuáles son los requisitos para las Personas Jurídicas Nacionales (1.7.2 Bases):

REQUISITOS

1. Llenar la solicitud en el formulario establecido para el efecto por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL (ANEXO 5), dirigida a la Dirección Ejecutiva de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL, suscrita por el/la representante legal de la persona jurídica solicitante, en la que se detalle:
 - a) Razón social de la persona jurídica.
 - b) Número de Cédula de Ciudadanía o Identidad del Representante Legal.
 - c) (Es para privados, por eso no lo colocamos).
 - d) En caso de aplicar por un canal o frecuencia para un medio de comunicación social comunitario, en el Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) deberá constar el nombre del colectivo, organización social sin fines de lucro; comuna, comunidad o pueblo.
 - f) Nómina de todos los socios de la organización.
 - g) Tipo de servicio de radiodifusión (Televisión o Radio).



- h) Carácter del medio (vamos a colocar aquí: Demás medios local y regional).
- i) Tipo de medio de comunicación (colocaremos: Comunitario).
- j) Dirección del domicilio y correo electrónico en los cuales se recibirán las notificaciones.
- k) Teléfono fijo y móvil de la solicitante.
- l) Área (s) de cobertura a servir por la (s) cual (es) postula (ANEXO1). (Colocar aquí el área de cobertura que está en la lista de frecuencias a concurso).
- m) Frecuencia (s) o canal (es) por el/los que concursa.
- n) Nombre propuesto del medio de comunicación.

2. (No aplica para comunitarios).

3. Para personas jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro se debe presentar un certificado emitido por la autoridad competente que justifique la existencia legal y cumplimiento de obligaciones de la persona jurídica solicitante. En el caso de optar por un medio de comunicación social comunitario deberá presentarse un certificado emitido por autoridad competente que determine que la persona jurídica es una comuna, comunidad, pueblo, colectivo u organización social sin fin de lucro, tales como el Ministerio de Inclusión Económica y Social-MIES, Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos - MJDHC, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca - MAGAP, o cualquier otra cartera o institución del Estado, según su actividad.

4. Copia simple del nombramiento vigente del representante legal de la persona jurídica debidamente inscrito;

5. Proyecto comunicacional presentado de acuerdo a lo especificado en el Reglamento aprobado por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación CORDICOM, expedido mediante Resolución No. CORDICOM-PLE-2016-09 de 24 de marzo de 2016, y publicado en la página web (www.cordicom.gob.ec) (ANEXO 3).
6. Plan de gestión presentado de acuerdo a los parámetros contenidos en los formularios aprobados y publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL descargados de la página web institucional (www.arcotel.gob.ec) (FORMULARIO 4.1).
7. Plan de sostenibilidad económica presentado en los formularios aprobados y publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL, en físico y archivo en formato Excel descargados de la página web institucional (www.arcotel.gob.ec) (FORMULARIO 4.2).
8. Estudio técnico de ingeniería presentado en los formularios aprobados y publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL descargados de la página web institucional (www.arcotel.gob.ec) (FORMULARIO 4.3).
9. Declaración juramentada otorgada ante Notario Público por el/la representante legal, accionistas o socios de la persona jurídica solicitante, acorde al modelo establecido por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL descargados de la página web institucional (www.arcotel.gob.ec) (ANEXO 6).
10. El participante que ostente o haya ostentado la calidad de concesionario (a) de manera directa (persona natural o jurídica) o indirecta (socio/ accionista directo o socio /accionista indirecto de la concesionaria), no

- 
- deberá haber sido objeto de la reversión de frecuencias de radiodifusión y/o televisión abierta, de manera unilateral y anticipada, o en aplicación de las Disposiciones Transitorias Tercera y Décima de la Ley Orgánica de Comunicación, lo cual será verificado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL durante la etapa de evaluación de las solicitudes.
 - 11. No haber operado de forma clandestina un medio de comunicación, lo cual será verificado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL durante la etapa de evaluación de las solicitudes.

¡PILAS!

Estos requisitos se establecen en las Bases del Concurso (2016), revísalas en la página web de ARCOTEL. Todos estos requisitos deben entregarse de forma impresa y digital en las oficinas de ARCOTEL. Además, debes subir el proyecto comunicacional al portal web que se encuentra en la página de CORDICOM. Organízate, conversa y reúnete con otras organizaciones es mucho mejor si nos ayudamos y hacemos un trabajo colectivo.



PASO 5

INGRESO DE DOCUMENTACIÓN Y REVISIÓN DE LAS CARPETAS EN ARCOTEL



Todos los requisitos deben ser entregados de forma impresa y en digital en un CD en las oficinas de ARCOTEL.

ARCOTEL debe revisar las carpetas ingresadas. Tu organización debe estar atenta y vigilante de que esta revisión sea transparente y respete las bases fundamentales, la Ley de Comunicación y la Constitución.

Recuerda que si tus documentos fueron rechazados por alguna razón técnica, administrativa o financiera puedes impugnar.

Además, la comunicación es un Derecho consagrado en la Constitución que no puede ser limitado por razones técnicas establecidas en reglamentos de menor jerarquía que la Constitución.

Este es el proceso que debe seguir la carpeta de tu organización para un medio comunitario en ARCOTEL:

Adjudicación por concurso: medios privados y comunitarios



Cuadro tomado de Manual Proyecto Comunicacional CORDICOM 2016.



PASO 6

ARCOTEL ENVÍA LAS CARPETAS MEJOR PUNTUADAS A CORDICOM



ARCOTEL envía las cinco carpetas mejor puntuadas a CORDICOM. Las resoluciones deberán ser públicas y transparentes. Además, recuerda que los medios comunitarios tenemos 30% de puntaje extra frente a los medios privados.

PASO 7

CORDICOM REvisa Y EMITE INFORME VINCULANTE



CORDICOM debe revisar las carpetas, sobre todo el Proyecto Comunicacional. Luego emite el informe vinculante para la adjudicación de la concesión, con el cual la Autoridad de Telecomunicaciones procederá a realizar los trámites administrativos para la correspondiente adjudicación. Informe vinculante quiere decir que es obligatorio y que ARCOTEL debe cumplir.

CORDICOM nos otorga 15 puntos más en la calificación a los medios comunitarios.

Este es el proceso en CORDICOM:



Cuadro tomado de Manual Proyecto Comunicacional CORDICOM 2016.



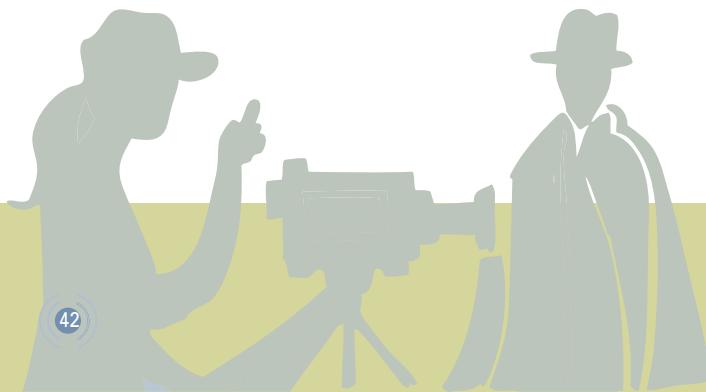
PASO 8

ARCOTEL OTORGA LA CONCESIÓN



Con el informe vinculante de CORDICOM, ARCOTEL debe realizar los trámites administrativos para la correspondiente adjudicación de la frecuencia.

Los medios comunitarios podemos acceder a una concesión de frecuencia por 15 años, al igual que los medios privados. Esta frecuencia puede ser renovada por 15 años más inmediatamente.



PASO 9

¡TENEMOS NUESTRO MEDIO COMUNITARIO!

MEDIO
COMUNITARIO



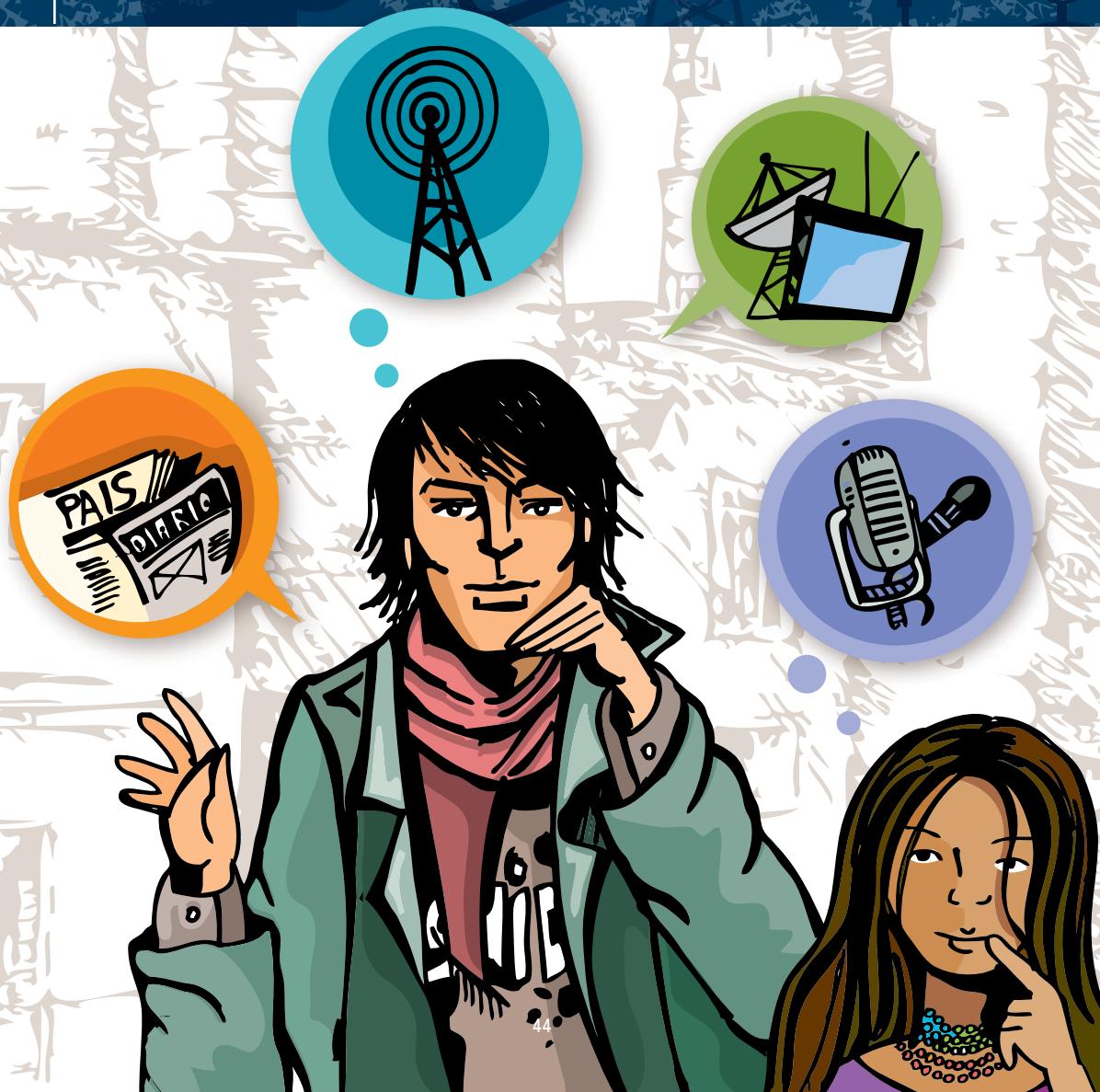
Con el título habilitante tu organización puede operar un medio de comunicación comunitario. Recuerda que no basta con que cuentes con equipos y la frecuencia legal. Una televisión o radio comunitaria debe fortalecer un trabajo con la comunidad, debe ser un espacio abierto a las voces comunitarias y debe construirse y sostenerse con el aporte de la comunidad.

Recuerda que tu Proyecto Comunicacional debe ser cumplido y la comunidad puede vigilar que esto suceda.



4

RUTA LEGÍTIMA Y CONSTITUCIONAL PARA UN MEDIO COMUNITARIO



PASO 1

NECESITAMOS UN MEDIO DE COMUNICACIÓN COMUNITARIO



Si una organización, comunidad, pueblo o nacionalidad tiene la necesidad de tener un medio comunitario entonces es necesario organizarse, informarse y accionar.

La comunicación es un derecho, y en un Estado Constitucional de Derechos, éste se exige y se ejerce. Así que para ejercer el derecho a la comunicación, y el derecho a crear medios de comunicación, las organizaciones pueden construir de forma colectiva el proyecto comunicacional y definir: ¿Para qué un medio de comunicación comunitario? Con esta necesidad clara, las organizaciones podemos acceder a medios comunitarios constitucionalmente.

PASO 2

HAZLO TÚ MISMO: HACER, CREAR, SOÑAR NUESTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS



A lo largo de la historia de América Latina, las organizaciones y comunidades se apropiaron de las frecuencias de forma libre y crearon medios comunitarios con sus propias manos, muchas veces sin autorización legal.

En toda América Latina estos medios de comunicación tienen distintos nombres. En México son denominados medios libres; en Argentina se llaman radios truchas; en Colombia, medios educativos; en Chile, alternativos. Independientemente del nombre que tengan, éstos son medios comunitarios que instalaron sus propias antenas y equipos de transmisión, haciendo posible que comunidades que no habían logrado acceder a una frecuencia a través de los mecanismos reglamentados accedan a sus propios medios de comunicación de forma libre.

El movimiento de medios comunitarios en América Latina nace de un proceso de apropiación de las frecuencias por parte de las organizaciones, como una forma de contraponer el discurso hegemónico de los grandes medios de comunicación². Otras experiencias más recientes de medios de comunicación comunitarios nacieron a través de la creación de laboratorios, espacios de aprendizaje de la comunicación en Internet. Por ejemplo, la radio *On Line* es un espacio libre, de fácil acceso y de bajo costo que muchas organizaciones hoy utilizan para comunicar su palabra. Hay muchas opciones para ejercer la comunicación comunitaria, lo importante es hacerlo.

2 Si quieres saber más puedes buscar información, manuales y material de acceso libre con algunos ejemplos emblemáticos de organizaciones en toda América Latina que se tomaron en serio el Derecho a la Comunicación. Es el caso de Palabra Radio en México y Antena Negra en Argentina, y muchísimas más en todo el mundo. Busca sus experiencias en la web www.medioscomunitarios.ec

Si el Estado y el gobierno de turno no garantizan el Derecho a la Comunicación facilitando los procedimientos para acceder a medios comunitarios, reconociendo las diferencias en los requisitos para medios comunitarios, elaborando Políticas Públicas claras y de forma participativa; entonces las organizaciones podemos ejercer nuestro derecho de distintas, creativas, autónomas y libres formas.

La comunicación fortalece la organización y el tejido comunitario. Mientras más voces suenen y diversos rostros se visibilicen, mientras más hagamos las organizaciones y comunidades nuestra propia comunicación, más estaremos aportando a democratizar la sociedad.

¡ASÍ QUE TODOS Y TODAS A CONSTRUIR MEDIOS COMUNITARIOS YA!

GLOSARIO

Frecuencia.- Una frecuencia de radio o de televisión es el movimiento oscilatorio, el número de vibraciones que produce una onda que lleva sonido o imágenes durante una unidad de tiempo, por segundo. En palabras sencillas, las frecuencias son aquellas ondas donde viajan las señales de radio, televisión, internet o telefonía fija o móvil. Las frecuencias son un bien público que pertenece al Estado ecuatoriano; por ende, a todos y todas.

Espectro radioeléctrico.- El espectro es el conjunto de frecuencias que se propagan en el aire. Es un recurso natural y limitado que permite el envío de mensajes a larga distancia. El espectro está dividido en bandas de frecuencias que permite la transmisión.

El espectro radioeléctrico es administrado por el Estado dado su carácter de inalienable, imprescriptible e inembargable, y es considerado un bien público.

Matriz.- Es la frecuencia principal desde donde se transmite la programación de una televisión o de una radio en un área de cobertura específica.

Repetidora.- Es la frecuencia que retransmite la señal, programación y contenidos de la matriz y que se encuentra en otra área de cobertura.

ARCOTEL.- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones.

CORDICOM.- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación.



**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**



Encuentra más información sobre medios comunitarios
y comunicación comunitaria en:

www.medioscomunitarios.ec

Organízate y vincúlase al movimiento de medios comunitarios en Ecuador,
para la democratización de la palabra.

Síguenos a través de:

#MediosComunitariosYa

ISBN 978-9978-94-157-7



9 789978 941577