

Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias

ANA MARÍA ACOSTA BUENAÑO
VERÓNICA CALVOPIÑA PANCHI
JORGE CANO CAÑIZARES

MAYO 2017

- El presente artículo analiza la participación de los medios comunitarios y su importancia para la democratización de la comunicación en Ecuador en el marco del Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de señal abierta, convocado en 2016. Este concurso cobró importancia en la agenda pública por ser la primera vez que el Estado utiliza un mecanismo público para otorgar concesiones de frecuencias, abriendo a concurso 1472 frecuencias de radio y televisión, lo que modificará el panorama mediático por 15 años –tiempo que dura cada concesión–. Este concurso, además, tomó relevancia por desarrollarse en medio de un proceso electoral ya de por sí agitado, por la permanencia o no del Gobierno de la Revolución Ciudadana liderado por Rafael Correa, después de 10 años en el poder.
- En este contexto, este análisis propone otra visión: desde la mirada del sector comunitario, un actor casi ausente en el debate público, a pesar de ser uno de los grupos que mayor implicación tiene en este proceso. Este documento plantea una comprensión del sector comunitario y de los “medios comunitarios” no como una totalidad cerrada, sino como una categorización que debe ser debatida, diferenciando aquellos medios comunitarios de grupos religiosos de aquellos nuevos medios comunitarios de organizaciones sociales, que como se verá, tienen características y demandas diferenciadas.

- Se realiza también un acercamiento a los datos de la participación de los
- medios comunitarios, con base en los resultados de la primera etapa del concurso de frecuencias publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Acortel), que arroja varios hallazgos clarificadores sobre este sector y el futuro de la democratización de la comunicación en Ecuador.

Contenido

■	I. Introducción	5
■	II. Medios comunitarios en Ecuador.....	5
	¿Qué es un medio comunitario según la definición histórica?	5
	¿Qué es un medio comunitario según la definición legal?.....	7
	¿Qué es un medio comunitario según la definición	8
	organizativa-comunicacional?	
■	III. Antes del Concurso Público de Frecuencias de Radio.....	9
	y Televisión de señal abierta	
	Informe de auditoría de frecuencias	10
	Concentración de frecuencias en Ecuador	14
	Ley Orgánica de Comunicación: medios comunitarios	37
	y desconcentración	
	Políticas para medios comunitarios antes del concurso	39
■	IV. Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión.....	42
	en señal abierta 2016	
	Importancia del concurso	42
	Medios comunitarios en el concurso de frecuencias	43
	Políticas de acción afirmativa para medios comunitarios	44
	durante el concurso	
	Análisis de la participación de medios comunitarios	46
	en el concurso	
■	V. Conclusiones	54
■	Bibliografía	56



I. Introducción

El Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de señal abierta es uno de los temas con mayor presencia en la agenda pública de Ecuador no solo porque modificará el panorama mediático por 15 años, sino porque se desarrolló en medio de un proceso electoral ya de por sí agitado por la permanencia o no del Gobierno de la Revolución Ciudadana liderado por Rafael Correa, después de 10 años en el poder. Así, este concurso pasó a ser un tema de campaña donde actores de distintas tendencias pidieron su suspensión y junto a esto, la derogación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

En este contexto, el presente análisis propone otra visión, desde el sector comunitario, un actor casi ausente en el debate, a pesar de ser uno de los de mayor implicación en este proceso¹.

II. Medios comunitarios en Ecuador

En Ecuador, la creación de medios de comunicación públicos, privados, comunitarios y el acceso a las frecuencias de radio y televisión están consagrados como un derecho en la Constitución aprobada en 2008 (República del Ecuador, 2008: Art. 16). Este es el contexto propicio para que los medios comunitarios sean reconocidos como actores trascendentales del sistema de comunicación, después de años de haber sido limitados por la ley e invisibilizados por las políticas públicas.

Antes de analizar la participación de los medios comunitarios en el Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión, creemos necesario realizar un aporte a la comprensión de

lo que son los medios comunitarios que permita reflexionar de forma más profunda sobre su papel en el proceso de democratización de la comunicación.

Una primera forma de entender a los medios comunitarios podría ser la “histórica”. En esta se ubican aquellos medios que durante años se autodefinieron como “comunitarios” y que realizaron una labor comunicacional vinculada al trabajo social y educativo, en su mayoría de la Iglesia católica. La segunda forma, podría denominarse “legal”; tiene que ver con la definición que contempla la ley, la Constitución y los reglamentos y que es la noción dominante en el concurso. La tercera es la “organizativa-comunicacional”; describe a los medios comunitarios en el contexto actual por su adscripción a las nuevas formas de entender la “comunidad territorial” o “comunidad de sentidos”, donde la propuesta comunicacional se propone cercana a las demandas de estas comunidades diversas. En esta comprensión se encuentran sobre todo aquellos medios comunitarios nuevos, de organizaciones indígenas, sociales, afrodescendientes, campesinas, barriales, gremiales, de mujeres, jóvenes, muchos de los cuales están solicitando por primera vez una frecuencia para operar un medio de comunicación comunitario.

Estas tres formas de entender los medios comunitarios tienen distintas implicaciones en el proceso del Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión y en las propuestas de democratización de la comunicación.

¿Qué es un medio comunitario según la definición histórica?

Los medios comunitarios en la historia de Ecuador y América Latina fueron aquellos cuya labor se

1 Este análisis es una ampliación del artículo de Ana María Acosta (2017, 2017a).



enfocó en “dar voz a los que no tenían voz” o amplificar las voces de quienes tenían limitaciones para acceder a los medios de comunicación. Eran aquellas propuestas de comunicación —especialmente radiales—, que buscaban que comunidades despojadas, empobrecidas, invisibilizadas puedan comunicar sus necesidades y propuestas, y con ello transformar su realidad.

En los años sesenta, la radio fue parte de las estrategias de los grupos guerrilleros para difundir sus acciones y establecer cercanía con campesinos. Ejemplo de esto es Radio Rebelde, en Cuba; Radio Venceremos, en El Salvador; entre otras. Por esta razón, durante mucho tiempo, las radios comunitarias fueron consideradas “peligrosas”. Eran épocas donde el discurso del “miedo al comunismo” estaba presente, y los medios comunitarios eran parte de esta “amenaza”.

Este imaginario que pesaba sobre las propuestas de comunicación popular y comunitaria hizo que en Ecuador la legislación sometiera a las radios comunales —como se llamaban en ese tiempo— a la Ley de Seguridad Nacional, por lo que debían solicitar un permiso especial de las Fuerzas Armadas para su funcionamiento.

En los años setenta y ochenta, muchas radios comunitarias en América Latina acogieron la bandera de la educación y pasaron a ser llamadas “radios educativas” por su labor de alfabetización principalmente en zonas campesinas e indígenas. En Ecuador, hay varias experiencias de medios comunitarios que cumplieron con este objetivo:

- La Radio Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) fundada en 1962 por Monseñor Leonidas Proaño, que se dedicó a la alfabetización y al fortalecimiento de la organización indígena y campesina de Chimborazo.
- Radio Voz del Upano, en Morona Santiago, que desarrolló el Centro Regional de Educación

Formativa para la Región Amazónica (Crechera) para la alfabetización radial en 1985.

Muchas de las propuestas de comunicación comunitaria que se desarrollaron en los años sesenta, setenta y ochenta tienen una vinculación con la labor social, educativa y evangelizadora que la Iglesia católica realizó, y que tuvo una fuerte influencia de la teología de la liberación. Esta corriente de la Iglesia impulsó la “opción por los pobres” y un trabajo desde la realidad social e histórica, lo que le llevó a ser tildada de “corriente comunista de la Iglesia”. A Monseñor Leonidas Proaño le decían el “obispo del pueblo”, el “cura rojo” por su lucha junto a los sectores sociales, populares, indígenas.

Varias de las propuestas de comunicación que nacieron con esta labor de la Iglesia, y que jurídicamente pertenecían a un vicariato, una diócesis etc., se mantienen hasta la actualidad como parte de los grupos religiosos; mientras que otras se separaron de la Iglesia y se organizaron en asociaciones o federaciones indígenas o campesinas.

Algunas de estas propuestas de comunicación se asociaron en la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (Corape), fundada en 1988. Actualmente, Corape tiene 27 radios afiliadas de las cuales 16 son de la Iglesia católica y de la cristiana evangélica, apenas 5 son de organizaciones sociales e indígenas, 5 son de concesionarios privados como personas naturales y 1 es pública (Corape, s/f). Esto implica que las radios afiliadas a Corape que pertenecen a grupos religiosos y concesionarios privados suman el 81,48%; mientras que las pertenecientes a organizaciones sociales son apenas el 18,52%. Esta predominancia religiosa, si bien promueve un trabajo con organizaciones sociales basado en la línea social de la Iglesia como “organización comunitaria, humanista, ecuménica y pluralista”,



mantiene una clara influencia de la religión; en su código deontológico (Corape, s/fa), en primer lugar invoca a Dios.

Al ser estas las propuestas de comunicación que se han autodefinido como comunitarias y que mayor fuerza han tenido en Ecuador, se ha dado una relación casi automática de los medios de las Iglesias con “lo comunitario”; pero no necesariamente es así, e incluso esta concepción “histórica” se aplica en la definición legal sin ninguna mediación previa.

Existen otras propuestas, que si bien nacieron de un proceso social de la Iglesia católica, se separaron y continuaron con su labor como medios comunitarios autónomos. Una de las más antiguas experiencias de comunicación comunitaria que siguió esta ruta fue Radio La Voz de Arutam, en Morona Santiago. Esta empezó en 1964 con la misión salesiana, y en los años setenta desarrolló el Sistema de Educación Radiofónico Bilingüe Intercultural Shuar (Serbish) para el nivel primario. Posteriormente, en los años ochenta, los shuar se alejaron de la tutela de la Iglesia y la Federación Interprovincial de Centros Shuar (FICSH) en Morona Santiago, e impulsaron la radio desde la autonomía y la organización shuar. Radio La Voz de Arutam funciona hasta el momento como el espacio de información y comunicación del pueblo shuar, un pueblo que, por cierto, se encuentra en amplia resistencia al desarrollo a la mega minería en la Amazonía, lo que le ha costado al medio ser amenazado con su cierre varias veces. De hecho, en 2016, la sede en Sucúa, Morona Santiago, de la Radio La Voz de Arutam y de la Federación Interprovincial de Centros Shuar fueron allanadas durante el estado de excepción declarado por el presidente Rafael Correa por los acontecimientos sucedidos en un campamento de la empresa minera china Exploracobre S.A. Esta radio no está asociada a Corape y tampoco forma parte de ninguna red de articulación de medios

comunitarios; no participó en el concurso. Esto pone en riesgo su permanencia con la concesión de frecuencia, a pesar de ser una de las experiencias de radio comunitaria “histórica” en la Amazonía y en Ecuador.

¿Qué es un medio comunitario según la definición legal?

La Ley Orgánica de Comunicación define a los medios comunitarios como aquellos “cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013: Art. 85).

Esta concepción legal en el concurso de frecuencias se efectivizó en un requisito: la personería jurídica. De esta forma, si se sigue esta definición de forma llana, un medio comunitario puede ser: una federación indígena, una asociación barrial, una fundación, pero también una organización religiosa –sea católica, evangélica, cristiana, adventista, etc.– siempre y cuando tenga una personería jurídica sin fines de lucro.

Las organizaciones que participaron en el concurso por una frecuencia comunitaria debían tener una personería jurídica y contar con un certificado del ministerio o institución pública competente que especifique que la organización no tiene fines de lucro. En Ecuador, las personerías jurídicas sin fines de lucro se registran y se reconocen en los ministerios según el objetivo de la organización, mientras que las organizaciones religiosas tienen que ser registradas en el Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos.

Esta comprensión legalista de los medios comunitarios es tan amplia que formalmente no hay distinción entre la Fundación Coca-Cola y la Confederación de Nacionalidades Indígenas



del Ecuador (Conaie), por ejemplo. Tampoco hay diferencia entre una organización social que pide una frecuencia para un medio comunitario local, y la Iglesia Adventista del Séptimo Día que en el concurso de frecuencias solicitó 21 radios y 9 televisoras. En otras palabras, ante la Ley de Comunicación, siempre y cuando sea una organización sin fines de lucro, tiene el reconocimiento de “comunitaria”.

Esta definición establecida en la Ley debía ser reglamentada por el organismo encargado: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (Cordicom). Esto no sucedió, por lo que esta concepción general tuvo varios efectos no tan positivos en el proceso del concurso de frecuencias.

¿Qué es un medio comunitario según la definición organizativa-comunicacional?

Esta concepción está en construcción a la par que escribimos este artículo, que el concurso se desenvuelve y que las tecnologías de la comunicación y la información se desarrollan a una velocidad tal que permite algo que antes era imposible: que cualquier persona pueda ser generadora y difusora de contenidos sin ser parte de un medio o sin ser periodista o comunicador. Esto último ha modificado las formas de comprender la comunicación en general y, por lo tanto, la comunicación comunitaria. Si antes la comunicación comunitaria buscaba “dar voz a los sin voz” o, mejor dicho, ser la amplificación de los que han tenido voz pero no espacio, hoy, con varios canales, posibilidades y espacios de comunicación tan diversos y de fácil acceso, ¿cuál es el papel de la comunicación comunitaria?

Está claro que no basta con que un medio se autodenomine “comunitario” y que con eso aumente el porcentaje legal que dice la Ley Orgánica de Comunicación para llegar al 34%. Es necesario

repensar las propuestas comunicacionales de los grupos que accedan a los medios comunitarios y su aporte comunicacional y social.

Buscar una nueva definición de lo comunitario nace de aquellas propuestas de comunicación que no se sienten identificadas por la razón jurídica solamente, tampoco por su vinculación con la historia donde la actuación de la Iglesia fue predominante; sino con una nueva forma de comprender las comunidades territoriales, las comunidades de sentido, y su relación con la comunicación masiva.

En el concurso de frecuencias, son diversas las organizaciones comunitarias –indígenas, campesinas, de mujeres, jóvenes, afrodescendientes, trabajadores, sindicatos, gremios, barriales, culturales– que están participando por obtener una frecuencia de radio o televisión por primera vez. De estas, varias son las organizaciones que no han tenido un medio de comunicación antes, mientras que otras llevan años realizando su trabajo de comunicación comunitaria en espacios liberados como Internet (radio en línea, medios digitales), periódicos comunitarios, video y cine comunitario y de los pueblos indígenas. Por otro lado, hay pocas organizaciones que están participando en el concurso para obtener la concesión comunitaria de su frecuencia que durante años operaron como privada.

Todas son propuestas de nuevos medios comunitarios que se autodefinen así por su cercanía con un proceso organizativo, por la adscripción a una nacionalidad o pueblo indígena, o comunidad territorial o de sentido, o por su proyecto comunicacional que busca llenar una ausencia: radios indígenas para hablar las lenguas no escuchadas en ninguna otra radio; radios de mujeres para hablar de feminismo y género –temas que en las radios de las Iglesias mantienen una considerable ausencia–; medios de colectivos culturales para difundir el arte y la música



alternativa e independiente que en las radios musicales privadas no tiene cabida; televisiones comunitarias para compartir las producciones trabajadas por cineastas indígenas que ningún medio ha querido difundir; periodistas comunitarios que buscan posicionar temas que los poderes no quieren que se conozcan; etc. Las propuestas de contenidos que buscan estar presentes son diversas, así como diversas son las comunidades.

La diferencia con las definiciones anteriores es que esta y las organizaciones que se agrupan en ella son las que, por su historia y su condición, tienen argumentos para ser acreedores de acciones afirmativas por parte del Estado: todas estas comunidades han sufrido alguna vez discriminación y limitación de sus derechos ya sea por su etnia, su género, su clase, su opción sexual, edad, que los pone en una situación de desigualdad.

Es por eso que las dos anteriores definiciones no bastan para entender lo que es un medio comunitario y por qué es un sector que debe tener políticas especiales, como las acciones afirmativas en el concurso de frecuencias. Sin comprender a los actores que conforman esta tercera definición no se puede entender las necesidades de los medios comunitarios y su papel en el proceso de democratización de la comunicación. Esto fue algo no identificado a tiempo, razón por la cual en el concurso de frecuencias, por la predominancia de la “definición legal”, una organización de mujeres o una comunidad GLBTI que ha sufrido

discriminación por su género e identidad sexual está en las mismas condiciones de recibir políticas de acción afirmativa que una que ha ejercido su poder y ha tenido históricamente la hegemonía de los discursos.

Por ello, es necesario vislumbrar por qué son necesarias las políticas de acción afirmativa y en qué consisten para los medios comunitarios en el concurso. Pero antes, comprendamos qué es el concurso y cuál es su importancia.

III. Antes del Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de señal abierta

El Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de señal abierta es un mecanismo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) aprobada en 2013. Antes de esta Ley, las definiciones para la concesión de frecuencias estaban en la Ley de Radiodifusión y Televisión, emitida en plena dictadura militar en 1975 y reformada dos veces en los años noventa en pleno auge del neoliberalismo². En esta Ley no se establecía un concurso público, y la otorgación de frecuencias estaba manejada con un fuerte hermetismo desde la única instancia de decisión que era el Consejo Nacional de Radiodifusión (Conartel). Este Consejo estaba conformado por representantes del ejecutivo, las Fuerzas Armadas, las cámaras de producción privadas y dos de las principales asociaciones de medios privados, que eran a la vez concesionarios de frecuencias y parte del órgano

2 La Ley de Radiodifusión y Televisión fue elaborada por Decreto Supremo N.º 256-A Registro Oficial N.º 785 el 18 de abril de 1975 por el Gral. Guillermo Rodríguez Lara, en época de dictadura. Esta Ley se reformó por primera vez en 1992 y por segunda vez en 1995 durante el Gobierno de Sixto Durán Ballén. Hay otra reforma el 7 de noviembre de 2002, en el Gobierno de Gustavo Noboa, para que los medios de servicio público comunitarios puedan pasar publicidad.



regulador. Este conflicto de intereses fue uno de los temas que la Constitución de 2008 modificó³, por lo que después de un pronunciamiento del Procurador General, la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión y Televisión (AER), la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador (Active) y el representante de las Fuerzas Armadas (que también eran concesionarios de frecuencias) dejaron de formar parte de Conartel.

Conartel administraba las frecuencias de forma discrecional y discriminatoria, afectando principalmente a las propuestas de comunicación comunitaria y a medios locales, lo que generó concentración de frecuencias en pocas manos; así lo denunció la Comisión Auditora de Frecuencias de Radio y Televisión conformada por disposición de la Asamblea Constituyente.

Informe de la auditoría de frecuencias

La conformación de la Comisión para la Auditoría de Frecuencias fue un mandato constitucional (Disposición transitoria vigésima cuarta) de 2008. Analizó si las concesiones de radio y televisión entregadas desde 1995 hasta 2008 se realizaron de manera limpia, apegada a las normas constitucionales y a procedimientos administrativos claros.

En su informe final, la Comisión constató la concentración de frecuencias en manos de 8 grupos financieros y 12 grupos familiares. Detectó también que existieron procesos irregulares para la concesión de frecuencias que favorecieron a la concentración como:

- **Mecanismos de devolución-concesión:** Consistió en la compraventa de equipos de una

radio que ocultaba la venta de la frecuencia. Así, un propietario natural o jurídico se comprometía con otro grupo a la venta de sus equipos; la frecuencia era devuelta a Conartel y posteriormente concesionada al comprador, traspasando la propiedad de la frecuencia. De este modo se concesionaron 195 frecuencias. Este mecanismo fue avalado por Conartel mediante la resolución 910-CONARTEL-99, dada en 1999.

- **Concesión sin informes técnicos:** La Ley de Radiodifusión exigía que para la renovación de una frecuencia debía existir el informe previo de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel), según el artículo 14. Sin embargo, Conartel desconoció el carácter vinculante de este informe, lo que en la práctica significó que este no fuera necesario para la renovación de frecuencias. En otros casos, se concesionaron frecuencias pese a que existían informes negativos. Un total de 300 frecuencias se concesionaron sin permiso de la Supertel.
- **Autoasignación de frecuencias:** Se dio entre los miembros del Conartel, quienes se concesionaron frecuencias a sí mismos, a sus familiares o a testaferros mientras ejercían funciones en el organismo. Por esta razón, la Comisión aseguró en su informe que se pudo haber configurado en un delito de peculado por parte de exintegrantes del organismo:

(...) dado que se ha demostrado la existencia de la presunción de abuso de poder que configuraría el delito de peculado, la Comisión recomienda poner el presente informe en conocimiento de la Fiscalía General del Estado para que inicie

3 “No podrán ser funcionarias ni funcionarios ni miembros de organismos directivos de entidades que ejerzan la potestad estatal de control y regulación, quienes tengan intereses en las áreas que vayan a ser controladas o reguladas o representen a terceros que los tengan” (República del Ecuador, 2008: Art. 232).



las indagaciones y los procesos judiciales que considere pertinentes (Comisión de Auditoría de Frecuencias, 2009: 193).

Sobre este punto se señalan los casos de Lenín Andrade, Freddy Moreno, Bernardo Nussbaum, Jorge Aguilar, Jorge Yunda⁴ y la compañía Lesotho, vinculada con Antonio Guerrero, todos ellos expresidentes de Conartel, exrepresentantes de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER), y concesionarios de frecuencias⁵.

Otros mecanismos usados por parte de Conartel –atribuyéndose funciones y violentando la Constitución y la Ley de Radiodifusión– fueron la prórroga de plazos y renovaciones, irregularidades, y el otorgamiento de más de una concesión del mismo tipo por provincia.

Estas actuaciones de Conartel permitieron la conformación de grupos mediáticos concentradores de frecuencias, quienes al día de hoy mantienen en su poder varias matrices y repetidoras. Tal es el caso de Más Candela, Canela Corp. o JC Radio La Bruja, Radio María, quienes

están entre las empresas con mayor número de frecuencias concesionadas. De allí que para la Comisión para la Auditoría de Frecuencias, la concentración afecta además la pluralidad de voces en la comunicación: “el hecho de que unos cuantos acaparen frecuencias en determinadas plazas establece en la práctica barreras de entrada para que otros actores puedan entrar, lo cual afecta seriamente no solamente la competencia, sino también la pluralidad” (Comisión de Auditoría de Frecuencias, 2009: 210).

Todas estas irregularidades: falta de un procedimiento claro para la entrega de concesiones; ausencia de reglamentación; ninguna temporalidad definida (solicitudes archivadas o simplemente no contestadas); entrega de frecuencias por recomendaciones o favores políticos; pagos por frecuencias; etc. generaron mucha corrupción y discriminación que afectó sobre todo a propuestas de comunicación comunitaria y medios locales (Comisión de Auditoría de Frecuencias, 2009). Así lo demuestran los testimonios recolectados en las audiencias públicas de la Auditoría de Frecuencias:

Tazanbay en Riobamba

Desde 1962, mi padre fue radiodifusor en Riobamba. Tenía la estación Ondas del Chimborazo en AM. En 1989, decidió instalarse en Quito y continuar con su trabajo. Entonces, solicitó una frecuencia para operar en esta ciudad. Se la negaron diciendo que no había disponibilidad. En 1991, volvió a pedirla. En 1992, con Sixto Durán, volvió a solicitar. El Sr. Adolfo Loza se la

4 A pesar de estas observaciones, Jorge Yunda fue electo asambleísta por el partido de Gobierno Alianza País en 2017.

5 Ver Anexo “Lista de miembros Conartel quienes se auto asignaron frecuencias” (Comisión de Auditoría de Frecuencias, 2009).



negó aduciendo que no respondía a ninguna recomendación del Presidente de la República. En 1994, nuevamente solicitó y nuevamente le negaron con el mismo argumento de que no había disponibilidad de frecuencias. Un día, mi padre recibió una llamada de Conartel. Una llamada con una propuesta: si pagaba 50 mil dólares le darían una concesión en 2000. En esa época, estaba Aldo Ottati como presidente de Conartel. Le dijeron: “somos diez, así que tiene que poner 5 mil por cabeza si quiere la concesión”. Por supuesto, no aceptamos ese chantaje. En esa época, se concedieron varias frecuencias: la Gitana, la Azúcar, varias, pero nuestra solicitud nunca salió.

Declaración de Alfredo Tazanbay y Pedro Luis Tazanbay en audiencia pública ante la Comisión de Auditoría el 3 de marzo de 2009.

Este testimonio demuestra que el mecanismo de otorgación de frecuencias usado antes dilataba los trámites hasta lograr el abandono, y se exigían pagos, lo cual generaba que personas o empresas con mayores recursos accedieran más fácilmente.

El siguiente testimonio es de Radio Inti Pacha, un caso emblemático para graficar la discriminación hacia los sectores comunitarios, en particular, las poblaciones indígenas:

Radio Inti Pacha

Queríamos una emisora para la parroquia de Cangahua, en Cayambe. Entonces, en 1995, iniciamos la gestión para conseguirla. Averiguamos los requisitos, llenamos los papeles, hicimos la solicitud al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, a la Suptel y al Conartel, que recién se había fundado. Nos dijeron que faltaban informes. Buscamos los informes, pagamos los informes, presentamos la carpeta. Faltaban más papeles, nos dijeron. Buscamos todos los papeles que pedían. Solicitamos como Corporación de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cangahua (Coinca), que ya pertenecía a la Ecuarunari y a la Conaie.

Nosotros no pedimos una frecuencia comunitaria porque si era comunitaria no podíamos pasar publicidad. La Ley que se había aprobado ese mismo año (1995) no era para desarrollar radios comunitarias, sino para matarlas. Por eso, pedimos frecuencia comercial.

¿Qué pasó después de presentar la solicitud? No nos respondían nada. Mandamos una carta, preguntando. Que esperemos, nos dijeron. Otra carta y otro “esperemos”. Siempre que esperemos.





Entonces, pedimos audiencia a Conartel porque ya había pasado un año desde la solicitud y no se resolvía nada. Fuimos con prensa, con dirigentes. Nos recibieron y nos dijeron que el problema era que el espectro estaba saturado, que ya no cabían más emisoras.

—No puede ser, porque en Cangahua con dificultad se oyen tres o cuatro emisoras.

—Pues todo está lleno, no cabe ninguna más. Tienen que esperar.

Claro, nosotros no sabíamos, no teníamos la información técnica, si era o no era así. Nos tocó seguir esperando y desesperando.

El asunto es que teníamos los equipos y se nos iban a dañar si no los prendíamos. Muertos de ira, nos decidimos a salir al aire sin permiso, como prueba, una hora por las mañanas.

Vinieron los militares amenazando; vinieron dizque a decomisar equipos... Volvieron una y otra vez. Pero cada que venían, la gente salía y protegía la radio. Tres veces vinieron y no pudieron.

Decidimos hacer manifestaciones frente a Conartel. Varias veces fuimos. Poníamos 300 personas con carteles, con gritos. Íbamos indígenas, pero también con el respaldo de juntas parroquiales, de tenientes políticos, alcaldes, organizaciones sociales... Los de Conartel nos recibían pero nos salían con el mismo cuento de que “están estudiando el caso”, que “esperemos”.

Pero llevábamos esperando cinco años. Se reunió la directiva de Conartel en Quito y trataron nuestro caso. Cuando nos avisaron... ¡nos habían negado la solicitud!

—¿Y por qué?— preguntamos.

—Porque no— respondieron.

Teníamos rabia acumulada de cinco años. Entonces, decidimos viajar a Guayaquil, donde era la próxima sesión de Conartel para exigir. Fuimos como 200 entre indígenas, dirigentes, gente que apoyaba.

Como no tenían ningún sustento para negarse, a la cansada nos autorizaron una frecuencia de baja potencia, de 250 vatios, la 88.9. La llamamos Inti Pacha, que quiere decir lugar del Sol.

¿Por qué tuvimos que esperar cinco años? Por celos políticos, porque el movimiento indígena estaba en alza; por racismo, porque los sectores privilegiados de Cayambe no querían una emisora indígena; por muchas razones...

Testimonio de Ricardo Ulcuango, Radio Intipacha 2009.



Este tipo de mecanismos discriminatorios provocó que muchos medios comunitarios, especialmente radios, se legalicen como privadas para evitar las trabas. Es así que en Ecuador se registra un número muy bajo de medios comunitarios legales: hasta marzo de 2015, según datos de la Secretaría

Nacional de Telecomunicaciones apenas existían 20 radios FM registradas como comunitarias, ninguna radio AM ni televisión comunitaria (Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, 2015).

Tabla N.º 1
Número de estaciones concesionadas a nivel nacional

Servicio	Comercial privada	Servicio público	Servicio público comunitario
Radiodifusión sonora FM	720	196	20
Radiodifusión sonora AM	166	21	-
Televisión abierta analógica	342	218	-
Televisión digital terrestre	23	5	-

Fuente: Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (2015).
Elaboración propia.

De esta forma, las radios comunitarias apenas representan el 2,1% del espectro. Por todo esto, una de las principales exigencias de las organizaciones sociales y de comunicación comunitaria fue modificar al organismo regulador y establecer un método más adecuado de otorgación de frecuencias que permitiera la igualdad de condiciones y sin discriminación, además de una distribución equitativa donde los medios comunitarios tengamos garantizado el acceso.

Concentración de frecuencias en Ecuador

Cuando hablamos de medios comunitarios y su derecho a ocupar un espacio en el espectro radioeléctrico, estamos hablando de distribución de frecuencias; esto nos obliga a pensar en la desconcentración: para redistribuir, hay que desconcentrar.

En Ecuador los medios de comunicación han estado históricamente dominados y concentrados

por grupos económicos, familiares, religiosos (Iglesias) según lo reveló el Informe de Auditoría de Frecuencias presentado en 2009 (Comisión de Auditoría de Frecuencias, 2009). Estos grupos formaron oligopolios concentradores de frecuencias de radio o televisión que poseen además periódicos, empresas de entretenimiento, telecomunicaciones o editoriales.

La vinculación de los medios de comunicación con los grupos financieros cambió después de 2008 y luego de la aprobación de la consulta popular de 2011 donde se prohibió a los directivos de un banco tener acciones en medios. Estos cambios legales, sin embargo, no significaron una modificación en la tenencia de las frecuencias, que siguen concentradas, en su mayoría, en los mismos grupos mediáticos.

El Informe de la Comisión de Auditoría de Frecuencias identifica 12 grupos familiares que concentraban, hasta 2008, frecuencias principalmente de radio. Dentro de estos grupos constaban excongresistas y miembros de Conartel:



Tabla N.º 2 Grupos económicos, dueños de frecuencias de radio y televisión	
Grupo económico	Concesionario
Grupo Aguilar Veintimilla	Bolívar FM Stereo
Grupo Almeida Morán	Almorán Cablemar
Grupo Andrade Díaz- Andrade Quiñones	Radio Chone S.A. Capital Televisión Capital TV Radio Capital FM Radiodifusora más Candela
Grupo Brborich	Onda Azul Reloj 550 AM (fuera de operación) Espejo (fuera de operación) Melodía
Grupo Costta García y Alarcón Costta	Radio Hit S.A.-RTU Muvesa C.A.
Grupo Czarninski	Radio Concierto Quito Radio Concierto Concert Austro Radio Concierto Concert Guayaquil
Grupo Gamboa	Gamboa Comunicación Total Cía. Ltda. Canela Radio Corporación
Grupo Herdoíza	Radiotarqui Cía. Ltda.
Grupo Montero Rodríguez	Televisora del Sur Radio Cariamanga
Grupo Nussbaum-Freund-Ruf	Radio FM 92 Stereo S.A. Radiodifusora Sabor Mix Radiodifusora Ondacero S.A. Sercoper S.A. Radiodifusora Paraíso Radial S.A. Radio Colón C.A.
Grupo Piedra-Cardoso	Radio Tomebamba Radio Súper 94.9 FM La Voz del Tomebamba
Grupo Yáñez	Radio Centro FM Cía. Ltda.

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).
Elaboración propia.

Tras la publicación del Informe de la Comisión de Auditoría de Frecuencias, solo pocos concesionarios devolvieron algunas de sus frecuencias, como el caso de Radio Disney (Radio Concierto S.A.) en

Quito; en otros casos, los concesionarios originales hicieron acuerdos (mecanismo devolución-concesión) con nuevos grupos, cambiando así la representación legal del medio. Tal es el caso de:



Tabla N.º 3
Concesionarios de medios de comunicación

Concesionario anterior	Concesionario actual	Nombre del medio
Radiodifusora Paraíso Radial	Carina Almache	Fútbol FM
Radio Colón	Sebastián Guerra	Armónica FM
Radio FM 92 Stereo S.A.	Julio Endara	La Consentida
Radiodifusora Sabor Mix	Mario Mejía	Sabor Mix
Radiodifusora Ondacero S.A.	Glenda Silva	Onda Cero
Bolívar FM Stereo	Radio BBN Cía. Ltda.	BBN 96.5 FM

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.

En cambio, personajes como Nussbaum o Almeida salieron de escena dando paso a la consolidación de otros grupos mediáticos.

En el Informe de la Comisión de Auditoría de Frecuencias también se identificaron ocho grupos económicos, que a más de poseer medios mantienen

vínculos con empresas de entretenimiento, Internet y editoras, así como con otros grupos empresariales principalmente banqueros. De esta manera, formaron grandes grupos de medios que llegaron a concentrar 99 frecuencias en televisión y en radio; estos eran:

Tabla N.º 4
Grandes grupos de medios

Grupo económico	Concesionario	Medio
Grupo Eljuri	Jofer S.A. Televisión Ecuatoriana Telerama S.A. TV. Max S.A. Tivimaxsa	Telerama
Grupo Isaías	Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Compañía de Televisión del Pacífico Teledos S.A. Telesat S.A. TVcable S.A.	TC Televisión Gama TV
Grupo Vivanco	Vivanco Riofrío Francisco	La Hora Planeta FM Stereo
Grupo Egas	Centro de Radio y Televisión Cratel C.A. Teleamazonas-Guayaquil S.A.	Teleamazonas
Grupo Alvarado	Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A. Televisora Nacional Compañía Anónima Telenacional	Ecuavisa





Grupo económico	Concesionario	Medio
Grupo Mantilla	Grupo El Comercio Ecuadoradio S.A.	El Comercio Radio Quito, Platinum FM
Grupo Pérez	Unidiario S.A. Unipartes S.A.	El Universo
Grupo Martínez	Extra Radio S.A. Exradio Compañía de Radio Marbru: Martínez Leisker Galo Eduardo	Punto Rojo FM Romance FM Diario El Extra Expreso

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).
Elaboración propia.

La propiedad de medios por parte de grupos económico-financieros cambió tras la aprobación de la Constitución en 2008, ya que su artículo 312 se impide a entidades financieras controlar medios de comunicación: “se prohíbe la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas” (República del Ecuador, 2008: Art. 312).

Este artículo fue modificado tras la consulta popular de 2011, donde se prohibió a los bancos y sus accionistas no solo tener medios de comunicación sino además participar de actividades de comunicación, así como a los directivos de medios ser parte de grupos financieros.

Tras este cambio constitucional, los grupos que manejaban los medios televisivos se reformaron: televisoras como Teleamazonas o Telerama, que tenían como dueños a propietarios de bancos, vendieron sus acciones y hoy tienen participación extranjera.

Tabla N.º 5
Reformulación legal de grandes grupos de medios

Medio	Concesionario	Representante legal anterior	Grupo financiero	Accionista actual	País
Teleamazonas	Centro de Radio y Televisión Cratel C.A.	Fidel Egas 2008	Banco Pichincha	José Samanez	Perú
Telerama	Televisión Ecuatoriana Telerama S.A.	Ana Eljuri 2010	Banco del Austro	Roberto Dager	Colombia

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.



Mientras, TC Televisión y Gama TV, pertenecientes al Grupo Isaías hasta 2008, fueron incautados a favor del Estado ecuatoriano, y junto a los medios públicos mantienen un discurso y línea editorial que responde a la del gobierno.

El Informe de la Comisión de Auditoría de Frecuencias también identifica que la

concentración de medios se da cuando grupos o personas mantienen la propiedad horizontal en los medios; es decir, tienen dos matrices en distintas provincias o cuando a más de su frecuencia matriz poseen repetidoras a nivel nacional; en estos casos se señala:

Tabla N.º 6
Lista de casos de concentración horizontal en radio y televisión

Concesionario	Denominación comercial	Provincias anteriores
Televisión del Pacífico S.A. Teledos	Televisión del Pacífico (Ecuavisa)	23
Universidad Católica Santiago Guayaquil	Teleduc TV	22
Cadena Ecuatoriana de TV	Cadena Ecuatoriana de TV	21
Centro de radio y televisión Cratel C.A.	Teleamazonas	21
Telecuatro Guayaquil C.A.	Red Telesistema (RTS)	21
Cía. Televisión Radio Ecuador RTV Ecuador	Nacional del Ecuador-R, Pública	21
Sonorama S.A.	Sonorama Stereo	15
Cueva Velásquez José Bolívar	JC Radio	14
Fundación Radio María	Radio María	14

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).
Elaboración propia.

Tabla N.º 7
Lista de empresas/personas con más de dos matrices

Concesionario	Denominación comercial	Localización
Centro de Radio y Televisión Cratel C.A.	Teleamazonas	Pichincha y Guayas
Teleamazonas Guayaquil S.A.	Teleamazonas Guayaquil	Pichincha y Guayas
Cía. Televisión Radio Nacional del Ecuador	RTV Ecuador Ecuador- R. Publica	Pichincha y Guayas
Cueva Velásquez José Bolívar	JC Radio	Pichincha y Guayas
Fundación Juan Pablo II	Católica Nacional	7 provincias (4 matrices en FM y 3 en AM)

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).
Elaboración propia.



El Informe constató que una misma radio con una misma programación podía tener dos concesionarios jurídicos diferentes. También está

el caso de concesionarios que tenían emisoras matrices de diferentes tipos en AM o FM; y de emisoras con dos sistemas nacionales de radio.

Tabla N.º 8
Lista de emisoras con dos sistemas nacionales

Concesionario	Denominación comercial	Tipo de emisora
Gamboa Comunicación Total Cía. Ltda.	Bonita FM y Canela	FM
Gobierno y Administración de Bienes de la Orden Franciscana	Francisco Stereo y Misión San Antonio	FM
Von Lippke Herrmann Edison	Tropicana Stereo y Marina FM	FM

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).
Elaboración propia.

Los casos de concentración identificados por la Auditoría de Frecuencias hacen que el organismo concluya que el acaparamiento de frecuencias fue una práctica permitida por la Ley de Radiodifusión, que no fue capaz de hacer realidad la prohibición de monopolio contemplada en la Constitución de 1998. De esta manera, se entiende que hubo una permisividad legal para la conformación de oligopolios.

En la Constitución de 2008 se volvió a prohibir “el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de frecuencias” (Art. 17, literal 3). Por su parte, la LOC estipuló tres prohibiciones concretas para impedir la concentración de medios; sin embargo, la legislación y los organismos competentes aún no han podido revertir los actuales casos de concentración de frecuencias por parte de grupos nacionales e internacionales.

Grupos trasnacionales

La Ley de Radiodifusión aprobada en 1975 prohibía la explotación de medios en Ecuador por parte de grupos extranjeros en su artículo 4.

Este articulado fue modificado en 1995, donde se permitió que las personas jurídicas, concesionarias de una frecuencia, puedan tener presencia de capitales extranjeros no más allá del 25%. En 2000 se aprobó la Ley para la Promoción de la Inversión y Participación Ciudadana, más conocida como Trole 1, que derogó totalmente esta prohibición. De esta manera, un extranjero podía crear una empresa en Ecuador y ser así, concesionario de un medio. La Ley de Comunicación aprobada en 2013 colocó la prohibición de que medios de carácter nacional pudieran pertenecer en todo o en parte, de forma directa o indirecta, a organizaciones o compañías extranjeras. Pero, posteriormente, a través del Reglamento General de la Ley de Comunicación (2014) se incluyó una excepción: se permitía que personas naturales y jurídicas nacionales de los países que hayan suscrito acuerdos o convenios de cooperación comercial o de complementación económica fueran propietarios de medios. Esto permitió que varios grupos económicos trasnacionales siguieran siendo propietarios de medios.

En 2009, el Informe de Frecuencias da cuenta de varios casos de medios con presencia de capital



extranjero. El más grande es el del grupo de medios del empresario mexicano Ángel González –conocido como “El Fantasma” en Ecuador–, que tiene de forma directa e indirecta varios medios en el país. El informe de Auditoría resaltaba el caso de “las Quintillizas” conformada por las radios Galaxia Súper Stereo, Tropicálida, Joya Súper Stereo, La Metro y Alfa Súper Stereo. Estas radios fueron concesionadas originalmente a personas ecuatorianas, pero luego, a través del mecanismo de devolución-concesión fueron traspasadas a personas jurídicas que tenían entre sus accionistas

a testaferros extranjeros, integrantes a su vez de otros medios en América Latina del grupo de González.

A “las Quintillizas” se suman la televisora Arpeggio (Canal 21), RTS (Canal 11), Telesistema Guayaquil, Radio La Fabu, La Tuya, y, a partir de 2015, El Comercio, Radio Quito, Platinum y Televisión (Canal 5 y 11), que según las autoridades es una televisora que se mantiene en “señal de prueba”.

Tabla N.º 9
Lista de medios del Grupo González “El Fantasma” en Ecuador

Radio	Concesionario inicial (antes de González)	Concesionario actual (empresa nacional vinculada a González)	Accionista extranjero	Número de frecuencias
Galaxia Súper Stereo	María Alvarado	Televisión Independiente Indetel - César Vásquez RL	Socios y accionistas de Indetel : 1. Burtown /Uruguay Carlos Lorefce Lynch 2. Televisiete /Guatemala Eduardo Klestler Morán	4
Tropicálida	María Alvarado	Andivisión - Wilson Suárez RL	Socios y accionistas de Andivisión : 1. Fizler S.A. /Uruguay Carlos Lorefce Lynch 2. Radio y Televisión Guatemala S.A. /Guatemala Alba Lorenzana (esposa de Ángel González)	4
Joya Súper Stereo	Fernando Cortez y Mariana Salas	Radiodifusora Trafalgar del Ecuador S.A. Gerente General: Dolores Romero RL	Socios y accionistas de Trafalgar : 1. Cuminol S.A. /Uruguay Carlos Lorefce Lynch es también accionista de Ecuaserviprodu S.A. 2. Ecuaserviprodu : Su presidente y gerente general es Javier Miguel Coronel Zambrano. Sus socios y accionistas a su vez son Trafalgar y Cuminol S.A.	4
La Metro	Jorge Jijón	Radiodifusora Kashmir del Ecuador S.A. Gerente General: Cindy Espín RL	Kashmir y Ortel comparte socios y accionistas. Socios y accionistas de Radiodifusora Kashmir :	





Radio	Concesionario inicial (antes de González)	Concesionario actual (empresa nacional vinculada a González)	Accionista extranjero	Número de frecuencias
			1. Agnetacorp S.A.: cuyo gerente general es José Fernando Villanueva Carrera, de Guatemala. 2. Lyrishop S.A.: cuyo gerente general es de Argentina Carlos Eduardo Lorefice Lynch A la vez: - Agnetacorp tiene como socio y accionista a Lyrishop Odalfix , sociedad anónima - Lyrishop tiene como socios y accionistas a Agnetacorp y Odalfix sociedad anónima De esta forma, Odalfix S.A. cuyo origen es Uruguay, tiene presencia en las dos empresas socias de Kashmir .	3
Alfa Súper Stereo	Luis Valarezo	Radiodifusora Ajax del Ecuador S.A. - Alejandro Aguilar RL	Socios y accionistas de Ajax del Ecuador: - Risfelar S.A./Uruguay José Yarzabal Burela - Alejandro Aguilar	4
Platinum FM	Juan Carlos Dávila	Ecuadoradio S.A. - Carlos Antonio Mantilla RL - Javier Da Costa Presidente/ Argentina - Carlos Navarro Vicepresidente/ Ecuador	Socios y accionistas de Ecuadoradio: 1. Grupo El Comercio S.A. Carlos Mantilla RL Javier Da Costa. Gerente General/ Argentina 2. Telecomunicaciones Globales de Entretenimiento Televisivo Telglovisión S.A. Carlos Mantilla RL	5
Radio Quito	Juan Carlos Dávila	Ecuadoradio S.A. - Carlos Antonio Mantilla RL	Socios y accionistas de Ecuadoradio: 1. Grupo El Comercio S.A. Carlos Mantilla RL Javier Da Costa. Gerente General/ Argentina 2. Telecomunicaciones Globales de Entretenimiento Televisivo Telglovisión S.A. Carlos Mantilla RL	1
La Fabu	Carlos Delgado	MegaComunications S.A. - Telecuatro Guayaquil RL	Socios y accionistas de MegaComunications S.A.: 1. Adaratop Luis Esteban Gómez RL	1





Radio	Concesionario inicial (antes de González)	Concesionario actual (empresa nacional vinculada a González)	Accionista extranjero	Número de frecuencias
			2. Telecuatro Guayaquil. Esta compañía es gerente general y a la vez accionista de MegaComunicaciones	
La Fabu	Carlos Maldonado	Ridalto Ridaltosa S.A. - Juan Andrés Morales	Socios y accionistas de Ridalto Ridaltosa S.A.: 1. Trueage S.A. Tiene como accionista a Calafone S.A./Uruguay Jesús González (hermano de Ángel González) 2. Banco Central del Ecuador	1
La Tuya	Jaime Nuñez	Distribución y representaciones Yomar S.A. - Jenifer Najera RL	Socios y accionistas de Yomar S.A.: 1. Noxlyn Trade S.A./Uruguay 2. Fernando Contreras/Costa Rica	2
Telesistema	Carlos Muñoz	Organización Ecuatoriana de Televisión Ortel - María Elena Hernández RL	Kashmir y Ortel comparten socios y accionistas. Socios y accionistas de Radiodifusora Kashmir: 1. Agnetacorp S.A.: cuyo gerente general es José Fernando Villanueva Carrera, de Guatemala. 2 Lyristop S.A.: cuyo gerente general es de Argentina, Carlos Eduardo Lorefice Lynch. A la vez: - Agnetacorp tiene como socio y accionista: A Lyristop Odalfix S.A. - Lyristop tiene como socios y accionistas a: Agnetacorp y Odalfix S.A. De esta forma, Odalfix S.A. cuyo origen es Uruguay, tiene presencia en las dos empresas socias de Kashmir.	5
RTS	Carlos Muñoz	Telecuatro Guayaquil - Luis Esteban Gómez RL	Socios y accionistas de Telecuatro Guayaquil: 1. Adaratop S.A. Luis Esteban Gómez RL Sus accionistas son: - Cirvane Trading S.A./Uruguay - Altairtop S.A. 2. Altairtop S.A. - Cirvane Trading S.A./Uruguay - Adaratop S.A.	30





Radio	Concesionario inicial (antes de González)	Concesionario actual (empresa nacional vinculada a González)	Accionista extranjero	Número de frecuencias
Red TV Ecuador Quito	María Alvarado	Andivisión - Wilson Suárez RL	Socios y accionistas de Andivisión : 1. Fizler S.A./Uruguay Carlos Lorefce Lynch 2. Radio y Televisión Guatemala S.A./Guatemala Alba Lorenzana (esposa de Ángel González)	1
Red TV Ecuador Guayaquil	María Alvarado	Televisión Independiente Indetel - César Vásquez RL	Socios y accionistas de Indetel : 1. Burtown/Uruguay Carlos Lorefce Lynch 2. Televisiete/Guatemala Eduardo Klestler Morán	1
Arpeggio TV	Jaime Mantilla	Tesatel - Juan Andrés Morales RL	Socios y accionistas de Tesatel : 1. Trueage S.A. Tiene como accionista a Calafone S.A./Uruguay	1
Arpeggio AM	Jaime Mantilla Radio Hoy Cía. Ltda. Radiohoy	Ridalto Ridaltosa S.A. - Juan Andrés Morales RL	Socios y accionistas de Ridalto Ridaltosa S.A. : 1. Trueage S.A. Tiene como accionista a Calafone sociedad anónima/Uruguay 2. Banco Central del Ecuador	1
Tropical TV	Segundo Lozada	Ecuaserviprodu S.A. - Javier Coronel	Socios y accionistas de Tropical TV : - Cuminol S.A./Uruguay. Carlos Lorefce Lynch También es accionista de Trafalgar.	17
Televisión	Carlos Muñoz	Organización Ecuatoriana de Televisión Ortel - María Elena Hernández RL	Kashmir y Ortel comparten socios y accionistas. Socios y accionistas de Radiodifusora Kashmir : 1. Agnetacorp S.A.: cuyo gerente general es José Fernando Villanueva Carrera, de Guatemala. 2. Lyrishop S.A.: cuyo gerente general es de Argentina Carlos Eduardo Lorefce Lynch. A la vez: - Agnetacorp tiene como socio y accionista a Lyrishop Odalfix, sociedad anónima.	2





Radio	Concesionario inicial (antes de González)	Concesionario actual (empresa nacional vinculada a González)	Accionista extranjero	Número de frecuencias
			- Lyristop tiene como socios y accionistas a: Aagnetacorp y Odalfix sociedad anónima. De esta forma, Odalfix Sociedad Anónima cuyo origen es Uruguay, tiene presencia en las dos empresas socias de Kashmir .	
Total				87

Fuente: Superintendencia de Compañías, (s/f); Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (2015); Wambra Radio *et al.*, 2016.
Elaboración propia.

Estos medios tienen en su mayoría presencia nacional; su matriz está en ciudades como Quito o Guayaquil con repetidoras en varias provincias, llegando a concentrar, como indica la Tabla N.º 9, 87 frecuencias.

En el Concurso de Frecuencias 2016 varias empresas relacionadas con el emporio de Ángel González participaron por nuevas frecuencias, dando un total de 104:

Tabla N.º 10 Frecuencias solicitadas por empresas				
Nombre de la empresa	Concesionario	Accionistas nacionales y extranjeros	Medio por el que compiten	Frecuencias solicitadas
Jaggycorp S.A.	María José Torres RL	Dolores Torres María José Torres A la vez representantes legales y gerentes de Manaseijas S.A.	Onda Cero	4
Locnom S.A.	Vanessa Cantos	Erala S.A. Risgora S.A. Vanessa Cantos es representante legal de ambas compañías y sus accionistas son: Johny Tutiven y Jorge Wagner	Galaxia	6





Nombre de la empresa	Concesionario	Accionistas nacionales y extranjeros	Medio por el que compiten	Frecuencias solicitadas
		A la vez son representantes legales y gerentes de Ozenca S.A. Vannesa Cantos es hermana de Jenny Cantos, representante legal de Zakarie S.A.		
Manaseijas S.A.	María José Torres RL	Dolores Torres María José Torres A la vez son representantes legales y gerentes de Jaggycorp S.A.	Teleamazonas	18
Ozenca S.A.	Vanessa Cantos	Erala S.A. Risgora S.A. Vanessa Cantos es representante legal de ambas compañías y sus accionistas son: Johny Tutiven y Jorge Wagner A la vez son representantes legales y gerentes de Locnom S.A. Vannesa Cantos es hermana de Jenny Cantos, representante legal de Zakarie S.A.	La Tele	2
Tamaggio S.A.	Raúl Echeverría RL Gerente: Daniel Moreira	Raúl Echeverría RL Daniel Moreira A la vez son representantes legales y gerentes de Byrtum S.A.	Arpeggio	2
Vizcarrondo S.A.	Leonel Jurado RL	Oroddrec S.A. Semneg S.A. Leonel Jurado es representante legal de ambas empresas Jenny Cantos es accionista de ambas empresas y hermana de Vanessa Cantos	Sabormix (La Otra)	4





Nombre de la empresa	Concesionario	Accionistas nacionales y extranjeros	Medio por el que compiten	Frecuencias solicitadas
		A la vez son representantes legales y gerentes de Zakarie S.A. Leonel Jurado fue presidente de Espectáculos y Cines S.A., empresa vinculada con González		
Zakarie S.A.	Jenny Cantos Rodríguez Gerente: Leonel Jurado	Oroddrec S.A. Semneg S.A. Leonel Jurado es representante legal de ambas empresas Jenny Cantos es accionista de ambas empresas Hermana de Vanessa Cantos Leonel Jurado fue presidente de Espectáculos y Cines S.A., empresa vinculada con González A la vez son representantes legales y gerentes de Vizcarrondo S.A.	Canal 29 Telesucesos	5
Byrtum S.A.	Raúl Echeverría RL Gerente: Daniel Moreira	Raúl Echeverría Daniel Moreira A la vez representantes legales y gerentes de Tamaggio S.A.	La Fabu Quito	1

Fuente: Wambra Radio *et al.* (2016); , Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.

Esto convertiría a Ángel González, su familia y socios, en uno de los principales grupos de concentración de frecuencias de forma indirecta: su nombre no aparece como concesionario, pero sus empresas están conformadas por otras que a la

vez tienen vínculos con la red de medios que maneja en toda América.

Otros medios con participación internacional, señalados como tal en el Informe de Frecuencias, son:



Tabla N.º 11
Otros medios con participación internacional

Emisora	Concesionaria	Empresa extranjera
Canal Uno	Canal Uno S.A.	Ecuadorian TV Network L.L.C.
Prisma FM Stereo	Sercoper S.A.	Yorkanville Ltd.
Sabormix La Otra FM (ahora)	Ecuaenlace S.A.	Yorkanville Ltd.
Red Telesistema (RTS)	Telecuatro Guayaquil C.A.	Belleville Investment Limited y Televideo Services, Inc.
Sabormix FM	Radiodifusora Sabormix	Arowra Investments Limited S.A.
Sol 95 La Otra FM (ahora)	Rock & Pop FM Yava S.A.	Plexglow Investment Limited

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).
Elaboración propia.

Las franquicias extranjeras de radio también forman parte del panorama ecuatoriano. Estas son propiedad de un grupo mediático del exterior, quien compra la programación a un medio nacional, comparten programas, y algunos de estos replican el estilo comunicacional de esa franquicia, principalmente en lo musical.

Aquí están los casos de:

- Los 40 principales: pertenece al Grupo Prisa de España. En Ecuador, antes, la franquicia la tenía Radio Centro; hoy la maneja Joya Stereo tras un acuerdo entre Grupo Prisa y Albavisión del Grupo González.
- Onda Cero: cadena de radio vinculada al Grupo Planeta de España.
- Exa: está conformada por 69 estaciones en México, con presencia en 8 países.
- Radio Disney: es una cadena de radio estadounidense perteneciente a *The Walt Disney Company*.

La presencia de franquicias en medios de comunicación de Ecuador afecta a los contenidos que reciben las audiencias, según la Comisión Auditora de Frecuencias (2009: 172).

Grupos nacionales

Tras la publicación del Informe definitivo de la Comisión de Auditoría de Frecuencias, la composición de los grupos nacionales concentradores de medios cambió. Muchos de los grupos señalados ya no poseen medios a su favor mientras otros consolidaron la propiedad de frecuencias de radio y televisión a nivel nacional. Sin embargo, la concentración sigue en manos de grupos familiares y religiosos.

Si bien los concentradores de frecuencias ya no tienen relación con grupos financieros, todavía mantienen vínculos con grupos económicos de la industria del entretenimiento o de las telecomunicaciones. Entre los principales grupos nacionales acaparadores de frecuencias están:



- **Grupo Canela:** está representado por Jorge Yunda, quien anteriormente fue presidente de Conartel y actualmente es asambleísta por el partido de Gobierno Alianza País. A este grupo están vinculadas las radios Armónica, Fútbol FM, La Otra, Canela y la televisora Canela TV.

Tabla N.º 12 Grupo Canela-Yunda				
Grupo	Medios vinculados	Concesionario	Representante legal	Número de frecuencias
Canela-Yunda	Armónica	Radio Colón	Sebastián Guerra	1 matriz 10 repetidoras
	Fútbol FM	Radiodifusora Paraíso Radialpa	Carina Almache	1 matriz 1 repetidora
	Fútbol AM	Radio Colón	Sebastián Guerra	1 matriz
	La Otra	Ecuanelace	Adriana Arca	1 matriz 1 repetidora
	La Otra	Rock and Pop FM Yava S.A.	Alba Tamayo	1 matriz 7 repetidoras
	Canela Radio Corp.	Gamboa Comunicación Total Cía. Ltda.	Nicolás Vega	1 matriz 5 repetidoras
	Planeta Canela Radio Corp.	Sonido y Energía Sonoenergía	Daniel Vaca-John Argudo (accionista)	1 matriz
	Canela Radio Corp. 94.5 Chimborazo	Canela Central Sierra Sienpalti S.A.	Verónica Molineros	1 matriz
	Canela Radio Corp. Machala	Canela Piel del Ecuador Aspengtas S.A.	Angélica Suntaxi	1 matriz
	Canela	Lesotho S.A.	Beatriz Machado	1 matriz
	Canela	Radio Ibarra Factualti S.A.	Alex Moreno	1 matriz
	Canela Manabí 89.3 FM	Radio Eventos	Isabel Morales	1 matriz
	Canela Stereo	JH Radio FM Pintractu S.A.	Roberto Merchán	1 matriz
	Bonita FM	Gamboa Comunicación Total Cía. Ltda.	Nicolás Vega	1 matriz 3 repetidoras
	Centro	Gamboa Comunicación Total Cía. Ltda.	Nicolás Vega	1 matriz
	Canela TV	Televisión Costera Costeve	Dany Toala	1 matriz 1 repetidora
		Komunikest Comunicación Estratégica S.A.	Jerónimo Meneses	

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.



- **Grupo Cueva:** está conformado por las frecuencias de JC Radio, 1 matriz y 14 repetidoras. José Cueva fue concesionario hasta 2015, cuando mediante un contrato traspasó estas frecuencias a la empresa JC Bruja Backlike. Cueva también posee una matriz como persona natural en Guayaquil, y su hijo, Ricardo Cueva, tiene otra en Pichincha, situación prohibida de acuerdo a la actual Ley de Comunicación. Según el Informe de Auditoría de Frecuencias, este medio incurre

en concentración horizontal al tener una misma emisora que transmite a más de una decena de provincias, y por tener dos matrices en dos provincias.

José Cueva, el 23 de junio de 2016, a pocos días de cerrar el plazo para la presentación de carpetas en el Concurso de Frecuencias, fue autorizado a transferir sus acciones en JC Bruja Backlike a favor de Miguel Ángel Franco; Cueva pasó a ser el administrador.

Tabla N.º 13
Grupo Cueva

Medios	Concesionario	Representante legal	Número de frecuencias
JC Radio La Bruja	JC Bruja Backlike	José Bolívar Cueva	1 matriz Quito 14 repetidoras
La Bruja Guayaquil	José Bolívar Cueva	José Bolívar Cueva	1 matriz Guayaquil
La Gitana FM	Radio Gitana GYPSY Radio S.A. ⁶	José Ricardo Cueva	1 matriz Quito

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).
Elaboración propia.

- **Grupo Rivas:** está conformado por Radio Sonorama y Canal Uno. Marcel Rivas consta como representante legal de ambos y de empresas concesionarias de Radio Sonorama y Canal Uno Quito. Además, figura como presidente del Directorio de Relad S.A., concesionario de Canal Uno Guayaquil.

Sonorama es uno de los grupos radiales con más frecuencias en Ecuador: un total de 17 que abarcan casi todo el territorio. En el informe de Auditoría de Frecuencias, Sonorama S.A. está señalado como un caso de concentración horizontal justamente por el gran número de frecuencias que posee.

⁶ Komunikest Comunicación Estratégica S.A. es una empresa que participa en el concurso para la obtención de frecuencias en las provincias Morona Santiago, Napo, Sucumbíos.



Tabla N.º 14
Grupo Rivas

Medios	Concesionario	Representante legal	Número de frecuencias
Sonorama FM	Sonorama S.A.	Mercedes Gómez, gerente general y representante legal Marcel Rivas, presidente y representante legal	1 matriz 16 repetidoras
Relad S.A.	Canal Uno	Mercedes Gómez, gerente general y representante legal Marcel Rivas, presidente del directorio	1 matriz 15 repetidoras
Canal Uno S.A.	Canal Uno	Verónica Bolaños, gerente general y representante legal Marcel Rivas, representante legal y presidente ejecutivo	

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.

- **Grupo América:** es una cadena radial compuesta por cuatro estaciones:

América 104.5 FM Stereo en Quito–Pichincha

América 89.1 FM Stereo en Imbabura–Ibarra

América 89.7 FM Stereo en Tulcán–Carchi

América 93.3 FM Stereo en Guayaquil–Guayas

A pesar de que las cuatro radios pertenecen al mismo grupo radial, desde 2015, todas tienen un concesionario y un representante legal diferente. Anteriormente, estas frecuencias

fueron adjudicadas a Wilson Enríquez como persona natural, quien posteriormente hizo un contrato modificatorio de concesión de las frecuencias para pasarlas a las empresas hoy concesionarias. Enríquez fue representante legal de estas empresas y luego traspasó sus acciones a otras personas, quienes hoy figuran como representantes legales.

Wilson Enríquez ya no consta como accionista de ninguna de estas empresas; por tanto, hubo un traspaso de la concesión de la frecuencia, situación prohibida en la Ley de Comunicación, en su artículo 117.



Tabla N.º 15 Grupo América			
Medios	Concesionario	Representante legal	Número de frecuencias
Radio América-Guayaquil	Radio América Stereo S.A. Radametsa	Marlene Herrera SRL es también representante legal de Radio Rumba Wilson Enríquez fue representante legal hasta 2007	1 matriz Guayaquil
América	Radiodifusión América Quito Radfamerqui S.A.	Wilson Enríquez	1 matriz Quito
América	Ke buena FM Radio Kebuerad S.A.	Juan Luis Ruales Wilson Enríquez fue representante legal hasta 2015	1 matriz Ibarra
América	Infinity FM Radio Radinfinity S.A.	Vanessa Salazar Wilson Enríquez fue representante legal hasta 2016	1 matriz Tulcán

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.

- **Grupo RTU:** el Sistema Satelital de Radio y Televisión (RTU) es una cadena de televisión ecuatoriana formada por las empresas Muvesa C.A., Teleatahualpa y Compañía Radio Hit S.A.

Las frecuencias de televisión de estas empresas tienen un concesionario y representante legal diferente.

Tabla N.º 16 Grupo RTU			
Medios	Concesionario	Representante legal	Número de frecuencias
Unimax	Muvesa C.A.	Roberto Manciatte Alarcón	1 matriz 1 matriz televisión digital
Telequil Radio Stereo	Muvesa C.A.	Roberto Manciatte Alarcón	1 matriz
Costanera TV	Muvesa C.A.	Roberto Manciatte Alarcón	1 matriz 1 matriz televisión digital 1 repetidora
Teleatahualpa	Radio Hit S.A.	César Augusto Alarcón	1 matriz 2 matrices televisión digital 19 repetidoras
46 UHF ABC (RTU)		José Oswaldo Peñaherrera	1 matriz-Quito 1 matriz televisión digital 1 repetidora-sur de Quito

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.



- **Grupo Andrade:** tiene concesionado a su favor varias frecuencias de radio y televisión. Según el Informe definitivo de la Comisión de Auditoría de Frecuencias, estas concesiones se dieron cuando Lenín Andrade Quiñónez

fue parte del Conartel, entidad anteriormente encargada de concesionar frecuencias. Los medios de Andrade Quiñónez están en manos de empresas privadas cuyos representantes son sus familiares directos.

Tabla N.º 17
Grupo Andrade

Medios	Concesionario	Representante legal	Número de frecuencias
Radio Más Candela	Radiodifusora Más Candela S.A.	Lenín Heráclito Andrade Quiñónez	1 matriz 7 repetidoras
Capital TV	Capital Televisión S.A.	Juan Carlos Andrade	3
Capital FM	Radio Capital FM S.A.	Silvia Álava Luis Argemiro Andrade representante legal hasta 2016, actual accionista	1

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.

- **Grupo Caravana-Canessa:** Caravana es otra de las cadenas radiales en Ecuador. La empresa concesionaria Radio Caravana S.A. se constituyó en 1984, y Mario Canessa fue su representante legal hasta 2003, año en el que además fue nombrado ministro de Gobierno por Lucio Gutiérrez.

Canessa fue hasta 2010 presidente ejecutivo y representante legal del Banco de Machala, cargo al que renunció por la prohibición de la Constitución (Art. 312) de que los accionistas de un banco tuvieran a su vez acciones en un medio de comunicación.

En el Informe definitivo de la Comisión de Auditoría de Frecuencias, Radio Caravana S.A. es uno de los casos expuestos como concentración horizontal. El grupo Caravana está compuesto por Radio Caravana, Diblu, y Caravana Televisión, todas del mismo concesionario.

Radio Caravana posee dos matrices AM y 9 repetidoras FM, a las que se suma una matriz AM en Cuenca. En AM y FM comparten la misma programación.



Tabla N.º 18
Grupo Caravana-Canessa

Medios	Concesionario	Representante legal	Número de frecuencias
Austral del Ecuador	Radio Caravana S.A.	Luis Silva Juan Canessa, representante legal 2016	1 matriz
Caravana AM	Radio Caravana S.A.	Luis Silva Juan Canessa, representante legal 2016	9 repetidoras FM
Caravana AM	Radio Caravana S.A.	Luis Silva Juan Canessa, representante legal 2016	2 matrices AM
Diblu	Radio Caravana S.A.	Luis Silva Juan Canessa, representante legal 2016	1 matriz 1 repetidora
Caravana Televisión	Radio Caravana S.A.	Luis Silva Juan Canessa, representante legal 2016	1 matriz

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.

Grupos religiosos (Iglesias)

La Iglesia católica, evangélica, cristiana, adventista es uno de los grupos concentradores de frecuencias de radio y televisión. En el Informe definitivo de la Comisión de Auditoría de Frecuencias se señala

como los grupos con mayor número de frecuencias a: Radio María, Radio Católica, con 14 frecuencias y HCJB, con 7. El resto de radios católicas y evangélicas agrupan entre 1 y 4 frecuencias (Comisión de Auditoría de Frecuencias, 2009).

Tabla N.º 19
Grupos religiosos concentradores según Informe de Auditoría

Medios	Concesionario	Número de frecuencias
Radio María	Fundación Radio María	13 frecuencias FM 1 frecuencia AM
Católica Nacional	Fundación Juan Pablo II	13 frecuencias FM 3 frecuencias AM
Asomavisión	Asociación de los Ministerios Andinos Asoma	3 frecuencias TV
HCJB	The World Radio Missionary Fellowship	6 frecuencias FM 2 frecuencias AM
Enlace Cadena Ecuatoriana de TV	Iglesia del Señor Cristiana Evangélica	3 frecuencias TV

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017).
Elaboración propia.



En el Informe de Frecuencias se aprecia que la Iglesia católica suma en total 91 frecuencia; la evangélica, 30; y la Bahai, 1, para un gran total de 122 frecuencia en manos de grupos religiosos.

Después de 2009, la presencia de medios religiosos aumentó, principalmente los de la Iglesia cristiana y evangélica: 148 frecuencias.

Tabla N.º 20		
Grupos religiosos con frecuencias después de 2009		
Medios	Concesionario	Número de frecuencias
BBN 96.5 FM	Radio BBN Cía. Ltda.	1 matriz
BBN 99.5 FM	Radio BBN Cía. Ltda.	1 matriz
BBN 106.1 FM	Radio Integridad	1 matriz
UCSG Televisión	Universidad Católica Santiago de Guayaquil	1 matriz 18 repetidoras 1 matriz televisión digital
Familia FM	Fundación Hogar del Ecuador	1 matriz
Misión Cristiana Internacional	Radio Sideral Cía. Ltda.	1 matriz AM
Dinámica	Inocente Yance-Fundación Dinámica	1 matriz AM
Total		26 frecuencias

Fuente: Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). Superintendencia de Compañías (2017)
Elaboración propia.

Cabe resaltar que los concesionarios religiosos con concentración de frecuencias, como Radio Católica, HCJB, o Radio María, lograron constituirse desde un inicio como “radios de servicio público”, lo que no sucedió con propuestas comunitarias que quisieron legalizarse así.

La nueva Ley de Comunicación, en la transitoria décimo séptima, permitió a medios de grupos religiosos y de organizaciones convertirse en medios comunitarios y, además, que las matrices en manos de un grupo religioso pudieran transferirse a entidades pertenecientes a la misma familia religiosa. De esta manera, varios de estos medios pasaron de privados a comunitarios, lo que

en la práctica les autoriza ser beneficiarios de las medidas de acción afirmativa contempladas en la ley, a pesar de que algunos de estos fueron señalados como grupos privilegiados en la otorgación de frecuencias. Esta transitoria también permite que un gran porcentaje del espectro radioeléctrico asignado para el sector comunitario pase a ser integrado por los medios de las Iglesias, restando espacio a propuestas comunicativas de otros sectores de la sociedad civil.

Esto puede admitir nuevamente la concentración de frecuencias por parte de un mismo grupo religioso, atentando a la pluralidad y a la democratización de la comunicación.



Medios públicos, incautados y oficiales

En la Ley Orgánica de Comunicación (Art. 70) se reconocen tres tipos de medios: privados, comunitarios y públicos. Los medios públicos se dividen a la vez en dos tipos: públicos, y públicos de carácter oficial. Los medios públicos han sido los que mayor crecimiento han tenido los últimos años en Ecuador, evidenciando una política comunicacional por parte del Estado a fortalecer este actor de la comunicación. Es así que según el reporte de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, hasta 2015 existen 196 emisoras FM de carácter público, 21 emisoras de radio AM, 218 de televisión abierta análoga y 5 de televisión digital terrestre. De esta forma, los medios públicos alcanzan el 25,71% de frecuencias (Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, 2015). Este porcentaje está conformado por medios del gobierno central (ejecutivo, Secretaría Nacional de Comunicación, ministerios) y por medios de Gobiernos Autónomos Descentralizados y otros (Universidades, Casa de la Cultura Ecuatoriana).

En 2009, el presidente Rafael Correa emitió el Decreto Ejecutivo N.º 193 en el que se crea la Empresa Pública de Televisión y Radio de Ecuador (EP RTV Ecuador), como empresa pública de comunicación con autonomía financiera, de gestión, administrativa como responsable de instalar, operar, y mantener los servicios públicos

de radiodifusión y televisión. El directorio de esta empresa está conformado por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, el titular del organismo nacional de planificación o su delegado permanente y Fernando Alvarado Espinel, como delegado del presidente de la República. Esta empresa se crea con un patrimonio de USD 3 307 892,96 (Correa, 2009).

De la misma forma, mediante Decreto Ejecutivo N.º 545, en 2015 se crea la Empresa Pública El Telégrafo EP, donde se disuelve la Sociedad Anónima Editores Nacionales Gráficos Editogran S.A. De esta forma, la Empresa Pública está conformada por el Secretario Nacional de Comunicación, el organismo nacional de planificación, y el señor Carlos Baca Mancheno⁷ como delegado del presidente Constitucional de la República del Ecuador.

En agosto de 2016 se emite un Decreto Ejecutivo que fusiona “por absorción” la Empresa Pública, y Televisión y Radio de Ecuador (EP RTV Ecuador) a la Empresa Pública El Telégrafo EP y pasa a denominarse Empresa Pública de Medios Públicos de Comunicación del Ecuador–Medios Públicos EP.

Los medios públicos concesionados al gobierno central son:

7 Carlos Baca Mancheno fue elegido como nuevo Fiscal General del Estado en 2017.



Tabla N.º 21
Medios públicos del gobierno central

Empresa Pública/Concesionario	Medios
Empresa Pública de Medios Públicos de Comunicación del Ecuador-Medios Públicos EP (Fusión entre: Empresa Pública Televisión y Radio del Ecuador EP, RTV Ecuador-Empresa Pública El Telégrafo EP) Representante legal: Xavier Lasso	- Radio Pública del Ecuador (1 matriz en Quito, con 65 repetidoras) - Ecuador TV (103 frecuencias TV) Digital - Agencia Andes (digital) Impresos - El Telégrafo - Pepe el Verdadero - Accionista mayoritario de El Tiempo de Cuenca
Secretaría Nacional de Comunicación Representante legal: Patricio Barriga	El Ciudadano TV (Televisión Abierta) 1 matriz Pichincha 46 repetidoras
Secretaría Nacional de Comunicación Representante legal: Patricio Barriga	Televisión Ciudadana, canal 48 1 matriz en Pichincha 1 repetidora en Guayas
Secretaría Nacional de Comunicación Representante legal: Patricio Barriga	Radio Ciudadana, 600 AM 1 matriz en Guayas 1 matriz en Pichincha 1 matriz en Loja
Medios incautados	Tres canales de TV: Gamavisión, TC Televisión y Cablenoticias Acciones de un sistema de cable: TVCable Dos revistas: La Onda (juvenil) y El Agro. Dos radioemisoras: Carrusel y Súper K ⁸
Ministerio del Interior	Radio Vigía 1 matriz 10 repetidoras
Ministerio de Educación	Educa TV 1 matriz 1 repetidora
Ministerio de Defensa Nacional	Notimil Radio 4 matrices 3 repetidoras

Fuente: Arcotel (2015).

Elaboración propia.

8 Ciespal (2009).



Si analizamos el número de frecuencia de radio entre medios públicos y privados tenemos que: Radio Pública de Ecuador tiene una matriz en Pichincha y 65 repetidoras, seguido de Radio de la Asamblea Nacional con una matriz en Pichincha, y 23 repetidoras. Mientras que el Ministerio del Interior, Comandancia General de la Policía Nacional, representado por José Serrano, es concesionario de 11 frecuencias de radio. La Secretaría Nacional de Comunicación, con Fernando Alvarado Espinel como representante legal, suma 52 frecuencias de radio y televisión.

Mientras que entre los concesionarios privados con más frecuencia están: Radio Sonorama con una matriz y 16 repetidoras, El Grupo JC Radio La Bruja, con 2 matrices y 14 repetidoras, para un total de 16 frecuencias. Por su parte, Fundación Ecuatoriana Juan Pablo Segundo, concesionaria de Radio Católica Nacional, frecuencia antes considerada de servicio público y hoy, comunitaria, concentra con 5 matrices y 9 repetidoras, un total de 14 frecuencias (Jurado, 2016).

Si bien los medios públicos, en general, no superan en porcentaje a los medios privados, y no llegan al 33% de frecuencias previsto en la ley, tenemos que entre medios públicos, medios públicos oficiales, que tienen como representantes en sus directorios a delegados del Ejecutivo (Secretarías, Ministerios), más los medios incautados, estos alcanzan un importante número de frecuencias concentradas

en pocas instituciones gubernamentales, lo que convierte al Estado, representado por el Ejecutivo, en el concesionario con más frecuencias en el país.

Ley Orgánica de Comunicación: medios comunitarios y desconcentración

La nueva Ley Orgánica de Comunicación se aprobó en 2013, después de cinco años de que la Asamblea Constituyente con plenos poderes ordenara su promulgación. Fue una de las leyes con mayor oposición por parte de los medios de comunicación masivos.

En 2011, el gobierno convocó a una consulta popular donde incluyó dos preguntas referentes a la comunicación: la pregunta 4 interrogó a la ciudadanía si estaba de acuerdo en la aprobación de una Ley de Comunicación que tuviera un Consejo de Regulación de contenidos⁹; la pregunta 3 modificó el Art. 312 de la Constitución sobre la participación de grupos financieros en la propiedad de los medios de comunicación¹⁰. A pesar de que el “sí” en la consulta ganó con mayoría, la Ley de Comunicación no pudo ser aprobada.

Finalmente en 2013, la Asamblea Nacional con mayoría absoluta aprobó la Ley Orgánica de Comunicación, donde se incluyeron varios cambios trascendentales para la democratización de la comunicación y los medios comunitarios, así

9 Pregunta 4 de la consulta popular: “¿Está usted de acuerdo con que la Asamblea Nacional, sin dilaciones dentro del plazo establecido en la Ley Orgánica de la Función Legislativa, expida una Ley de Comunicación que cree un Consejo de Regulación que regule la difusión de contenidos de la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios; y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o medios emisores?” (*El Comercio*, 2011).

10 La pregunta 3 reformó con este texto el Art. 312 de la Constitución: “Las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas privadas de comunicación de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, no podrán ser titulares, directa o indirectamente, de acciones o participaciones, en empresas ajenas a la actividad financiera o comunicacional, según el caso. Los respectivos organismos de control serán los encargados de regular esta disposición de conformidad con el marco constitucional y normativo vigente” (Comisión de Fiscalización y Control Político, 2013).



como mecanismos de sanción que han sido los más criticados por su excesivo uso contra la opinión crítica de oposición al gobierno. Esto provocó que los temas positivos de la Ley –referentes a la desconcentración, redistribución, diversidad de contenidos, interculturalidad y medios comunitarios– queden opacados por las acciones de sanción realizadas por la Superintendencia de Comunicación (Supercom) hacia medios, lo que generó un ambiente de sanción y censura. No obstante, en la Ley de Comunicación (LOC) se realizaron cambios trascendentales que tienen que ver con la democratización de la comunicación y los medios comunitarios:

Sobre medios comunitarios

- Se reconoce a los medios como un actor del sistema de comunicación eliminando todas las limitaciones de cobertura y financiamiento que tenía la Ley anterior (LOC, 2013: Art. 85).
- Se establecen acciones afirmativas para la creación y el fortalecimiento de medios comunitarios obligando al Estado a generar políticas públicas para lograrlo (LOC, 2013: Art. 86).

Sobre la distribución de frecuencias

- Se garantiza la distribución equitativa de frecuencias 33% medios privados, 33% medios públicos, y 34% medios comunitarios (LOC, 2013: Art 106). Este es un logro de las organizaciones de comunicación comunitaria que propusieron esto en su agenda.

Sobre la entidad responsable de otorgar las frecuencias

- Se eliminó a Conartel y se crearon varias instancias de decisión para la administración de las frecuencias: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (Cordicom), y la Autoridad de Telecomunicaciones, que en la posterior

Ley de Telecomunicaciones se define que es la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) (LOC, 2013: Art. 47).

Sobre el mecanismo de otorgación de frecuencias

- Se estableció el mecanismo de concurso público abierto y transparente para el otorgamiento de concesiones para medios privados y comunitarios; mientras que para medios públicos, la adjudicación es directa (LOC, 2013: Art. 108, 109 y 110). Este mecanismo reemplaza al procedimiento a puerta cerrada y discrecional que mantenía Conartel.

Límites a la concentración

- Se establecieron límites para la concentración de frecuencias, prohibiendo que una misma persona natural o jurídica pueda ser concesionario de más de una matriz en radio y una en televisión (LOC, 2013: Art. 113).
- 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, hasta el segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad (LOC, 2013: Art. 114).
- Se prohibió la transferencia de las concesiones de frecuencias, esto para evitar que se negocie con las frecuencias y se traspase la concesión; práctica muy común antes de la Ley (LOC, 2013: Art. 117).
- Se estableció que las frecuencias concesionadas mediante irregularidades regresen al Estado. Así, en la transitoria décima de la LOC se estipula que las frecuencias que no hayan sido otorgadas por la autoridad competente, las que no hayan iniciado operaciones, las que no hayan pagado las tarifas de concesión en seis meses, las que hayan arrendado por más de



dos años, y las que se convirtieron de matrices a repetidoras y viceversa, serán revertidas. Mientras que la transitoria vigésima primera estableció que las frecuencias obtenidas ilegalmente debían volver al Estado previo un debido proceso.

Basado en esta transitoria, recién en 2015, Arcotel inició 265 procesos unilaterales de terminación de contrato con los medios mencionados en el Informe de Auditoría de Frecuencias que obtuvieron la renovación de su concesión por una autoridad no competente; entre ellos: JC Bruja Backlike S.A., Virtudsaradio, Diblu, Joya Stereo, entre otros. La resolución dio un plazo de 30 días al medio para que responda al cargo imputado en su contra. Al cabo de este tiempo y después de analizar las cartas de descargo de cada medio, Arcotel emitió resoluciones en las que en la mayoría de los casos, se abstuvo de continuar con el procedimiento administrativo de terminación anticipada y unilateral de estas concesiones. Solo en 10 casos se procedió a la reversión de la frecuencia.

De esta manera, Arcotel y estos medios legitimaron el uso de mecanismos señalados como discrecionales según el Informe de Auditoría de Frecuencias, permitiendo que se mantenga la propiedad y concentración de frecuencias.

Políticas para medios comunitarios antes del concurso

En la Ley de Comunicación se estableció el principio de acción afirmativa en el que se dice que “las autoridades competentes adoptarán

medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundadamente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos” (LOC, 2013: Art. 11).

Este principio debía guiar varios de los artículos contemplados en la Ley por lo que las acciones afirmativas específicamente para la creación y el fortalecimiento de medios comunitarios se definen en el Art. 86 de la LOC. Estas políticas tienen como objetivo fortalecer a este sector que por años había sido limitado.

La institución responsable de generar las políticas públicas de acción afirmativa para medios comunitarios es el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información (Cordicom), que según el Art. 86 de la Ley Orgánica de Comunicación, debe elaborar un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios, y publicar este informe en su página web. Estas políticas las genera este Consejo y las puede ejecutar cualquier instancia pública que tenga la competencia.

Antes de que Arcotel abra el concurso de frecuencias, Cordicom publicó el informe del período 2013, 2014, 2015¹¹ donde enumera las acciones realizadas en cuatro ejes:

1. Políticas públicas a favor de los medios comunitarios
2. Impulso al proceso de creación y fortalecimiento de medios comunitarios

11 El “Informe de medidas de Política Pública adoptadas por el Estado destinadas a la conformación y consolidación de medios comunitarios período 2013, 2014, 2015” de la Cordicom, según la ley debe estar publicado en la página web de forma obligatoria, pero no está disponible.



3. Formulación de nuevas medidas de acción afirmativa

4. Alianzas y compromisos

Si bien estas son las líneas que Cordicom resalta, aquí citamos dos formas de políticas: las de fortalecimiento y las de creación. Las primeras fueron encaminadas hacia los medios comunitarios –que en su mayoría pertenecen a grupos religiosos– que ya se encuentran operando, y las segundas debían estar dirigidas para nuevos medios comunitarios.

Políticas de fortalecimiento

Sobre las políticas a favor de medios comunitarios, Cordicom resalta la promulgación de tres reglamentos:

1. El paso de medios religiosos a comunitarios con la expedición de la Resolución 012-2014 donde dispone que las solicitudes las tramite Arcotel. Es así que Arcotel emitió la resolución RTV-003-01-CONATEL-2015 con el “Reglamento para la transformación en concesiones comunitarias sin fines de lucro, de las concesiones entregadas a organizaciones religiosas que constan como públicas o privadas” (Registro Oficial N.º 429).
2. Conversión de medios privados a comunitarios con el “Reglamento para que medios de las comunas, comunidades, pueblos

nacionalidades y organizaciones sociales que adoptaron la figura jurídica de derecho privado para obtener frecuencias de radio o televisión puedan convertirse en medios comunitarios” en 2014 (Cordicom, 2014).

3. Aprobación del “Reglamento que establece los parámetros de calificación del proyecto comunicacional para la adjudicación y autorización de concesiones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, y para la autorización de funcionamiento de los sistemas de audio y video por suscripción en los casos previstos en la ley”, CORDICOM-PLE-2015-073. Posteriormente, la Cordicom modificó este Reglamento y el 24 de marzo de 2016, a un mes de abrirse el concurso de frecuencias, emitió el “Reglamento de Proyectos Comunicacionales” que destina por acción afirmativa hasta 15 puntos adicionales en el puntaje general a medios comunitarios, para aplicarse en el concurso de frecuencias.

Si bien en su informe cita a seis propuestas de medios que se convirtieron de privados a comunitarios, en 2016 en una carta remitida a la Fundación El Churo¹², Cordicom resalta que hasta 2016, 11 organizaciones optaron por cambiar su figura de privados a comunitarios usando estos reglamentos:

12 Carta enviada por la Cordicom el 2 de mayo de 2016 en respuesta al pedido de información de la Fundación El Churo sobre políticas de acción afirmativa para medios comunitarios.



Tabla N.º 22 Reglamentos utilizados para que medios cambien su figura de privados a comunitarios	
Reglamento	Organizaciones que tenían figura de privado que se transformaron en comunitarias
Reglamento para que medios de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades y organizaciones sociales que adoptaron la figura jurídica de derecho privado para obtener frecuencias de radio o televisión puedan convertirse en medios comunitarios	- Fundación Escuelas Radiofónicas Populares (ERPE), concesionaria de Radio ERPE, fundada por Monseñor Leonidas Proaño
	- Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí (Upocam), concesionaria de Radio Alfaro
	- Fundación Runacunapac Yachana Huasi
Reglamento para la transformación de concesiones comunitarias sin fines de lucro, de las concesiones entregadas a organizaciones religiosas que constan como públicas o privadas	- Asociación Fe y Alegría del Ecuador “Irfeyal”
	- La Voz de Zamora
	- The World Radio Missionary Fellowship INC (HCJB La Voz de los Andes)
	- La Voz de Upano
	- Fundación Radio María
	- Sucumbíos FM
	- TV Católica los Encuentros
	- Latacunga FM

Fuente: Cordicom (2017).
Elaboración propia.

De esta forma, estos reglamentos y políticas tuvieron como principales beneficiarios a los medios comunitarios que ya se encontraban operando y medios de grupos religiosos, que según a la Ley pueden ser comunitarios.

Cordicom cita además varias capacitaciones para medios:

- Certificación sobre competencias laborales, parte del Plan de Profesionalización para los trabajadores de la comunicación
- Inclusión de perfiles ocupacionales en la Tabla de Salarios Mínimos Sectoriales del Ministerio de Trabajo

- Capacitaciones sobre la Ley de Comunicación en lo referente al ejercicio profesional de periodistas y contenidos de calidad, donde participaron representantes de medios de comunicación social comunitaria

- Capacitación a los 14 medios de las nacionalidades que son parte del proyecto “Creación de Redes de medios Comunitarios, Públicos y Privados Locales” para el ingreso en el registro público

Como se deduce, la mayoría de políticas y acciones se enmarcaron en fortalecer a los medios de comunicación comunitarios que ya se encontraban operando y muy pocas en la creación de nuevos medios comunitarios.



Política para la creación: proyecto “Radios de las nacionalidades”

Como una de las pocas políticas de creación, Cordicom cita en su informe al proyecto “Creación de red de medios comunitarios públicos y privados locales del país”. Este proyecto empezó a ejecutarse antes de la aprobación de la Ley de Comunicación, desde abril de 2012 cuando la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) traspasa las competencias completas a la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana (SOMSPC), que luego desaparece, por lo que el proyecto pasa a ser ejecutado por la Secretaría de Gestión de la Política.

Este proyecto tuvo un presupuesto aproximado de USD 12 640 000 (doce millones seiscientos cuarenta mil dólares) según consta en el proyecto (Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, 2012-2015). El objetivo inicial fue instalar, entre 2012 y 2015, al menos cincuenta y cuatro radios comunitarias, y alcanzar su autofinanciamiento y sostenibilidad. Este objetivo no se consiguió, y hasta 2015 apenas se realizó la entrega de equipos, asesoría técnica y capacitación para la creación de 14 radios de las nacionalidades indígenas, de las cuales la mayoría están en la Amazonía. De estas 14 radios de las nacionalidades, varias tuvieron dificultades para sostenerse, ya que no se logró fomentar su sostenibilidad económica ni organizativa. Varias radios suspendieron su transmisión por falta de equipo humano o por deudas por el no pago de servicios públicos como la energía eléctrica (Acosta, 2016). Por cómo se desarrolló este proceso, no es una de las mejores y más exitosas políticas que se puedan citar, pero es la única política pública en la que el Estado invirtió en equipamiento, capacitación y acompañamiento técnico para la creación de nuevos medios comunitarios, en este caso, de las nacionalidades indígenas. La segunda etapa debía contemplar la inclusión de otras organizaciones sociales, pero el proyecto no continuó y hasta la apertura del

concurso, la Secretaría de Gestión de la Política tenía serias dificultades para sostener el proyecto y más aún para avanzar a una segunda etapa. Después de este proyecto no existieron otras políticas que promovieran la creación de nuevos medios comunitarios antes del concurso.

Es necesario diferenciar entre políticas públicas de fortalecimiento que van encaminadas para medios comunitarios que ya se encuentran operando, y políticas de creación dirigidas a motivar nuevos medios comunitarios, ya que cada grupo beneficiario tiene distintas demandas y necesidades.

Por esta razón, cuando el Concurso de Frecuencias se abrió en 2016 encontró un escenario no tan preparado para los beneficiarios principales: los nuevos medios comunitarios.

IV. Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión en señal abierta 2016

Importancia del concurso

El Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión en señal abierta que se desarrolló en 2016 y que sigue en marcha en Ecuador marca un quiebre con los mecanismos de otorgamiento de frecuencias de los anteriores años y, a pesar de todas sus falencias, representa un avance para la democratización de la comunicación.

Es la primera vez que el Estado realiza un concurso público para las concesiones de frecuencias, donde los medios comunitarios pueden participar sin discriminación, sin limitación de cobertura y sin la exigencia de un permiso especial.

La importancia de este concurso además está marcada por el número de frecuencias en juego:



1 472 de radio y televisión, varias de las cuales están actualmente en manos de concesionarios privados, quienes se encuentran con licencias caducadas. Este es uno de los principales nudos del conflicto, ya que varios medios de comunicación privados están concursando por frecuencias de las cuales han sido concesionarios más de 10 años; a la vez, varios medios comunitarios están participando por estas frecuencias exigiendo que se repartan de forma más equitativa como establece la Ley de Comunicación, para alcanzar el 34% para medios comunitarios. Las políticas de acción afirmativa, por primera vez, colocaron como sujeto de atención especial a los medios comunitarios.

Medios comunitarios en el concurso de frecuencias

Basado en lo que establece la Ley Orgánica de Comunicación, en 2016 se realizó el concurso público abierto y transparente de frecuencias de radio y televisión abierta, para la concesión de frecuencias para medios privados y comunitarios. Los requisitos para los dos actores fueron prácticamente los mismos: plan de sostenibilidad económica, plan de gestión, estudio técnico, proyecto comunicacional. Había pequeñas diferencias en los formularios para medios comunitarios en los primeros dos requisitos, disminuyendo ciertas exigencias de proyección económica por su finalidad no lucrativa. Asimismo, se permitió que tanto medios comunitarios como privados concursaran por la concesión de las mismas frecuencias de alta, baja y mediana potencia sin ninguna discriminación.

Se reservó una parte del espectro exclusivamente para medios comunitarios: 113 frecuencias de radio en 21 provincias y 45 frecuencias de televisión en 14 provincias; 18 frecuencias solamente para nacionalidades indígenas en 8 provincias. Esto dio un total de 176 frecuencias exclusivas para medios comunitarios.

Si bien a simple vista esta parece una política muy favorable, varias de las frecuencias reservadas para medios comunitarios en las ciudades centrales estaban ya ocupadas por medios, en su mayoría, pertenecientes a grupos religiosos. Por ejemplo, se presentaron a concurso como “exclusivamente comunitarias” las siguientes frecuencias:

- Pichincha: 89.3 FM ocupada por la HCJB, y la 94.1 FM ocupada por Radio Católica Nacional
- Azuay: 98.1 FM ocupada por Radio Católica
- Manabí: 88.9 FM ocupada por Radio Católica
- Manabí: 92.5 FM ocupada por HCJB

Esto demostró que si bien a simple vista parecía una política de “reserva para medios comunitarios”, en realidad no era así ya que estas frecuencias tenían de concesionario a organizaciones religiosas que en el concurso también son consideradas comunitarias. Esto, más que un mecanismo de democratización parece ser un aparataje para garantizar que estas frecuencias no sean tocadas: las radios de los grupos religiosos tuvieron este “privilegio” como ningún otro grupo en el concurso.

En otras provincias con alta población, como Guayas, y en la mayoría de ciudades no se reservó ninguna frecuencia exclusiva para medios comunitarios. Por esta razón, gran parte de las organizaciones comunitarias –no religiosas– tuvieron que concursar por una frecuencia ya ocupada por medios privados y competir contra esos concesionarios.

Son varios los inconvenientes que tuvieron las organizaciones comunitarias para participar en el concurso, aquí citamos algunas:

- ***Dificultad para acceder a los requisitos como el estudio técnico y financiero:*** varias organizaciones no pudieron acceder a ingenieros que realicen los estudios, por la lejanía de las comunidades y la necesidad de trabajo de campo, lo cual les impidió de concursar.



Asimismo, el plan económico requería una persona conocedora de contabilidad y finanzas que condicionó a las organizaciones a contratar a personas externas y pagar por estos servicios para poder participar en el concurso.

- **Limitación en la llegada de información sobre el concurso en lenguas indígenas:** provocó que varias radios indígenas, sobre todo en la Amazonía, no puedan concursar ya que la información no llegó a sus comunidades.
- **Muy poca socialización en provincias no centrales:** Si bien Arcotel y Cordicom realizaron talleres de socialización, varias provincias se quedaron fuera, dificultando que las comunidades en provincias no centrales accedieran a la información.
- **Falta de comprensión de qué es un medio comunitario:** esto permitió que los grupos religiosos accedan a las políticas de acción afirmativa, desde una concepción legalista de lo comunitario, brindándoles un privilegio frente a medios comunitarios de organizaciones sociales sin la misma capacidad económica y de poder.

Este tipo de hechos son observados por la Relatoría de la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) como mecanismos indirectos de limitación de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Comunicación. El documento: “Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente” dice:

65. (...) los criterios para asignar las licencias deben tener, como una de sus metas, fomentar la pluralidad y diversidad de voces. Por ello, los requisitos para otorgarlas no pueden constituir una barrera desproporcionada para lograr estas finalidades (...)

66. (...) los procedimientos de asignación de las licencias no deberían contemplar requisitos técnicos o administrativos con exigencias no razonables que requieran, en todos los casos, la contratación de técnicos o especialistas, pues ello, indirectamente, coloca al factor económico como una barrera para el acceso a la frecuencia. Asimismo, la distancia geográfica tampoco debería operar como una barrera para el acceso a las licencias, por ejemplo exigiendo a los medios de comunicación rurales trasladarse a la capital del país para formalizar una solicitud (Organización de los Estados Americanos, 2010).

Estas limitaciones indirectas, como se verá más adelante, provocaron que varias organizaciones comunitarias que tenían interés de participar por un medio comunitario, queden fuera. Esta situación pudo haber sido evitada si previo al concurso se establecía un proceso de diálogo con las organizaciones comunitarias que permitiera incluir dentro de las políticas públicas acciones que fomenten el conocimiento y acceso a los requisitos que no son de fácil llegada para las organizaciones.

Políticas de acción afirmativa para medios comunitarios durante el concurso

Las políticas de acción afirmativa durante el concurso se evidenciaron en algo muy concreto: puntaje extra en la calificación para medios comunitarios.

En la primera etapa del concurso, que se desarrolló en Arcotel, los medios comunitarios recibieron 30% de puntaje extra por ser una propuesta comunitaria frente a una privada, mientras que los privados que eran ya concesionarios recibieron 20% por experiencia acumulada. Eso quiere decir que si un medio comunitario competía contra



una frecuencia privada, tenía 30% de ventaja por sobre la propuesta privada; pero si esa propuesta privada ya era concesionaria, el medio comunitario solamente tenía una ventaja de 10%. Este puntaje fue colocado en las bases del concurso y aplicó para toda propuesta de medio comunitario, sea de organización social o religiosa.

En la segunda etapa del concurso, que está a cargo de Cordicom, para la calificación del proyecto comunicacional se establecen 15 puntos extra para los medios comunitarios. En esta etapa no se estableció puntaje extra para la experiencia acumulada de medios privados. Esto generó que varios medios privados presenten quejas argumentando un incumplimiento de la ley. Frente a esto, Cordicom ha respondido que la experiencia acumulada ya fue valorada en la primera etapa con lo que ya cumplieron con la ley.

Estas políticas de acción afirmativa permiten que si un medio comunitario concursa por una frecuencia que actualmente está concesionada por un medio privado tenga mayor posibilidad de obtener esa frecuencia. Esto es lo que preocupa a los concesionarios privados, que miran a este concurso como una amenaza a la libertad de expresión mientras que para las organizaciones comunitarias esta es una oportunidad para exigir sus propios medios comunitarios, necesarios para el ejercicio del derecho a la comunicación.

Una crítica necesaria

La acción afirmativa, desde su concepción, busca equiparar oportunidades para grupos discriminados para superar paulatinamente una situación de desigualdad histórica o estructural. Los grupos que pueden ser beneficiarios de acciones afirmativas son quienes históricamente

sufrieron de tratos que no les permitieron el acceso a las mismas oportunidades respecto a la población hegemónica.

Las acciones afirmativas no pueden violar el principio de no discriminación, lo que implica que para determinar qué grupo puede o no ser beneficiario hay que “invertir” las preguntas sobre la situación de desigualdad o discriminación así: 1) No se podría dar una ventaja a un grupo que se encuentra en igualdad de condiciones que los demás; 2) La medida debería ser razonable. No se podría, basado en una acción afirmativa, anular las posibilidades de otros grupos; y 3) Debería propender a la igualdad, es decir, no es un privilegio.

Para David Cordero, abogado especialista en Derechos Humanos, catedrático de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), “la Iglesia católica, evangélica, cristiana, adventista o cualquier grupo religioso no cumple con estos parámetros necesarios para ser acreedor de políticas de acción afirmativa por las siguientes razones: 1) objetivamente no se podría afirmar que tienen una posición de inferioridad ante otros grupos (como sí lo tienen las organizaciones indígenas) sino todo lo contrario. 2) Proporcionalidad: hay que analizar cuánto pesa al final en la decisión esta acción afirmativa. 3) No busca la igualdad, sino parece que busca crear privilegios a grupos que tienen una actividad específica que por la coyuntura es vista como positiva en lugar de permitir a otros grupos la difusión de sus ideas en un Estado laico”¹³.

Sobre esto es necesario mirar un ejemplo. En el concurso de frecuencias 2016, la Federación Interprovincial de Indígenas de Saraguro está participando por la frecuencia 107.7 FM para una radio comunitaria en Saraguro. Por esa misma

13 Entrevista con David Cordero Heredia, abogado de Derechos Humanos, marzo 2017.



frecuencia se encuentra compitiendo la Diócesis de Loja para una radio comunitaria religiosa. Las dos propuestas son consideradas “legalmente” como comunitarias, pero ¿cuál de las dos propuestas requiere una política de acción afirmativa por haber sufrido discriminación o desigualdad histórica? La respuesta no la tenemos completa, lo que sí tenemos son preguntas para desarrollar un análisis:

1. ¿La Diócesis de Loja ha sufrido alguna discriminación histórica y estructural que le ha impedido llegar con sus mensajes a los medios de comunicación?
2. ¿La Diócesis de Loja se encuentra en una situación de inferioridad frente a otras propuestas de comunicación en Loja?
3. ¿La acción afirmativa otorgada a la Diócesis de Loja es para propender la igualdad o puede ser vista como un privilegio?
4. ¿Es razonable que la Diócesis de Loja reciba un puntaje extra pudiendo ganar la frecuencia y dejando fuera a la Federación Interprovincial de Indígenas de Saraguro que no ha accedido antes a medios de comunicación y quiere difundir sus mensajes como indígena, en su propia lengua?

En este ejemplo queda claro que la “definición legal” de medio comunitario no basta para la aplicación de las medidas de acción afirmativa, ya que los grupos religiosos no son necesariamente parte de los grupos excluidos o discriminados que requieren atención especial del Estado. Un matiz

es imprescindible: a la vez que esto sucede con varios medios pertenecientes a grupos religiosos, varias radios comunitarias pertenecientes a Iglesias, especialmente a la católica, que han realizado una labor social y que se autoidentificaron como “comunitarias” tuvieron trabas y limitaciones en años pasados para operar sus medios con enfoque comunitario. Por esta razón, el análisis que se propone va más allá de un cerrado parámetro legalista; es necesario contemplar un mecanismo para que estas medidas no beneficien a aquellos grupos que durante años fueron parte de los grupos concentradores de frecuencias, al igual que muchos medios privados.

Análisis de la participación de medios comunitarios en el concurso

La participación de medios comunitarios en el concurso de frecuencias no alcanzó a cumplir el porcentaje establecido en la Ley de Comunicación. Sin embargo, esto representa un avance en los mecanismos de democratización del acceso a las frecuencias.

Según el “Listado de puntajes alcanzados por los participantes del Concurso Público de Frecuencias”, publicado por Arcotel (2016), en la primera fase del concurso se presentaron 834 peticionarios, de estos apenas 154 fueron comunitarios. El total de frecuencias solicitadas en el concurso fue 1 486, de las cuales apenas 268 fueron pedidas como comunitarias y 1 218 como privadas.

14 Para visualizar qué grupos religiosos son parte de los grupos de poder y concentradores de frecuencias, ver Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009).



Tabla N.º 23
Total de frecuencias solicitadas en el concurso

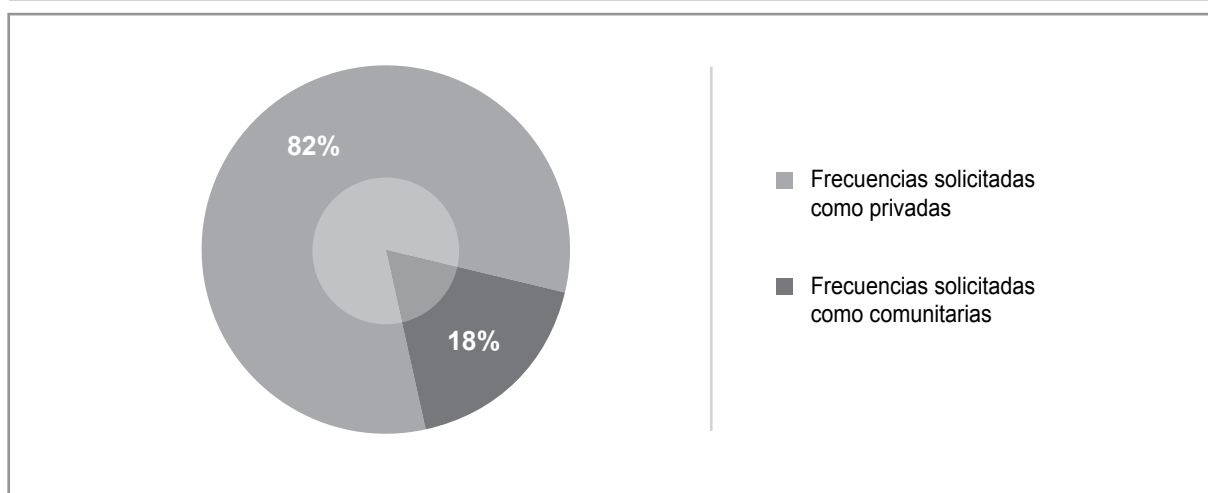
Total de frecuencias solicitadas en el concurso	1 486
Frecuencias solicitadas como comunitarias	268
Frecuencias solicitadas como privadas	1 218

Fuente: Arcotel (2016).

Elaboración propia.

De esta forma, las frecuencias solicitadas como comunitarias representan apenas el 18% del total.

Gráfico N.º 1
Frecuencias solicitadas como comunitarias y privadas en el concurso



Fuente: Arcotel (2016).

Elaboración propia.

De las 268 frecuencias solicitadas como comunitarias, 143 frecuencias fueron pedidas por grupos religiosos (Iglesias católica, evangélica, cristiana, adventista, pentecostés) mientras que

123 fueron solicitadas por organizaciones sociales (indígenas, campesinas, gremiales, sindicales, mujeres, jóvenes, afrodescendientes) y 2 por personas naturales.



Tabla N.º 24
Total de frecuencias comunitarias solicitadas en el concurso

Total de frecuencias comunitarias solicitadas en el concurso	268
Frecuencias comunitarias solicitadas por organizaciones sociales	123
Frecuencias comunitarias solicitadas por personas naturales	2

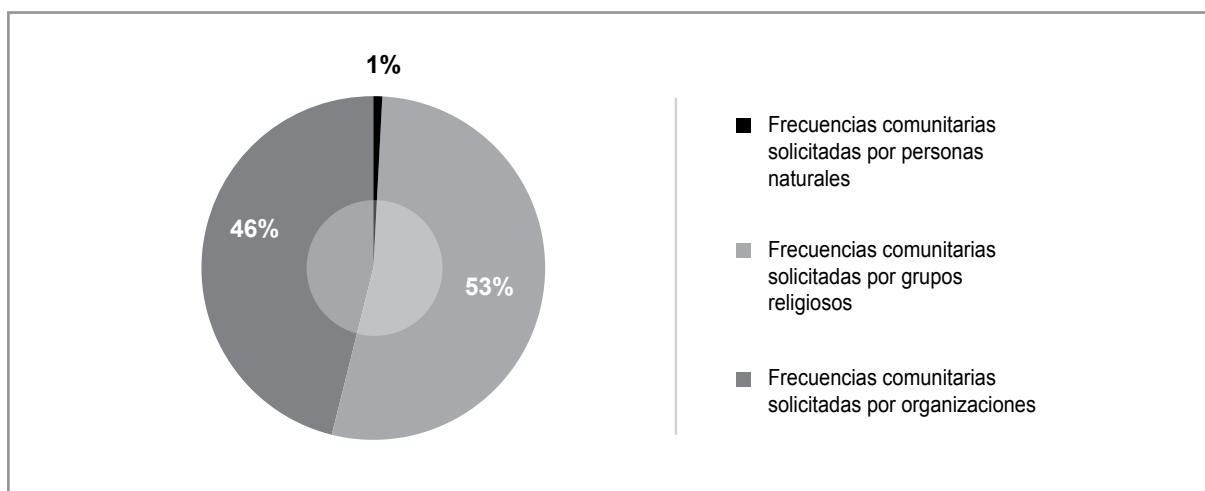
Fuente: Arcotel (2016).

Elaboración propia.

Eso quiere decir que la mayoría de frecuencias solicitadas como comunitarias son de grupos religiosos (53%); mientras que el 46% fue solicitado por organizaciones sociales. Dos frecuencias comunitarias fueron pedidas por

personas naturales. Estas dos peticiones fueron descalificadas ya que una persona natural no puede solicitar una frecuencia comunitaria: la Ley dice que para medios comunitarios, deben solicitar organizaciones sin fines de lucro.

Gráfico N.º 2
Frecuencias solicitadas como comunitarias



Fuente: Arcotel (2016).

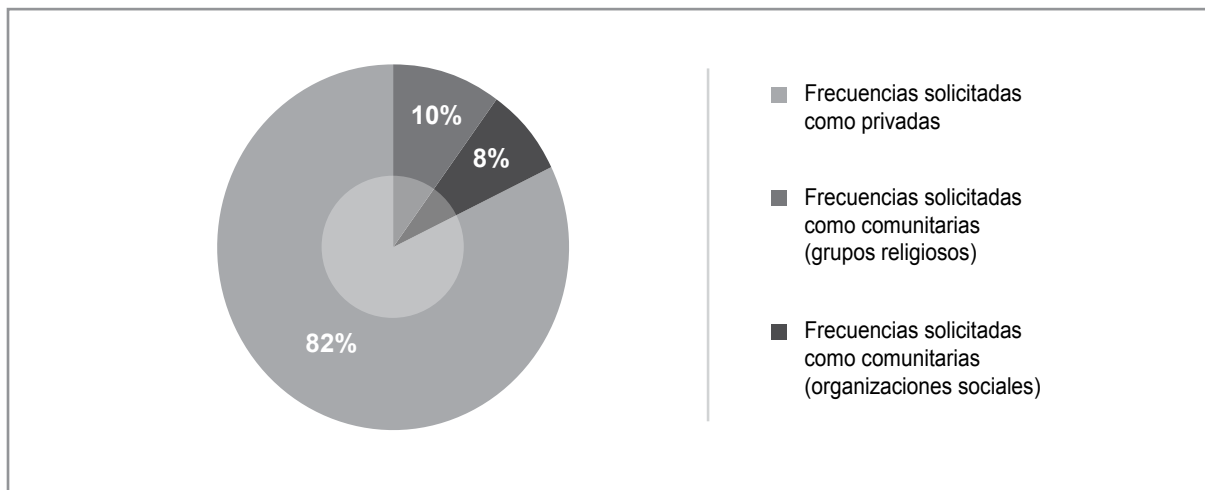
Elaboración propia.

Volviendo al universo total, si comparamos el porcentaje de frecuencias solicitadas como comunitarias con el total de medios privados, vemos que es el 18%. Si además a este porcentaje, ya bajo de por sí, se desglosa cuántas de estas

frecuencias son solicitudes de organizaciones sociales –no religiosas–, estas apenas alcanzan el 8% del total. El Gráfico N.º 3 muestra claramente esa diferencia.



Gráfico N.º 3
Frecuencias privadas, comunitarias de grupos religiosos y comunitarias de organizaciones



Fuente: Arcotel (2016).
Elaboración propia.

Este porcentaje de frecuencias comunitarias solicitadas por organizaciones sociales –no religiosas– se reduce a la mitad cuando se observa cuántas de estas frecuencias comunitarias fueron calificadas. Esto quiere decir que obtuvieron el puntaje necesario para pasar a la segunda etapa del concurso, donde después de una valoración del

proyecto comunicacional, la Cordicom, autoridad responsable, elabora un informe vinculante para la concesión de la frecuencia definitiva.

De las 268 frecuencias solicitadas como comunitarias apenas fueron calificadas 136, descalificadas 125 e inadmitidas 7.

Tabla N.º 25
Frecuencias solicitadas como comunitarias en el concurso

Total frecuencias solicitadas como comunitarias	268
Calificadas	136
Descalificadas	125
Inadmitidas	7

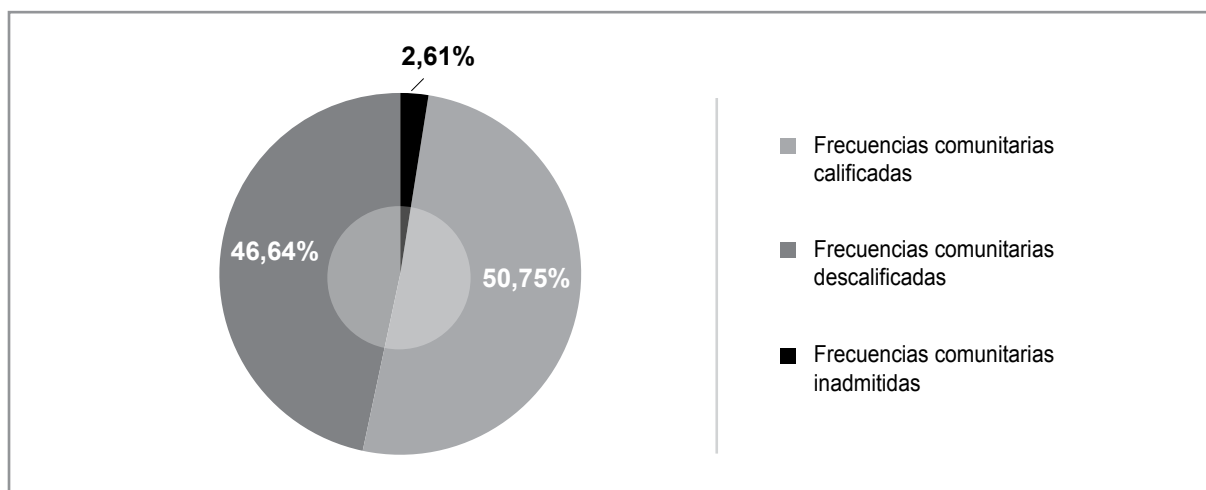
Fuente: Arcotel (2016).
Elaboración propia.

Esto quiere decir que apenas la mitad (50,75%) de las frecuencias solicitadas como comunitarias

fueron calificadas, el 46,64% fue descalificado y el 2,61% inadmitido.



Gráfico N.º 4
Frecuencias de radio y televisión solicitadas como comunitarias calificadas, descalificadas e inadmitidas



Fuente: Arcotel (2016).
Elaboración propia.

Varias frecuencias comunitarias solicitaron recalificación, con la posibilidad de pasar a la segunda etapa del concurso.

Diferenciación de la participación comunitaria

La razón por la que hacemos la distinción dentro del espacio comunitario entre frecuencias comunitarias solicitadas por grupos religiosos y por organizaciones sociales es porque al hacer este ejercicio se evidencia algo clave: las organizaciones comunitarias –no religiosas– fueron las menos favorecidas de este concurso, a pesar de ser ellas quienes llevan la principal actoría de la comunicación comunitaria. Desde este enfoque, creemos necesario observar los datos, diferenciando esta participación, y analizando lo que ellos evidencian.

Grupos religiosos y organizaciones sociales en el concurso

Como ya se dijo anteriormente, de las 268 frecuencias solicitadas como comunitarias, 143 frecuencias fueron pedidas por grupos religiosos (Iglesias católica, evangélica, cristiana, adventista, pentecostal) mientras que 123 lo fueron por organizaciones sociales (indígenas, campesinas, gremiales, sindicales, mujeres, jóvenes) y personas naturales. Estaríamos hablando que dentro del espectro de solicitudes comunitarias (18% del total), el 46% fue de organizaciones comunitarias y el 53% de organizaciones religiosas.

Hasta ahí parece un porcentaje casi equitativo. Pero hay un detalle que marca una diferencia muy esclarecedora:



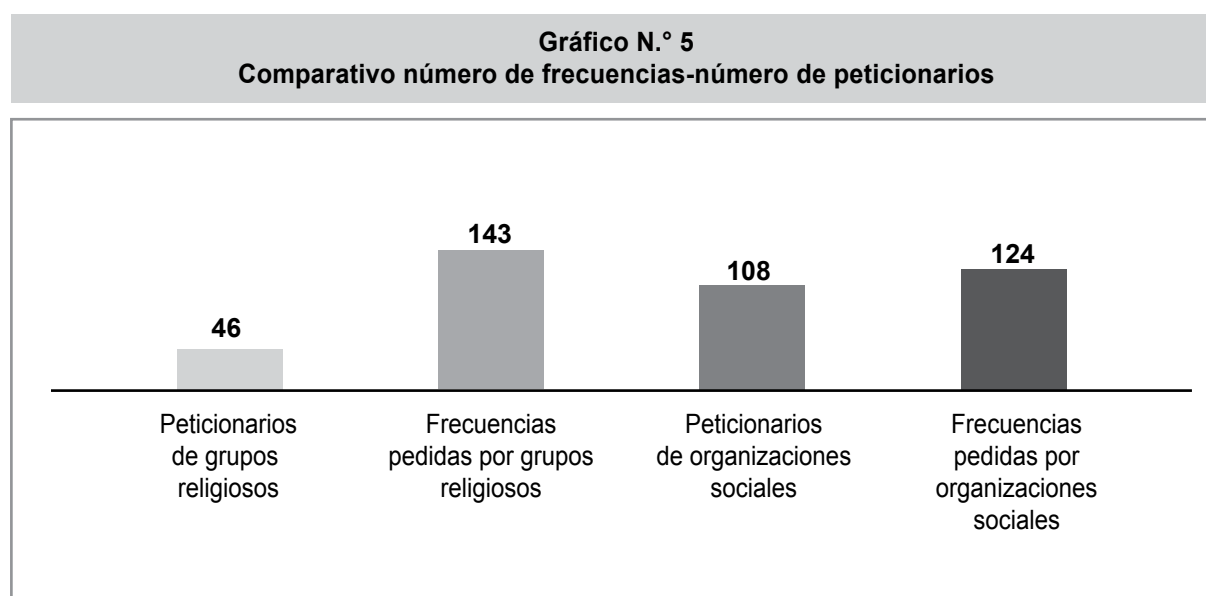
Tabla N.º 26			
Comparativo peticionario de frecuencias comunitarias			
Comparativo peticionario- número de frecuencias			
Organizaciones religiosas		Organizaciones sociales	
Peticionarios	46	Peticionarios	108
Frecuencias que solicitan	143	Frecuencias que solicitan	123

Fuente: Arcotel (2016).

Elaboración propia.

La Tabla N.º 26 evidencia que las organizaciones sociales que solicitan frecuencias son más y tienen diversidad de actores; mientras que en el grupo de organizaciones religiosas, los mismos actores solicitan mayor cantidad de frecuencias. De igual forma, un mismo grupo religioso es capaz de

solicitar hasta 21 frecuencias. Cabe anotar que varios grupos religiosos ya tienen medios y en este concurso buscan ampliar su propiedad en todo el país, pudiendo favorecer una concentración de frecuencias.



Fuente: Arcotel (2016).

Elaboración propia.



Esto sucede por varias razones que dejan vislumbrar las diferentes dinámicas de poder en cada grupo:

Tabla N.º 27 Comparativo de dinámicas de poder en organizaciones religiosas y organizaciones sociales	
Organizaciones religiosas	Organizaciones sociales
Una misma organización, de un mismo grupo religioso solicita varias frecuencias en radio y televisión. Ejemplo 1: La Corporación de la Asociación de los Adventistas del Séptimo Día solicitó 9 frecuencias de televisión y 21 radios en distintas provincias. Ejemplo 2: La Diócesis de Loja (Iglesia católica) se encuentra solicitando 5 frecuencias de radio FM en Loja, una de ellas es en Saraguro (107.7). Muy probablemente la señal que llegue a Saraguro se transmita desde otra ciudad. Ejemplo 3: La Fundación Dinámica internacional, de la Iglesia evangélica, solicitó 7 frecuencias de radio y 6 de televisión, en varias provincias del país.	Son varias organizaciones de distintos propietarios y de distinto origen que máximo solicitan dos frecuencias. Ejemplo 1: La Corporación intercultural Minga Social solicita dos frecuencias: una de radio FM y una de televisión, en una sola provincia: Imbabura. Ejemplo 2: La Comuna de Gera es una comuna campesina indígena kichwa, base de la Coordinadora del Pueblo Kichwa de Saraguro, (Corpukis), está solicitando una frecuencia en Saraguro, para difundir sus mensajes desde su comunidad, hacia su comunidad.

Fuente: Arcotel (2016).
Elaboración propia.

Estos ejemplos nos permiten reflexionar que gran parte de las organizaciones religiosas sostienen una dinámica más cercana a la de los medios privados con fines de lucro; que consiste en ampliar la cobertura y la llegada desde un centro de control de la propiedad, del mensaje y de la economía.

En cambio, las organizaciones comunitarias (campesinas, indígenas, afrodescendientes, gremiales, sindicales, jóvenes, mujeres, etc.) mantienen una dinámica de llegada y trabajo cercano con su organización, comunidad territorial o comunidad de sentido, lo que hace que el control del mensaje y de los ingresos económicos sirvan para esa comunidad a la que se debe su propuesta. Eso no quiere decir que los medios de las organizaciones comunitarias deben ser

solamente locales y que esto impida que puedan tener repetidoras en varias ciudades, sino que la dinámica comunitaria tiende a la diversidad, al pluralismo y no a la concentración, ya sea de los mensajes, la toma de decisiones o la propiedad.

Esto demuestra la gran diferencia entre los grupos religiosos y los medios comunitarios de organizaciones sociales: la concentración y el poder económico. Tener varias frecuencias con un mismo concesionario es lo que la Comisión de Auditoría de Frecuencias denomina “concentración horizontal” y por ello ya fueron observados en el Informe de la Comisión de Auditoría de Frecuencias varios de los grupos religiosos que participaron como “comunitarios” en el actual concurso.



Es así que varios actores de los grupos religiosos son parte de los grupos concentradores de frecuencias, lo cual va en contra del concepto de “comunitario” como grupo que requiere políticas de acción afirmativa por haber sido históricamente desfavorecido.

medios privados y comunitarios participaron por estas frecuencias sin ninguna restricción. De la participación de comunitarios en el concurso se observa que la gran mayoría solicitó frecuencias de radio, y un número mucho menor solicitaron de televisión, como se demuestra en la Tabla N.º 28.

Frecuencias solicitadas en radio y televisión

En este concurso se presentaron propuestas de radio FM, radio AM y televisión abierta;

Tabla N.º 28 Frecuencias solicitadas como comunitarias			
Total			
Frecuencias solicitadas por organizaciones religiosas	143	Frecuencias solicitadas por organizaciones sociales	123
Radio	115	Radio	104
Televisión	28	Televisión	19

Fuente: Arcotel (2016).
Elaboración propia.



V. Conclusiones

- El Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de señal abierta 2016 cambiará el panorama mediático en Ecuador por 15 años ya que las frecuencias se otorgarán por este periodo de tiempo con capacidad de renovación inmediata por 15 años más. Si bien este no es el único concurso que se puede abrir, es el que mayor incidencia ha tenido por el número de frecuencias, los propietarios mediáticos que están concursando y la participación de medios comunitarios por primera vez. Arcotel podrá abrir nuevos concursos, por lo que es necesario ver los aprendizajes que dejó este primer proceso.
 - Es necesario debatir y discutir sobre la comprensión de los medios comunitarios, más allá de las definiciones legalistas, que como se vio en el análisis, puede otorgar un privilegio a los grupos religiosos que han sido un grupo observado incluso como concentrador de frecuencias, lo cual va en contra del principio de acción afirmativa que determina la Ley de Comunicación. Para los siguientes pasos que el Estado debe dar posterior al concurso, es necesario debatir sobre las políticas de acción afirmativa para medios comunitarios, diferenciando las necesidades y características de los medios comunitarios de las de los grupos religiosos y los nuevos medios comunitarios de organizaciones sociales. Las políticas que se elaboren deben servir para aquellos grupos que durante años fueron desfavorecidos y discriminados con el fin de promover la pluralidad y diversidad de la comunicación.
 - La participación de los medios comunitarios en el Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de señal abierta 2016 no fue la esperada y no alcanza al 34% del espectro contemplado en la Ley de Comunicación.
- A pesar de esto, la participación por primera vez de organizaciones sociales diversas, nacionalidades indígenas, afrodescendientes, campesinas, sindicales, gremiales, de mujeres, jóvenes significa un avance en el camino de la democratización de la comunicación y con esto, de una sociedad mucho más democrática
- El análisis evidenció que las políticas de democratización: mayor acceso a medios comunitarios, políticas de acción afirmativa, deben ir acompañadas de una política de desconcentración de las frecuencias, que impida que grupos transnacionales, nacionales y religiosos –como los señalados en el análisis– concentren frecuencias de forma directa o indirecta.
 - El concurso debe ser una herramienta para promover la democratización, esto implica diversificar la propiedad de los medios, pero también los contenidos, permitiendo que diferentes voces –políticas críticas, formas culturales diversas, lenguas diversas, historias, información, música, etc.– puedan tener participación en los medios.
 - A pesar de todas las falencias que este concurso presenta, las organizaciones comunitarias consideramos que es un avance en el proceso de democratización. Las organizaciones de la sociedad civil debemos exigir que se realicen nuevos procesos que incluyan las observaciones, en los que puedan participar nuevas organizaciones comunitarias que en este concurso no pudieron hacerlo.
 - En el cambio de gobierno, varios grupos están posicionando la necesidad de una reforma a la Ley de Comunicación, propuesta que el nuevo presidente electo Lenín Moreno ha dicho que va a analizar. Frente a este posible escenario, este documento brinda elementos



claves que se encuentran presentes en la Ley de Comunicación que han significado un avance para la democratización de la comunicación y que no deben ser un retroceso, artículos referentes a la distribución de frecuencias, porcentaje de frecuencias para medios

comunitarios, contenidos interculturales, producción nacional, limitaciones a la concentración, entre otros, son puntos sobre los cuales no pueden retroceder; así como en la consecución de un mecanismo más transparente para la concesión de frecuencias.



Bibliografía

- Acosta, Ana (2017). “Concurso de Frecuencias: lo que no se dice”. En <https://wambraradio.com/2017/01/25/concurso-de-frecuencias-lo-que-no-se-dice/>
- Acosta, Ana (2017a). “Concurso de Frecuencias en Ecuador: una mirada desde el sector comunitario”. En <http://www.observacom.org/concurso-de-frecuencias-en-ecuador-una-mirada-desde-el-sector-comunitario/>
- Acosta Ana María (2016). “Comunicación, poder e interculturalidad. El caso de las Radios de las Nacionalidades en la Amazonía Sur”. Tesis. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (2016). “Listado de puntajes alcanzados por los participantes del Concurso Público de Frecuencias”. En <http://www.arcotel.gob.ec/listado-de-puntajes-alcanzados-por-los-participantes-del-concurso-publico-de-frecuencias/>
- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (2015). “Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional”. En http://radioytvecuador.com/Listado_RTV.pdf
- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (2015). “Número de Estaciones Concesionadas a Nivel Nacional y por Tipo, Radiodifusión Sonora, de Televisión Abierta Analógica y de Televisión Digital Terrestre”. Base de datos SIRA-TV marzo. En <http://bit.ly/2qh8xmU>
- Ciespal (2009). “Percepción sobre los Medios Públicos del Ecuador”. Quito.
- Comisión de Auditoría de Frecuencias (2009). “Informe definitivo de la Comisión de Auditoría de Frecuencias”. En: <http://www.arcotel.gob.ec/ventanilla-del-usuario/informe-definitivo-de-la-comision-de-auditoria-de-frecuencias/>
- Comisión de Fiscalización y Control político (2013). “Cumplimiento de mandato popular sobre instituciones financieras y empresas de comunicación”. En http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/cumplimiento_de_mandato_popular_sobre_instituciones_financieras_y_empresas_de_comunicacion
- Contraloría General del Estado, Dirección de Auditoría 1, DA1-0034-2007, Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (2007). “Informe General a las denuncias sobre la Concesión de Frecuencias de Radio y Televisión, por parte del CONARTEL, presentadas por el presidente de esa entidad, a través de los medios de comunicación social; se efectuó además, el análisis de el 60% de las contribuciones que el CONARTEL cobró a los contribuyentes desde el 2003, a favor de la superintendencia de telecomunicaciones”. En <http://www.contraloria.gob.ec/Consultas/InformesAprobados/DA1-0034-2007>
- Contraloría General del Estado, Dirección de Auditoría 3, DA3-0002-2010, Ministerio de Coordinación de los Sectores Estratégicos (2009). “Informe general sobre la utilización de los recursos estratégicos por el Ministerio de coordinación de Sectores Estratégicos, a la Comisión para la Auditoría de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión, creada con Decreto ejecutivo 1445 de 20 de noviembre de 2008”. En <http://www.contraloria.gob.ec/Consultas/InformesAprobados/DA3-0002-2010>



- Contraloría General del Estado, Dirección de Auditoría 1, DA1-0044-2012, Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (2012). “Informe General al proceso administrativo de las concesiones tramitadas que abarca, desde la solicitud de concesión de frecuencia de radio y/o televisión, renovación y reversión de la concesión, de ser el caso; resueltas por el Ex Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, Conartel, en el período comprendido entre el 1 de junio de 2005 y el 13 de agosto de 2009; y por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, Conatel, en el período comprendido entre el 14 de agosto y el 31 de diciembre de 2009, así como el análisis de los contratos suscritos por las diferentes entidades públicas con el Centro de Educación Popular, CEDEP; radio La Luna Ravimus Cía. Ltda. y los socios de las sociedades antes mencionadas, por el período comprendido entre el 1 de enero de 2006 al 31 de enero de 2011; y, la denuncia presentada sobre las irregularidades en la concesión de una frecuencia de radiodifusión por parte del Conartel al Alcalde de Catamayo, miembro activo de la Asociación de Municipalidades del Ecuador”.
- Corape (s/f). “Afiliadas”. En <http://www.corape.org.ec/cobertura/>
- Corape (s/fa). “Código deontológico”. En <http://www.corape.org.ec/quienes-somos/>
- Cordicom (2016). “Carta de respuesta a pedido de información de la Fundación El Churo sobre Políticas de Acción Afirmativa para medios comunitarios”. 2 de mayo de 2016.
- Cordicom (2014). “Resolución No. CORDICOM-2014-003”. En http://laredio.asambleanacional.gob.ec/system/files/resolucion_cordicom.pdf
- Correa, Rafael (2009). “Decreto Ejecutivo N.º 193”. En http://www.rtvecuador.ec/images/FTP/7721.DECRETO_EJECUTIVO_DE_CREACION_193.pdf
- *El Comercio* (2011). “El ABC de las preguntas”. En <http://especiales.elcomercio.com/consulta2011/index.php?cat=9>
- Jurado, Romel (2016). “Dueños y cifras de los medios de comunicación de alcance nacional en Ecuador”. Cheks and Balances: Quito.
- Ley de Radiodifusión y Televisión (1975). “Decreto Supremo No. 256-A Registro Oficial No. 785”. 18 de abril de 1975.
- Ley Orgánica de Comunicación (2013). En http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- Organización de los Estados Americanos (2010). “Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente”. En http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/cd/sistema_interamericano_de_derechos_humanos/index_ELIERLI.html
- Plan V (2017). “¿Radio Visión perderá la frecuencia?” En <http://www.planv.com.ec/historias/sociedad/radio-vision-perdera-la-frecuencia>
- Reglamento General de la Ley de Comunicación (2014). En <http://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2015/06/13REGLAMENTOCOMUNICACION1.pdf>
- Relatoría para la Libertad de Expresión, Comisión Internacional de Derechos Humanos (2010). “Estándares de Libertad de Expresión para una Radiodifusión Libre e incluyente”. En <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/Radiodifusion%20y%20libertad%20de%20expresion%20FINAL%20PORTADA.pdf>

- República del Ecuador (2008). “Constitución de la República del Ecuador”. En http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Superintendencia de Compañías (2017). “Búsqueda documentos”. En http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/consulta_cia_param.zul
- Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana (2012-2015). “Proyecto Creación de Redes de Medios Comunitarios, Públicos y Privados Locales”. Quito
- Wambra Radio, Plan V, FOCUS, Fundación Mil Hojas, 4 Pelagatos y Fundamedios (2016). “El Fantasma se alza con el espectro”. En <https://wambraradio.com/2016/02/16/el-fantasma-se-alza-con-el-espectro/>
- Superintendencia de Compañías (s/f). “Portal”. En <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

Acerca de los autores

Ana María Acosta Buenaño @yakuana

Comunicadora Social, por la Universidad Central del Ecuador, máster en Estudios de la Cultura por la Universidad Andina Simón Bolívar. Comunicadora comunitaria, educadora popular y feminista por la vida. Coordinadora de la Fundación El Churo y editora en Wambra Radio, medio digital.

Verónica Calvopiña Panchi @kinoraxx

Integrante de El Churo. Comunicadora comunitaria con énfasis en radio y multimedia. Ha participado en medios comunitarios como la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), Radio Sucumbíos, y en Wambra Radio como realizadora de programas interculturales y de derechos humanos. Es autora del Folleto "Medios Comunitarios Ya. Ruta para la creación de medios comunitarios".

Jorge Cano Cañizares @subcano

Periodista, comunicador social, productor de radio, audiovisual y educador popular. Cofundador de la Fundación El Churo, organización de producción, investigación e incidencia por el Derecho a la Comunicación. Coordinador de Wambra Radio. Autor del Folleto "Medios Comunitarios Ya. Ruta para la creación de medios comunitarios".

Pie de imprenta

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Ecuador
Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS)
Av. República 500 y Martín Carrión, Edif. Pucará
4to piso, Of. 404, Quito-Ecuador

Responsable
Daniel Gudiño Pérez | Coordinador de Proyectos

Telf.: +593 2 2562103

<http://www.fes-ecuador.org>
<http://www.40-fes-ildis.ec>

 Friedrich-Ebert-Stiftung FES-ILDIS
 @FesILDIS

Para solicitar publicaciones:
info@fes.ec

Diagramación: graphus® 290 2760

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS) Ecuador

La Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) es una organización alemana representada en más de 100 países del mundo comprometida con los valores de la democracia y la justicia social. Desde su llegada al Ecuador en el año 1974 como Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS), la institución se ha desempeñado como centro de pensamiento progresista y facilitador de diálogos democráticos. El trabajo está enfocado en cuatro ejes: profundizar la dimensión social de la democracia, fomentar la justicia social, construir una economía justa, así como aportar a la gobernanza regional y la paz.

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.

ISBN: 978-9978-94-173-7