



## **MANUAL PARA EL FORMATO DE PROYECTO COMUNICACIONAL**

- 1. PARA LA ADJUDICACIÓN DE FRECUENCIAS DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PRIVADOS, COMUNITARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN DE SEÑAL ABIERTA;**
- 2. PARA LA AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO DE UN CANAL LOCAL DE LOS PROVEEDORES DE UN SISTEMA DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN; Y,**
- 3. PARA LA AUTORIZACIÓN DE USO TEMPORAL DE FRECUENCIAS QUE SEAN NECESARIAS PARA LA MIGRACIÓN DE TELEVISIÓN ABIERTA ANALÓGICA A LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE.**



**Contenido:**

1.- PRESENTACIÓN DEL MANUAL.....	3
2.- ANTECEDENTES.....	4
3.- PROCEDIMIENTO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO COMUNICACIONAL.....	5
4.- ESTRUCTURA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS COMUNICACIONALES.....	6
5.- INSTRUCTIVO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS COMUNICACIONALES.....	7



## 1.- PRESENTACIÓN DEL MANUAL

### Ciudadanas y ciudadanos:

*Dentro del nuevo orden de la comunicación nacido del mandato popular, en búsqueda de la distribución equitativa y organizada de los medios de comunicación en Ecuador, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom), como autoridad normativa y articuladora del Sistema Nacional de Comunicación, ha emitido el Reglamento para la Calificación de Proyectos Comunicacionales, previa a la adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico de radio y televisión abierta, tanto para medios comunitarios como privados, la autorización de funcionamiento de un canal local de los proveedores de un sistema de audio y video por suscripción; y, la autorización de uso temporal de frecuencias que sean necesarias para la migración de televisión abierta analógica a la televisión digital terrestre.*

*Desde la perspectiva de la garantía de derechos, tal como lo determina la Constitución del Ecuador y de manera específica Ley Orgánica de Comunicación para la calificación de los proyectos comunicacionales, se observa criterios de inclusión social, interculturalidad y participación ciudadana, al tiempo que se fomenta la mejora de la calidad de los contenidos de la programación y se promueve la producción nacional y su socialización. Acorde con este cambio de época, la normativa propone a los medios el nuevo reto de comunicar con visión social, priorizando contenidos culturales, educativos, formativos y libres de violencia.*

*El desarrollo de esta normativa responde a una histórica exigencia social de mejorar los contenidos y las prácticas de los medios de comunicación en beneficio de todas y todos. Por esto el Proyecto Comunicacional es mucho más que un requisito para la concesión de una frecuencia, se constituye en el acuerdo que hace el medio con la comunidad, por ello el documento será público. De esta manera, son las y los ciudadanos quienes ejercen su derecho a actuar de manera informada sobre lo que un prestador de un servicio público, como lo es un medio de comunicación, hace o deja de hacer.*

*Esta visión de vinculación con la sociedad propende también al éxito de las iniciativas de los medios a mediano y largo plazo, pues procura la consistencia y consecuencia del proyecto con la realidad.*

*En esta lógica y para orientar a los solicitantes de frecuencias en la presentación de un proyecto comunicacional acorde al Reglamento y la Ley presentamos este manual.*

*Les invitamos a la construcción conjunta de una sociedad donde la verdad y la justicia en la gestión de la información sea la regla.*

**Patricio Barriga Jaramillo**  
**Presidente**



## 2.- ANTECEDENTES

Este manual establece definiciones para el proyecto comunicacional de los solicitantes de frecuencias de radio y televisión de señal abierta, tanto privados como comunitarios y orienta en el llenado del formato de presentación del proyecto.

La emisión del presente documento se realiza en el marco de cumplimiento con:

- La Ley Orgánica de Comunicación, artículo 110, numeral 1 que hace referencia a la adjudicación por concurso de frecuencias del espectro radioeléctrico, en el que pueden intervenir todas las personas naturales y jurídicas que no tengan inhabilidades o prohibiciones legales. El mismo que faculta al Cordicom la revisión y evaluación del proyecto comunicacional y emitir el respectivo informe vinculante.
- Los artículos del 10 al 16 compendiados en el Título II, Capítulo I de la LOC, que refieren a los principios que rigen el sistema de comunicación instaurado en Ecuador y que garantiza los derechos de todos los actores.
- El artículo 71 de la LOC en el que se define las responsabilidades comunes que tienen todos los medios de comunicación en el desarrollo de su gestión.
- La Ley Orgánica de Comunicación, artículo 49, numeral 8 que da al Cordicom la atribución de elaborar informe vinculante, en los casos previstos en esta Ley, para la adjudicación o autorización de concesiones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión abierta, y para la autorización del funcionamiento de los sistemas de audio y video por suscripción.
- El “Reglamento para la calificación del proyecto comunicacional de los solicitantes de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación social privados y comunitarios de radio y televisión de señal abierta” emitido por el Cordicom mediante Resolución 004-2013, el cual indica los puntajes y criterios de calificación para el proyecto comunicacional.
- La Resolución 005-2014 que reforma la Resolución 004-2013 que amplía el objeto y ámbito para la autorización de funcionamiento de un canal local de los proveedores de un sistema de audio y video por suscripción; y, para la autorización de uso temporal de frecuencias que sean necesarias para la migración de televisión abierta analógica a la televisión digital terrestre.



### **3.- PROCEDIMIENTO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO COMUNICACIONAL**

Los solicitantes privados o comunitarios de una frecuencia de radio y televisión abierta deben cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 110 que hace referencia a la adjudicación por concurso público y abierto que llevará a efecto la autoridad de telecomunicaciones. Entre los requisitos a presentar a la Autoridad de Telecomunicaciones están:

1. El proyecto comunicacional;
2. El plan de gestión y sostenibilidad; y,
3. El estudio técnico.

Realizado el concurso, la Autoridad de Telecomunicaciones remitirá al Cordicom los proyectos comunicacionales de los 5 solicitantes mejor puntuados. Para presentar el proyecto comunicacional el medio deberá dirigirse a la página web del Cordicom y descargar el formato de presentación así como el formato de presentación de la rejilla de programación y el detalle del talento humano, los archivos deben ser presentados a la autoridad de telecomunicaciones de manera física y digital.

El Cordicom revisará el proyecto comunicacional de cada uno de ellos, evaluará su incidencia social en base al Reglamento de Calificación respectivo, emitido mediante Resolución Cordicom 2013-004 y Resolución Cordicom 2014-005, y emitirá el informe vinculante para la adjudicación de la concesión, con el cual la Autoridad de Telecomunicaciones procederá a realizar los trámites pertinentes para la correspondiente concesión.

Este Consejo calificará los proyectos comunicacionales basado en los criterios definidos en el “Reglamento para la calificación del proyecto comunicacional de los solicitantes de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación social privados y comunitarios de radio y televisión de señal abierta”, desarrollados en los puntos 4 y 5 de este manual. Una vez evaluados los proyectos comunicacionales, emitirá informe vinculante que será enviado a la autoridad de telecomunicaciones para proceder con la concesión.



Las propuestas de proyecto comunicacional pueden ser calificadas sobre un ideal de 460 puntos, valor con el cual los adjudicatarios de una frecuencia podrán ser acreditados como generadores de MEDIOS DE ALTA INCIDENCIA SOCIAL.

Todos los proyectos comunicacionales deben ser presentados en formato digital y físico; en el caso de la rejilla de programación y el detalle del talento humano deben ser presentados en formato Excel.

#### **4.- ESTRUCTURA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS COMUNICACIONALES**

##### **1. LA INSTITUCIÓN**

- 1.1. Nombre del medio
- 1.2. Tipo de medio
- 1.3. Datos de contacto del medio

##### **2. OBJETIVOS**

- 2.1. Objetivo General
- 2.2. Objetivos Específicos

##### **3. LUGAR DE LA INSTALACIÓN**

- 3.1. De los estudios de transmisión
- 3.2. De los transmisores

##### **4. COBERTURA Y PÚBLICOS OBJETIVO**

- 4.1. Cobertura territorial
- 4.2. Públicos Objetivo

##### **5. PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN**

- 5.1. Rejilla de programación

##### **6. IMPACTO SOCIAL QUE PROYECTA GENERAR**

###### **6.1. Criterios de inclusión**

- 6.1.1. Mecanismo de acceso de las personas con discapacidad a los contenidos comunicacionales.
- 6.1.2. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, al menos un 50% de mujeres en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación.
- 6.1.3. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, al menos un 10% de personas pertenecientes a pueblos y



nacionalidades indígenas, montubios y afroecuatorianos en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación.

- 6.1.4. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, a personas con discapacidad en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación en un porcentaje superior al establecido en la Ley Orgánica de Discapacidades.

## **6.2. Criterios de impacto social**

- 6.2.1. Contenidos informativos que desarrollen temas de equidad de género, interculturalidad, diversidad, inclusión, participación y promoción de la cultura de paz, donde se impulse los derechos y se genere protagonismo de los grupos de atención prioritaria y los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.
- 6.2.2. Contenidos informativos, formativos, culturales, educativos y de entretenimiento que no sean de producción nacional o producción nacional independiente, que promuevan la eliminación de estereotipos de género, etarios y raciales.
- 6.2.3. Talento humano clasificado por sexo en la producción y difusión de noticias y compromiso de incluir el 50% de mujeres a partir del segundo año.
- 6.2.4. Espacios de capacitación y jornadas de profesionalización para sus editores y editoras, periodistas, y demás trabajadores de la comunicación, sobre el tratamiento informativo en temas de género, interculturalidad, diversidad e inclusión.
- 6.2.5. Espacios de educomunicación a personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos para que puedan mejorar su calidad de vida y promover la igualdad de oportunidades sociales y económicas.

## **5.- INSTRUCTIVO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS COMUNICACIONALES**

### **1. SOBRE LA INSTITUCIÓN**

#### **1.1. Nombre del medio:**

Debe constar tanto el nombre utilizado para fines legales (nombre de la organización, persona natural o jurídica) como el nombre comercial, claramente diferenciados.

#### **1.2. Tipo de medio:**

Declarar el tipo de medio conforme a su solicitud como medio privado o comunitario, tomando en cuenta los artículos 70, 84 y 85 de la Ley Orgánica de Comunicación. Defina su clasificación entre: Televisión, Radio, y Audio y video por suscripción con canal local.



### **1.3. Datos de contacto del medio**

Indique los nombres y apellidos del representante legal del medio y del administrador principal, además de los números telefónicos fijos y celulares y el correo electrónico.

## **2. OBJETIVOS**

En este apartado debe definirse lo que el solicitante pretende hacer con el medio y los resultados que se pretende lograr, para lo cual debe responderse a las preguntas ¿Quiénes? ¿Cuánto? ¿Cómo? y ¿Cuándo? va a impactarse en la zona de cobertura y a los públicos objetivo al que va dirigida la programación. Los objetivos deben ser redactados de forma clara y precisa e iniciar con verbos en infinitivo. Se detallará un objetivo general y varios específicos que se desprenden del primero.

### **2.1. Objetivo General**

Indique el objetivo macro que se pretende alcanzar con la puesta en funcionamiento del medio de comunicación.

### **2.2. Objetivos Específicos**

Cada uno de los objetivos específicos debe explicar lo que se va a hacer para lograr el objetivo general.

## **3. LUGAR DE LA INSTALACIÓN**

### **3.1. De los estudios de transmisión**

Inscribir en este apartado lo que se ha declarado en el Estudio Técnico.

### **3.2. De los transmisores**

Inscribir en este apartado lo declarado en el Estudio Técnico.

## **4. COBERTURA Y PÚBLICOS OBJETIVO**

### **4.1. Cobertura territorial**

Inscribir en este apartado lo declarado en el Estudio Técnico.

### **4.2. Públicos Objetivo**

Describir la segmentación de los públicos objetivo contemplados para la programación. Mencionar las áreas de influencia, la población objetivo de la programación en cada comunidad, datos de cuántos niños, niñas, adolescentes, juventud, personas adultas, personas adultas mayores, etc. a las que se pretende impactar y el enfoque con el que se llegará a cada público.



## 5. PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN

### 5.1. Rejilla de programación

En esta sección detallar la propuesta en la tabla indicada, los programas no se pueden repetir, y la programación debe realizarse con una visión semanal. La tabla debe ser presentada en el formato físico y en formato digital en excel:

Nº	Programa	Clasificación de contenido	Descripción del contenido	Origen	Público Objetivo	Franja horaria	Tiempo de duración del programa			Día de transmisión	Observaciones
							Duración del programa sin publicidad (hh:mm)	Duración de la publicidad (hh:mm)	Tiempo total de duración del programa (hh:mm)		
1											
2											
3											
...											

**Programa.-** Escriba el nombre del programa. Recuerde que los nombres de los programas no deben repetirse.

**Clasificación de contenido.-** Detalle en función del Artículo 60 de la Ley Orgánica de Comunicación:

1. Informativos -I
2. De opinión -O
3. Formativos/educativos/culturales -F
4. Entretenimiento -E
5. Deportivos -D
6. Publicitarios - P
7. Largometraje

**Descripción del contenido.-** Detallar dos puntos principales que tienen que ver con el contenido del programa y explicar su alineación con los objetivos específicos del medio. Detalle sobre todo los programas educomunicacionales y con temas de equidad de género, interculturalidad, diversidad, inclusión, participación y promoción de la cultura de paz, donde se impulse los derechos, se genere protagonismo de los grupos de atención prioritaria y se transmita música de artistas nacionales.

**Origen.-** Indicar según artículos 100 y 101 de la Ley Orgánica de Comunicación, si el programa es de:

- Producción nacional
- Producción nacional independiente
- Producción internacional
- Producción Iberoamericana

**Público Objetivo.-** Detalle el público objetivo al que va dirigido el programa por ejemplo: infantil (niños y niñas), adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores, madres de



familia, la familia, los jefes de hogar, mujeres adultas, hombres adultos, comerciantes, empleados públicos, agricultores, emprendedores, profesionales, madres solteras, estudiantes universitarios, estudiantes en general, etc. Tome como base las categorías de segmentación creadas por usted en el apartado 4.2 de este documento.

**Franja horaria.-** De conformidad con el artículo 65 de la Ley Orgánica de Comunicación las franjas pueden ser:

- Familiar
- Responsabilidad Compartida
- Adultos

La **franja familiar** va de 06h00 a 18h00 se pueden difundir programas de clasificación "A", la **franja de responsabilidad compartida** de 18h00 a 22h00 se pueden difundir programas de clasificación "A" y "B", y la **franja de adultos** de 22h00 a 06h00 se pueden difundir programas de clasificación "A", "B" y "C".

**Duración del programa sin publicidad (hh:mm).**- escriba el tiempo neto de duración del programa, en el formato hh:mm por ejemplo: para un programa que dura 25 minutos escribir: 00:25; para un programa que dura una hora diez minutos escribir: 01:10

**Duración de la publicidad (hh:mm).**- escriba el tiempo que suman los espacios de publicidad durante la transmisión del programa, en el formato hh:mm por ejemplo: si el tiempo de publicidad es de 15 minutos escribir 00:15

**Tiempo total de duración del programa (hh:mm).**- escribir el tiempo total que dura la transmisión del programa incluido el espacio de publicidad, por ejemplo si el programa incluida la publicidad dura 30 minutos escribir: 00:30 si dura una hora con treinta minutos escribir: 01:30

**Día de transmisión.-** indique el nombre del (o los) día(s) de transmisión, por ejemplo: lunes, de lunes a viernes o lunes y jueves.

**Observaciones.-** Indique las observaciones que considere necesarias para aclarar detalles en la programación, señale según corresponda si el programa es de interculturalidad, promoción de derechos, educacional, eliminación de estereotipos, televentas, contenido musical nacional. Etc.

## 6. IMPACTO SOCIAL QUE PROYECTA GENERAR

El impacto social es una forma de intervención altamente importante dentro del desarrollo social y como tal es recogido en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 y por lo tanto los medios de comunicación social privados y comunitarios de radio y televisión de señal abierta deben plantear su propuesta de cómo van a incidir positivamente en la sociedad. Al respecto se debe detallar los siguientes requerimientos:



## 6.1. CRITERIOS DE INCLUSIÓN

### 6.1.1. Mecanismo de acceso de las personas con discapacidad a los contenidos comunicacionales.

Detalle de cada uno de los mecanismos de acceso de las personas con discapacidad a los programas de contenidos comunicacionales, de conformidad con lo indicado en el artículo 37 de la LOC que indica los siguientes: traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema Braille, entre otros. Y de conformidad con la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 2.a.

### 6.1.2. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, al menos un 50% de mujeres en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación.

Declare que se cumplirá este compromiso y cuantifique según su número de trabajadores. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 2.b.

### 6.1.3. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, al menos un 10% de personas pertenecientes a pueblos y nacionalidades indígenas, montubios y afroecuatorianos en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación.

Declare que se cumplirá este compromiso y cuantifique según su número de trabajadores. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 2.c.

### 6.1.4. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, a personas con discapacidad en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación en un porcentaje superior al establecido en la Ley Orgánica de Discapacidades.

Declare que se cumplirá este compromiso y cuantifique según su número de trabajadores. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 2.d.

Para los puntos 6.1.2, 6.1.3, 6.1.4 y 6.2.3 detalle su nómina actual de trabajadores permanentes del medio por sexo, personas pertenecientes a pueblos y nacionalidades y por discapacidad, según:

No	Nombres y apellidos	Sexo	Detalle el Pueblo o nacionalidad a la que pertenece	Detalle la Discapacidad	Área/ departamento/ gerencia de desempeño	Denominación del puesto que desempeña	Observaciones
1							
2							
...							



## 6.2. CRITERIOS DE IMPACTO SOCIAL

**6.2.1. Contenidos informativos que desarrollen temas de equidad de género, interculturalidad, diversidad, inclusión, participación y promoción de la cultura de paz, donde se impulse los derechos y se genere protagonismo de los grupos de atención prioritaria y los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.**

De los programas de la rejilla de programación señalada en el punto 5.1, enliste los programas informativos que cumplen este requerimiento y detalle los temas y puntos de contenido del programa. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 3.a.

**6.2.2. Contenidos informativos, formativos, culturales, educativos y de entretenimiento que no sean de producción nacional o producción nacional independiente, que promuevan la eliminación de estereotipos de género, etarios y raciales.**

De los programas de la rejilla de programación señalada en el punto 5.1, enliste los programas informativos que cumplen este requerimiento y detalle los temas y puntos de contenido del programa. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 3.b.

**6.2.3. Talento humano clasificado por sexo en la producción y difusión de noticias y compromiso de incluir el 50% de mujeres a partir del segundo año.**

Detalle el talento humano femenino que participa en la producción y difusión de noticias y escriba su compromiso. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 3.c.

**6.2.4. Espacios de capacitación y jornadas de profesionalización para sus editores y editoras, periodistas, y demás trabajadores de la comunicación, sobre el tratamiento informativo en temas de género, interculturalidad, diversidad e inclusión.**

Detalle los espacios de capacitación y las jornadas de profesionalización que realizará el medio. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 3.d.

**6.2.5. Espacios de educomunicación a personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos para que puedan mejorar su calidad de vida y promover la igualdad de oportunidades sociales y económicas.**

Detalle los espacios de educomunicación que implementará el medio. De conformidad con lo indicado en la Resolución Cordicom 2013-004 artículo 3 numeral 3.e.