

ACTA No. 004

CUARTA SESIÓN EXTRAORDINARIA

CONSEJO CIUDADANO EMPRESA PÚBLICA MEDIOS PÚBLICOS DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR - MEDIOS PÚBLICOS EP

En la ciudad de Quito, a los 21 días del mes de diciembre del 2016, en las instalaciones del Edificio Medios Públicos, ubicadas en las calles San Salvador E6-49 y Eloy Alfaro, siendo las 10h50, con base en lo establecido en el Art. 15 del Reglamento de Conformación y Funcionamiento del Consejo Ciudadano de la Empresa Pública Televisión y Radio de Ecuador E.P. RTVECUADOR y la convocatoria realizada por el Presidente del Consejo Ciudadano, Bernardo Cañizares, con fecha 12 de diciembre de 2016, se reúnen los siguientes miembros del Consejo Ciudadano: Héctor Revelo Herrera, Jhonny Mendoza Bravo, Jairo Cortez Posso, Bernardo Cañizares Esguerra, Omar Barreno Ramos, Javier García Vaca, María Fernanda Báez y Ana María Tamarit Rodríguez; y, en representación de la Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador - MEDIOS PÚBLICOS EP: Elena Rodríguez Yánez, Delegada Permanente del Gerente General, Juan Carlos Montalvo Escobar, Gerente de Desarrollo Empresarial y Mónica Feijóo Rivadeneira, Coordinadora General del órgano colegiado, quien conforme lo dispuesto en el artículo 19 del mencionado Reglamento actuará como Secretaria.

Una vez que el Presidente verifica la existencia del quórum reglamentario requerido, procede a dar inicio a la cuarta sesión extraordinaria del Consejo Ciudadano, dando lectura al único punto del orden del día:

- Aprobación del Plan de Trabajo del Consejo Ciudadano de la Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador - MEDIOS PÚBLICOS EP, para el período comprendido de enero a diciembre del 2017.

Concluida la lectura del único punto del orden del día, el Presidente toma la palabra para comentar a los asistentes sobre el proceso de presentación de los formatos de planificación que deben contener las estrategias que proponen para conformar el Plan de Trabajo Anual del Consejo Ciudadano y que el día de hoy serán discutidos para su aprobación y posterior presentación ante el Gerente General de la Empresa Pública Medios Públicos EP.

El proceso de revisión consistirá en que cada proponente podrá exponer su estrategia en máximo 15 minutos, incluyendo las posibles preguntas de los asistentes, con lo cual se consolidará la matriz definitiva del Plan de Trabajo Anual del Consejo Ciudadano. Ana María Tamarit mociona que las propuestas sean votadas individualmente y además

consulta si las propuestas son susceptibles de modificación, ante lo cual el Presidente indica que sí es posible y necesario que las propuestas sean revisadas y de ser el caso, modificadas.

La moción no fue aprobada, por lo que la votación del Plan Anual de Trabajo será en conjunto, siendo los resultados de la votación los siguientes:

VOTACIÓN ESTRATEGIAS: CONJUNTA O INDIVIDUAL	
NOMBRE DEL MIEMBRO TITULAR	VOTO
Jhonny Mendoza	CONJUNTA
Ana María Tamarit	CONJUNTA
Jairo Cortez	CONJUNTA
Bernardo Cañizares	CONJUNTA
Elena Rodríguez	CONJUNTA
Omar Barreno	CONJUNTA
María Fernanda Báez	CONJUNTA

Continuando con el proceso de revisión de las estrategias, el Presidente procede a exponer el contenido de la primera de ellas, relacionada con temas Administrativos, conforme se detalla a continuación:

1. ESTRATEGIA EN MATERIA DE ADMINISTRACIÓN:

Sustento reglamentario: Art. 14, literal b).

1.1. Sesiones.-

Sobre las sesiones del Consejo Ciudadano, el Presidente propone que durante el año 2017 se desarrollen seis (6) sesiones, cuatro (4) sesiones ordinarias y dos (2) sesiones adicionales de naturaleza extraordinaria, la primera de ellas, estará destinada a la aprobación del Instructivo de Funcionamiento del Consejo Ciudadano, quedando la segunda sesión extraordinaria para efectuar la revisión y aprobación del Plan Anual de Trabajo 2018 del Consejo Ciudadano.

1.2. Adquisición de boletos aéreos.-

Con relación al presupuesto destinado a la adquisición de boletos aéreos, los miembros acuerdan que este sea incrementado, de tal manera que pueda cubrir las necesidades de movilización de los miembros del Consejo Ciudadano, sobre todo los que residen fuera de la ciudad de Quito.

1.3. Transporte de los miembros.-

2.2. Fomento y Articulación de Consejos Consultivos Ciudadanos en canales públicos (GADS, Universidad, Comunitarios).-

Sustento reglamentario: Artículo 14, literal j)

Bernardo propone la articulación y relacionamiento de Consejos Consultivos con organismos de similar naturaleza en el ámbito público y privado; sin embargo, Omar Barreno aclara que el Consejo Ciudadano es una figura aplicable únicamente a los medios de comunicación públicos, entre los que se contempla a los medios de comunicación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y los medios de comunicación comunitarios, cuyo ámbito de acción resultaría más limitado en comparación con los primeros.

En razón de ello, el Presidente propone a los miembros que se pronuncien sobre la posibilidad de incluir dentro del proceso de articulación con otros Consejos Ciudadanos de naturaleza pública, a los medios de comunicación públicos comunitarios, los resultados de la votación fueron los siguientes:

VOTACIÓN: ARTICULACIÓN CON CONSEJOS CIUDADANOS DE MEDIOS PÚBLICOS COMUNITARIOS	
NOMBRE DEL MIEMBRO TITULAR	VOTO
Héctor Revelo	SI
Jhonny Mendoza	SI
Bernardo Cañizares	NO
Elena Rodríguez Yánez	SI
Jairo Cortes	SI
María Fernanda Báez	SI
Ana María Tamarit	SI

Finalmente los miembros acuerdan que en resumen, la estrategia contempla la vinculación con canales y estamentos públicos, difusión de la creación de Consejos Ciudadanos y fomentar su creación.

2.3. Participación de la Ciudadanía en los programas de los medios públicos.-

Sustento reglamentario: Art. 14, literal d), e) y f).

Héctor Revelo y Omar Barreno proceden a explicar su propuesta de estrategia que se basa en estudiar los niveles de participación actual de la ciudadanía, identificando las oportunidades de participación en los diferentes programas de los medios públicos, para lo cual es necesario determinar los mecanismos de medición de dicha participación, así como

la opinión de la audiencia respecto de la programación del medio de comunicación, de tal manera que los medios digitales puedan propiciar el desarrollo de aquellos contenidos que despiertan el interés de la audiencia y que originalmente fueron transmitidos a través de otras plataformas de comunicación, de tal manera que puedan participar de manera activa y generar interacción con la ciudadanía.

3. ESTRATEGIA DE RADIO:

3.1. *Evaluación de la programación de Radio Pública del Ecuador.-*

Sustento reglamentario: Art. 14, literales c), d), e), f), g) e i).

Ana María Tamarit explica que se estrategia gira en torno a determinar al estado de la cuestión en materia de participación e interacción de la ciudadanía en los medios de comunicación pública, específicamente en la Radio Pública y que contempla lo siguiente: **a)** Análisis de los contenidos que emite la Radio Pública, lo que equivale a evaluar periódicamente la programación a través de una ficha metodológica, para lo cual requiere acceder a los archivos digitalizados con la programación emitida por la Radio Pública a partir de enero de 2017, en cualquier día y hora; **b)** Informe I de los resultados obtenidos al analizar los programas informativos y de opinión; y, **c)** Informe II de los resultados obtenidos al analizar los programas formativos y de entretenimiento. Los insumos generados permitirán el desarrollo de propuestas relacionando el diagnóstico con indicadores de calidad que manejan los organismos internacionales para los medios públicos de los sistemas democráticos y conforme lo determinado en la LOC.

4. ESTRATEGIA DE GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA:

4.1. *Evaluación de la programación de Medios Públicos.-*

Sustento reglamentario: Arts. 3 y 21.

María Fernanda Báez procede a exponer su estrategia en materia de Grupos de Atención Prioritaria - GAP, cuyo eje principal se basa en el análisis de los contenidos y programación que emite los Medios Públicos de la empresa, a través de una ficha metodológica, para lo que se requiere contar con los archivos digitalizados que contengan la programación emitida por los medios, a partir de enero de 2017 y que facilite el acceso a los contenidos en cualquier día y hora., luego de lo cual se contaría con un informe de los resultados obtenidos al analizar los programas informativos y de opinión, lo que finalmente permitiría el desarrollo de una estrategia para incluir a los GAP en la programación de los diversos medios públicos.

En un segundo momento se prevé la realización de un mapeo para identificar a los grupos de atención prioritaria, a nivel nacional, a través de viajes a las principales provincias del país para detectar necesidades, concluyendo con la elaboración de propuestas relacionadas con el diagnóstico del informe, en base a la Constitución y a los informes de organismos internacionales sobre GAP.

Los miembros acuerdan que la ficha metodológica a ser utilizada tanto para la implementación de la estrategia de Radio como la de GAP, puede ser desarrollada a través de un proceso de revisión y negociación de los parámetros de medición contenidos en la misma.

5. ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE:

Sustento reglamentario: Art. 14, literales i), d) y f).

5.1. Fomento de producción audio-visual nacional independiente.-

Implica la organización de espacios de socialización entre el Instituto Nacional de lo Audiovisual, estudiantes y los medios de comunicación públicos, para fomentar la adquisición de productos audiovisuales nacionales; y el desarrollo de estrategias de exigibilidad para lograr el cumplimiento de las disposiciones normativas vigentes relacionadas con la materia, contenidas en la Ley Orgánica de Comunicación.

5.2. Educación de audiencias.-

Sustento reglamentario: Art. 14, literales c), d) y f).

Conlleva la promoción de la educación artística y cultural por medio de la sensibilización a producciones audiovisuales actuales nacionales e internacionales, que fomenten expresiones artísticas como música, teatro, exhibiciones artísticas y museos; la creación de debates (coyuntura política) radiales, televisivos, digitales, sobre comunicación, cultura y desarrollo, y, garantizar un valor para la compra de materiales alternativos, que se llevará a cabo a través del diseño de programación cultural alternativa y espacios de debate (coyuntura política), promoción en la emisión de programas y la producción de spots de sensibilización en la misma línea.

6. ESTRATEGIA DE MEDIOS DIGITALES:

6.1. *Diseño de criterios y métricas para la selección de contenidos de los medios tradicionales que deben estar en los medios digitales.-*

Sustento Reglamentario: Art. 12, literales d), e), f) y g)

Reforzar buenas prácticas para una estrategia digital innovadora y que use los espacios de canales digitales para estrategias comunicacionales más amplias, para lo cual es necesario construir criterios que permitan definir la pertinencia y la organización de los contenidos de los medios tradicionales que deben ir en medios digitales, criterios como la legitimidad por parte de la comunidad, cumplimiento a la ley, para lo cual se revisarán los criterios de la programación difundida en la actualidad; Revisar las buenas prácticas en medios digitales; Realizar el primer borrador de criterios; Socializar estos criterios al Consejo Ciudadano para observaciones; Presentar la primera versión de la guía para selección de contenidos en medios digitales.

6.2. *Evaluar y diagnosticar si el aporte de los contenidos digitales están de acuerdo a las personas de personas que corresponden a los grupos de atención prioritaria.-*

Sustento Reglamentario: Art. 14, literal c), g) y h)

Consiste en la verificación dentro de los productos emitidos por el espacio digital si se cumple o no con los derechos a la comunicación poniendo énfasis en temáticas relacionadas a grupos de atención prioritaria, para lo cual se Realizaremos una verificación constante y sistemática para constatar si los contenidos difundidos de manera digital están o no de acuerdo a las necesidades de personas de atención prioritaria principalmente, para lo cual se contempla Diseño del proyecto, a través de la Planificación de la metodología a seguir; Verificación de contenidos a través de acuerdo a la estrategia digital de MEDIOS PUBLICOS y leyes pertinentes los contenidos; y, Presentación ante el pleno del Consejo Ciudadano los resultados de la verificación a través de Presentar ante el Pleno del Consejo Ciudadano el informe con los resultados y propuesta.

7. ESTRATEGIA DE TELEVISIÓN:

7.1. *Evaluación de la programación de Ecuador TV.-*

EL TELEGRÁFO

EL TIEMPO



Sustento Reglamentario: Art. 14, literal c), d), e), f), g) e i)

Análisis de los contenidos y programación que emite la Televisión Pública informe I de los resultados obtenidos al analizar los programas informativos y de opinión, Informe II de los resultados obtenidos al analizar los programas formativos y de entretenimiento, que abarca la obtención de Archivos digitalizados con la programación emitida por Televisión a partir de enero de 2017 que facilite el acceso a los contenidos en cualquier día y hora. Elaboración de ficha metodológica para hacer seguimiento y análisis de la programación de la Televisión Pública; Informe I de resultados (programas informativos y de opinión); Informe II de resultados (programas formativos y de entretenimiento); Propuestas relacionando el diagnóstico con indicadores de calidad que manejan los organismos internacionales para los medios públicos de los sistemas democráticos y según la LOC.

8. ESTRATEGIA DE ACADEMIA:

8.1. *Estudio de usabilidad de la página web de los Medios Públicos del Ecuador y propuesta de mejoramiento.-*

Sustento Reglamentario: Art. 14, literales f) e i).

Verificar y reforzar la usabilidad de los espacios digitales de los medios públicos del Ecuador que abarca como actores a Consejo Ciudadano y Universidades cooperantes que contempla actividades como Firma de convenio de cooperación; Estructuración del estudio y selección de los usuarios; Ejecución de estudio de usabilidad; Resultados de estudios; Presentación de la propuesta; Ejecución de propuesta.

Una vez concluido el espacio de exposiciones de las estrategias propuestas, por unanimidad, los miembros del Consejo Ciudadano, deciden aprobar el contenido de cada una de las estrategias analizadas¹ en el transcurso de la presente sesión, las mismas que una vez avaladas por el Gerente General de Medios Públicos EP, serán incluidas dentro del Plan Anual de Trabajo del Consejo Ciudadano 2017.

Siendo las 14h33 y habiéndose tratado el único punto del orden del día, el Presidente declara concluida la primera sesión extraordinaria del Consejo Ciudadano

¹ Las estrategias se encuentran contenidas en el Anexo 1 de la presente Acta.

11

11

11

