



**Universidad Internacional del Ecuador
Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Escuela de Comunicación**

**Tesis de grado para la obtención del título de
Licenciado en Comunicación**

**“Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y
potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de
Quito: en el Club SMIRNOV del Batán.”**

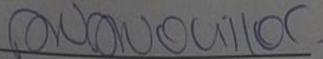
**Autora: Francis del Pilar Salas Sola
Director de tesis: Mgs. Ana Lucía Novillo**

Quito, 20 de enero de 2015

II. APROBACIÓN POR EL TUTOR

Yo, Ana Lucía Novillo, portadora de la cédula de ciudadanía N°1713791430, docente de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, declaro que la alumna Francis del Pilar Salas Sola, es la autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal suya. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de su sola y exclusiva responsabilidad.

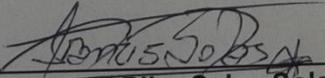
Quito, 16 de enero de 2015


Mgs. Ana Lucía Novillo

III. AUTORÍA

Yo, Francis del Pilar Salas Sola, portadora de la cédula de identidad No 1713617866, egresado de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Escuela de Comunicación, declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 16 de enero de 2015


Francis del Pilar Salas Sola

IV. DEDICATORIA

A mi madre Pilar Sola, que con su ejemplo y dedicación me han hecho ser la mujer que soy. Gracias por su apoyo y amor en cada momento de mi vida; este éxito se lo debo a ella....una mujer excepcional.

V. AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la salud y por la fuerza que me da cada día, específicamente en esos momentos difíciles cuando el desánimo aparecía en mi vida.

A mi familia, en especial a mi hijo Jeremy, que me ayudó en la recopilación de material, aún cuando no sabía cómo hacerlo, a mi esposo quien me ayudó con la casa y los niños durante el tiempo de estudio; a mi hermana Made por su colaboración, a mi compañera Miriam Revelo que siempre estuvo motivándome cada día para la culminación de este proyecto; a mi tutora Ana Lucía Novillo y a todos l@s amig@s que apoyaron con ideas o simplemente con un comentario alentador.

Dios los bendiga amigos y familia.

FSS

RESUMEN

El Baile Deportivo es un deporte completo, que a más de activar físicamente a quien lo realiza, prepara gente con actitud positiva, feliz desinhibida, es decir individuos sanos de mente y de espíritu, alejados de drogas y vicios; con la posibilidad de ser atletas de alto rendimiento. Estos beneficios deben ser conocidos por la sociedad con el fin de masificar el deporte, así como el apoyo del Gobierno Nacional por medio del Ministerio de Deporte que tiene bajo su coordinación la Federación de Baile Deportivo, entidad que acoge y prepara a quien esté interesado en practicar el baile como un deporte de competición.

Es fundamental visibilizar por medio de un Plan Piloto de Comunicación todas las ventajas que ofrece el Baile Deportivo, porque es un deporte incluyente que influye positivamente, no solo en lo físico, sino en lo mental y por ende en la vida misma de las personas.

Este deporte prepara principiantes que pueden convertirse en grandes deportistas, es necesario que la ciudadanía conozca que practicar algún tipo de baile, es tan eficaz como un entrenamiento de aeróbicos, una carrera, etc. Esta actividad física contribuye a la búsqueda de la armonía de las personas porque se realiza en un ambiente donde hay interrelación directa con otros individuos, lo que agrega un toque de felicidad, solidaridad y disfrute, pues aprenden a trabajar en pareja y a darlo todo cuando es una competencia, es por ello, que este estudio aporta con una mirada diferente a la práctica del Baile Deportivo sin estigmatizar a los hombres, adultos mayores o personas con discapacidad física que gustan de este deporte.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

- 1.1 Justificación del Problema
- 1.2 Objeto
- 1.3 Campo de acción de la investigación
- 1.4 Objetivo General
- 1.5 Objetivos Específicos
- 1.6 Marco Teórico
- 1.7 Ideas a defender
- 1.8 Marco Metodológico o Metodología Investigativa
 - Las técnicas utilizadas
- 1.9 Población y Muestra
- 1.10 Resultados obtenidos
 - 1.10.1 Tabulación Encuesta Pobladores y viandantes de El Batán
 - 1.10.2 Tabulación encuesta Estudiantes de baile del Club Smirnov
- 1.11 Breve descripción de los Capítulos

CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

- 2.1 El Baile Deportivo
 - 2.1.2 Ley del Deporte Ecuatoriano
- 2.2. La importancia del baile en la salud
 - 2.2.1 El Vestuario del Baile Deportivo
 - 2.2.2 La importancia del baile en la salud
 - 2.2.3 Los niños con Síndrome de Down y el Baile Deportivo
 - 2.2.4 Beneficio del baile en lo psicológico y social

2.3 TIPOS DE BAILE EN EL ECUADOR

2.3.1 Vals Inglés

2.3.2 Tango Europeo

2.3.3 Vals Vienés

2.3.4 Slow Fox

2.3.5 Quickstep

2.3.6 BAILES LATINOS EN EL BAILE DEPORTIVO

2.3.6.1 Samba

2.3.6.2 Chachacha

2.3.6.3 Rumba

2.3.6.4 Paso doble

2.3.6.5 Jive

2.4 CLUB DE BAILE SMIRNOV

2.4.1 La técnica y disciplina del Baile Deportivo en el Club Smirnov

2.4.2 El Intercambio de conocimientos enriquece la técnica de los bailarines en el Club Smirnov.

3. IMPORTANCIA Y ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

3.1 La imagen del Club Smirnov y la Ley de Comunicación

3.2 Elementos informativos para plantear un Plan Estratégico de Comunicación

CAPITULO III- DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

3.1 Resultados encuesta Pobladores del sector de El Batán donde se encuentra ubicado el Club Smirnov.

3.1.1 Dato 1: Edad de los encuestados

3.1.2 Dato 2: Género de los encuestados

3.1.3 Dato 3: Sector donde vive

3.1.4 Detalle resultados por encuesta Pobladores Club Smirnov

3.1.4.1 Pregunta 1: ¿Sabe lo que es el Baile Deportivo?

- 3.1.4.2 Pregunta 2: ¿Conoce usted que el Baile Deportivo beneficia física, social y emocionalmente?
- 3.1.4.3 Pregunta 3: ¿Sabe usted que el Baile Deportivo es un deporte completo?
- 3.1.4.4 Pregunta 4: ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
- 3.1.4.5 Pregunta 5: ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para los cursos de Baile Deportivo?
- 3.1.4.6 ¿Sabía que el Club Smirnov tiene cursos de Baile Deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores?
- 3.1.4.7 ¿Conoce del apoyo del gobierno a los deportistas del Baile Deportivo?

4. Resultados de la segunda encuesta que se realizó a los estudiantes del club Smirnov

4.1 Dato 1: Edad de los encuestados estudiantes Club Smirnov

4.1.2 Dato 2: Género de los estudiantes encuestados 19 mujeres y 16 varones.

4.1.3 Datos Estadísticos generales de la encuesta a los estudiantes del Club Smirnov.

4.1.4 Dato 3: Sector dónde viven los encuestados

4.1.5 Pregunta 1 ¿Hace cuánto tiempo práctica este deporte?

4.1.6 Pregunta 2 ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?

4.1.7 Pregunta. 3 ¿Conoce los beneficios del Baile Deportivo en la niñez?

4.1.8 Pregunta 4 ¿Cree que el Baile Deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes?

4.1.9 Pregunta 5 ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo?

CAPÍTULO 4: DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Plan Estratégico Comunicacional para el Club Smirnov 2014

Síntesis análisis FODA (JUNIO DE 2014)

Análisis Comunicación Externa Club Smirnov

Análisis Comunicación Interna Club Smirnov

FODA

Estrategias de comunicación Club Smirnov

6. Cronograma de ejecución del Plan de Comunicación para el Club Smirnov

7. Presupuesto para la ejecución del Plan Comunicación

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

Banco de imágenes Baile Deportivo

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS, TABLAS, ANEXOS Y DEMÁS

- Gráfico 1 Población parroquia Jipijapa Quito
- Gráfico 2 Fórmula de toma de muestra poblacional
- Gráfico 3 Fuente Documento El Plan Estratégico de Comunicación, Andrés Aljure.
- Gráfico 4 Dato Edad de los encuestados en el sector de El Batán
- Gráfico 5 Dato Género Pobladores sector el Batán
- Gráfico 6 Sector Dónde viven los encuestados pobladores de El Batán
- Gráfico 7 Resultado pregunta 1 pobladores sector el Batán ¿Sabe lo que es el Baile Deportivo?
- Gráfico 8 resultado pregunta 2 ¿Conoce que el Baile Deportivo beneficia física, social y emocionalmente a quien lo practica?
- Gráfico 9 resultado pregunta 3 ¿Sabe usted que el Baile Deportivo es un deporte completo?
- Gráfico 10 resultado pregunta 4 ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
- Autora: Francis Salas
- Gráfico 11 resultado pregunta 5 ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para cursos de Baile Deportivo?
- Gráfico 12 resultado pregunta 6 ¿Sabía que el Club Smirnov tiene cursos de Baile deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores y a todos quienes estén interesados?
- Gráfico 13 resultado pregunta 7 ¿Conoce del apoyo del Gobierno a los deportistas de Baile Deportivo?
- Gráfico 14 Dato Edad estudiantes encuestados Club Smirnov
- Gráfico 15 Dato Género encuestados estudiantes Club Smirnov

- Gráfico 16 Dato sector dónde viven los encuestados estudiantes Club Smirnov
 - Gráfico 17 resultado pregunta 1 ¿Hace cuánto tiempo practica este deporte? Estudiantes Club Smirnov
 - Gráfico 18 resultado pregunta 2 ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?
 - Gráfico 19 resultado pregunta 3 ¿Conoce los beneficios del baile en la niñez? Encuesta estudiantes Club Smirnov.
 - Gráfico 20 resultado pregunta 4 ¿Cree que el Baile Deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes? Encuesta estudiantes Club Smirnov.
 - Gráfico 21 resultado pregunta 5 ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo? Encuesta estudiantes Club Smirnov.
 - Gráfico 22 Detalle FODA
 - Gráfico 23 Públicos internos Smirnov
-
- Tabla 1 encuesta a 68 Pobladores y viandantes de El Batán.
 - Tabla 2 Edad Pobladores y viandantes encuestados en el sector El Batán
 - Tabla 3 encuesta Estudiantes Club Smirnov
 - Tabla 4 edad de los estudiantes encuestados del Club Smirnov
 - Tabla 5 Estadística datos generales encuesta estudiantes Club Smirnov
 - Tabla 6 Cronograma de actividades Comunicación Externa
 - Tabla 7 Cronograma de Comunicación Interna
 - Tabla 8 Análisis externo FODA, Club Smirnov
 - Tabla 9 Análisis interno FODA, Club Smirnov
 - Tabla 10 FODA Área de Comunicación, Club Smirnov

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo trata sobre la importancia y la necesidad de la creación de un Plan Piloto de Comunicación para evidenciar los beneficios del Baile Deportivo, actividad que se desarrolla en el Club Smirnov, en la ciudad de Quito, pero que es desconocido por la mayoría de las personas de nuestra ciudad.

Es necesario trabajar con un plan comunicacional que presente a este deporte a una sociedad que conoce de fútbol principalmente, abriéndoles espacios donde el Baile Deportivo se muestre como un tipo de ejercicio que mejora la calidad de vida de quien lo practica, no solo en lo físico sino también en el área personal y social del individuo.

Cabe mencionar que los niños serían los principales beneficiados, ya que si se inicia en edad temprana, los niños ganan flexibilidad y pierden el miedo a hablar o actuar en grupo, pues bailar abre la perspectiva de los más pequeños, alejándolos de un problema que se agudiza en el siglo XX, como es la obesidad infantil y otras enfermedades que se derivan de la falta de ejercicio, complicando el correcto desarrollo del niño o niña.

Esta propuesta buscará informar a la ciudadanía del sector de El Batán, sobre la existencia del Club de Baile Deportivo Smirnov, La Federación de Baile Deportivo, y sobre el apoyo del Ministerio del Deporte a quienes deseen practicar esta disciplina en categoría amateur o profesional, con la posibilidad de representar al país, gracias al apoyo gubernamental en preparación y en lo económico a deportistas seleccionados.

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y SU DEFINICIÓN:

El desconocimiento que tiene la sociedad ecuatoriana sobre la práctica del baile deportivo y del sinnúmero de beneficios que representa para las personas que lo practican, ha impedido que éste despunte como otros deportes que se venden solos como: el fútbol, baloncesto y atletismo.

Aún más, poca gente conoce de espacios apropiados para este deporte: clubes donde aceptan a personas de toda edad, con el único requisito “ganas de aprender a bailar”, hacer deporte y disfrutar. Quienes deseen pueden pasar del hobby a realizarlo de una manera más comprometida; dependiendo de sus habilidades y puntuación en los diferentes ritmos, los deportistas podrían pasar a ser del grupo de atletas de Alto Rendimiento, pero con una preparación y disciplina constante. Como es lógico se desconoce de la existencia de la Federación de Baile Deportivo, entidad que lidera esta actividad en nuestro país.

Es necesario que la ciudadanía se sensibilice ante la práctica de este deporte por medio de una correcta información, iniciando en el sector de El Batán, donde está ubicado el Club SMIRNOV, número uno por formar atletas de Alto Rendimiento y luego se amplíe las estrategias comunicacionales para que conozca la ciudadanía en general.

Lógicamente es más fácil que la gente asimile el mensaje cuando es un número reducido, posteriormente a través de las primeras experiencias podremos rectificar y mejorar, pues el análisis y obtención de resultados será más rápida, permitiéndole al Club Smirnov pensar en extender el mensaje a otros sectores de la población.

¿Cuál es la mejor manera de dar a conocer a un grupo representativo de la sociedad quiteña para que practique este deporte?

1.2 OBJETO

La Comunicación tiene una importancia en toda relación humana, pero no se la ha considerado como se debería en el Club Smirnov, ya que el Baile Deportivo es desconocido en el país a pesar de que tiene 7 años de existencia, es indispensable contar con un Plan de Comunicación piloto que permita visibilizar los beneficios del baile deportivo para los públicos del sector de El Batán donde se encuentra el Club Smirnov y que posteriormente se socialice en otros sectores con el fin de dar a conocer esta actividad deportiva.

1.3 CAMPO DE ACCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Club de Baile Deportivo Smirnov, en la Cochapata y Abascal, norte de Quito.

1.4 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios del baile deportivo en el Club SMIRNOV, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.5 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Investigar el nivel de conocimiento sobre el baile deportivo, sus beneficios y potencialidades, en el sector de El Batán donde se encuentra el Club SMIRNOV.
- Diseñar estrategias comunicacionales que ayuden a difundir los beneficios y potencialidades del baile Deportivo.
- Elaborar productos comunicacionales que masifiquen este deporte en el sector de El Batán donde está el Club SMIRNOV.

1.6 MARCO TEÓRICO

“Uno de los principales objetivos para el Ministerio del Deporte es la activación de la población y la erradicación del sedentarismo” Libro EL Deporte en Cifras, autor Ministerio del Deporte, pág. 12 (Deporte M. d., El Deporte en cifras, 2012)

Promover la práctica deportiva en cualquier disciplina genera beneficios, en un principio a quien lo practica, en segundo lugar al Estado que disminuye el gasto en medicación para diversas enfermedades que se desarrollan con más facilidad en personas con sobrepeso o que tienen una vida sedentaria.

El Baile Deportivo es una actividad que puede ser practicado por cualquier grupo de la población, es una forma divertida de hacer deporte, la música guía los movimientos del cuerpo que nacen con la coordinación de mente y extremidades, podemos decir que los que se apasionan con este deporte, unen un tercer ingrediente que es el corazón, desarrollando mayor bienestar en cada movimiento.

Toda actividad física realizada por gusto y voluntad propia, contribuye a la erradicación del sedentarismo y eleva la calidad de vida de las personas, como lo menciona el estudio realizado por el personal de la Dirección de Gestión e Investigación del Ministerio del Deporte, en el libro anteriormente citado, recalca la intención Gubernamental de consolidar el deporte como fuente de salud, de ejercicio y de vida sana.

“El Baile Deportivo se ha convertido en una marca que abarca todo, es una actividad que es accesible y sociable, lo que permite a los participantes mejorar el estado físico y bienestar mental, interactuar, y obtener resultados en todos los niveles. Todo el mundo es capaz de moverse con la música, por lo que la danza transgrede todas las barreras de la edad, género y cultura”. Artículo El baile Deportivo hoy Referencia: Federación Mundial de Baile (Baile) (Ecuador, 2010)

De acuerdo al autor del artículo, el baile deportivo, masifica la actividad física, de una forma fácil y sencilla, que no necesita tener un horario específico, ni un lugar adecuado pues se puede iniciar en el salón de casa, con amigos, entre familia o simplemente a solas, complementariamente las personas que lo realizan contrarrestan problemas de salud que se desarrollan por la inactividad.

El tomarse en serio el baile, puede abrir las puertas para demostrar estas habilidades en certámenes donde se compite deportivamente, la disciplina y la responsabilidad con este deporte, permite a afamados bailarines representar al país en competencias internacionales donde se encuentran con personas de toda edad y sexo que luchan por ser los mejores en sus categorías. El baile es vida, es salud y desarrolla al individuo que lo practica en varios aspectos de su existencia.

La Constitución de la República del Ecuador es muy clara en lo referente a la actividad deportiva, así lo describe en el artículo:

“89.- De la recreación.- La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural”. Sección 1 título VI

Estableciendo que los ecuatorianos estén amparados por la Constitución para disfrutar y participar de la actividad física, en nuestro caso de estudio, el Baile Deportivo, hay clubes que con un módico precio inician a los interesados en la actividad física más social que existe, y es que todos los que son atletas de Alto Rendimiento o parte de la Federación de Baile Deportivo, empiezan con cursos básicos de 3 horas semanales que les abren infinitas posibilidades de mejorar su cuerpo, su salud, su actitud frente la vida. Cuando son muy pequeños desarrollan dotes en su coordinación, en su forma de hablar, de actuar y se sienten felices porque el baile regala alegría, felicidad y soltura.

En el artículo digital titulado “Los beneficios del baile en los niños y

6 Ventajas del baile para el desarrollo físico, mental y emocional de los niños”

“Los beneficios del baile en los niños son muy valiosos para su desarrollo físico, mental y emocional. Cuando los niños aprenden a bailar desarrollan sus capacidades intelectuales y sociales. Cultivan su creatividad y fortalecen su autoestima. ¡El baile les aporta unos beneficios que duran toda la vida!” (Tierra, 2013)

Esta reflexión destaca los puntos favorables de practicar este deporte por los más pequeños de la casa, pues abre su creatividad, mejora su coordinación, se vuelve más sociable y se desinhibe a través de una actividad física llena de sonido y de alegría al bailar.

Varios artículos se encuentran en la web sobre los beneficios del baile, un ejemplo de ello es el publicado con el título “Amor a bailar - y buena salud”.

“La danza activa tres hormonas importantes como la serotonina, endorfinas y la dopamina, dando el equilibrio físico y mental. Estas hormonas se encuentran de forma natural en nuestro cuerpo y nos da alegría y ganas de vivir. La serotonina es una hormona importante para reducir el nerviosismo, el pánico y la irritación. La dopamina hace sentir enérgico y alerta. Esto es perfecto para el deporte de la danza que requiere un alto grado de concentración. Las endorfinas son neurotransmisoras que usted necesita para sentirse feliz y satisfecho en su propia vida. La endorfina es la más natural y tiene la capacidad para revitalizar el cuerpo - y estar listo para BAILAR!” Artículo de Fellieus dansestudio.

Estos tres componentes naturales de nuestro cuerpo se activan con el deporte y el baile es una de las mejores formas para estar sano, quemar calorías sin esfuerzo, disfrutar de la música al mismo tiempo que quien lo practica se desestresa y estiliza la figura de una manera natural. (About.com, 2013)

Qué más se puede pedir, actualmente el culto al cuerpo obsesiona a la personas por tener una linda figura, pero con el Baile Deportivo, no se queda simplemente en el aspecto físico, va más allá y llena otros aspectos de la vida del ser humano, como su forma de ver la vida, el movimiento los activa, manteniéndolos en la línea de salud mental, física y social.

Otro texto interesante titulado “Saber bailar es saludable” su autor Miguel Arguedas, el 21 de septiembre de 2011 publica:

“Es en este terreno, donde podemos abordar el baile como un deporte propiamente dicho, se considera una actividad aeróbica de bajo impacto, por lo que no suele provocar lesiones y se consigue una descarga moderada de energía”.

“En una clase de baile (por ejemplo en una clase de bailes latinos) se pueden quemar unas 450 calorías. Por lo que no solo nos ayudamos a

mantener un peso adecuado sino que nos ayuda a moldear y tonificar todo el cuerpo, especialmente en la zona de brazos, piernas y abdomen. También ayuda en gran medida al sistema esquelético, siendo una herramienta eficaz a la hora de prevenir problemas óseos y artríticos; fortalece huesos y músculos, aumentando la elasticidad (músculos y tendones) la movilidad muscular y articular, así como la capacidad de movimientos". (Arguedas, 2011)

Estas aseveraciones son una buena respuesta para personas en etapa madura que necesitan mejorar los problemas musculares, pues los bailes de salón no son para nada de fuerte impacto, al contrario van al son de la música que puede ser escogida de acuerdo a las necesidades de quien lo practica, un paliativo excelente para el estrés, la depresión y dolores musculares y articulares.

Otro aspecto positivo para el Baile Deportivo en Ecuador, es el que hace el representante de la *World DanceSport Federation* (WDSF), para Latinoamérica, en el artículo de prensa del 13 de septiembre de 2013 de Diario El Mercurio de Cuenca, comenta lo siguiente:

Jorge Gutiérrez: La potencia del Baile Deportivo está en Ecuador

¿Usted dice, el baile es un deporte de masas, me parece bien, pero su práctica cuán costosa resulta?

“En las edades hasta los 15 años hay un vestido estándar que es una blusita tres cuartos de manga, en las niñas, una falda y unos zapatos no muy costosos para bailar, entonces no es un deporte caro, Cuando se habla de alto rendimiento hay unos vestidos que realmente son costosos pero los jueces no se repiten en cada competencia, entonces, el vestido que se usa en una competencia se la puede volver a usar. Lo que más se desgasta son los zapatos y son costosos como en todo deporte, de allí se necesita una buen piso, una grabadora simple y ganas para bailar”. (BST, 2013)

Practicar el baile como deporte en categoría amateur y aún más como profesional, tiene ciertas obligaciones por parte de quien lo practica por lo que la inversión como lo menciona Jorge Gutiérrez representante de La

Federación Mundial de Baile Deportivo (WDSF) es necesaria, pero al representar al país y ser parte de un grupo de Alto Rendimiento el apoyo viene desde el Gobierno a través del Ministerio del Deporte, en el resto del artículo menciona que el Ecuador en especial Cuenca es potencia en este deporte, “Tiene grandes representantes a nivel de elite, ahora mismo hay una pareja que está entrenando en Europa (Verónica Padrón-José Romero), además, es una ciudad que siempre está abierta para estas actividades y el apoyo que se necesita no es justamente de dinero, sino de infraestructura, hospedaje, alimentación, publicidad, sitios donde entrenar”...Por lo que hay grandes posibilidades de llegar a estar entre los primeros del mundo en el baile deportivo. (BTS, 2013)

“Las federaciones ecuatorianas por deporte reciben el apoyo del Ministerio del Deporte mediante las aportaciones mensuales establecidas para el desarrollo de cada especialidad a fin de generar la actividad física en la ciudadanía ecuatoriana, apoyando así al Buen Vivir en nuestro país”. (Sánchez, 2013)

En el boletín de prensa emitido por la Dirección de Comunicación del Ministerio del Deporte el 22 de abril, después de una Competencia Puntuable, se menciona que las federaciones por deporte, entre las que consta el Baile Deportivo reciben un aporte económico y que la federación está cumpliendo con el mejoramiento de las parejas existentes en este deporte y acogiendo a más interesados para ser parte del grupo que podrá representar al país en competencias internacionales.

Otro boletín de prensa del Ministerio del Deporte detalla lo siguiente:

“Dos jóvenes deportistas de apenas 16 años, Camila Arboleda y Christopher Mejía, se midieron ante los mejores del mundo en los Juegos Mundiales, dentro de su deporte, el Baile Deportivo, sembrando para su formación y el futuro de esta especialidad en nuestro país.

La dupla ecuatoriana, que practica hace dos años junta, sabe que este es el máximo nivel mundial, por lo que su actuación en Cali lo toman como un paso más en esta especialidad formada en Europa y novel en tierras sudamericanas.” (Sanchez, 2013)

Grandes resultados está teniendo el Ecuador en el Baile Deportivo, prueba de ello fue el buen resultado que han tenido afamados bailarines de nuestro país, un logro reciente el realizado en el Campeonato de Cali-

Colombia pero que no ha tenido la difusión necesaria, para que la ciudadanía ecuatoriana conozca de la práctica de este deporte y de los logros obtenidos en diferentes competencias, pero poco a poco se puede llegar a que se masifique esta actividad que tiene todos los ingredientes para que quien lo realiza esté saludable y feliz.

1.7 IDEAS A DEFENDER

Sin una comunicación eficiente no será posible dar a conocer una actividad tan importante para la salud física, social y emocional como es el Baile Deportivo, por lo tanto es necesario desarrollar estrategias que promuevan este deporte que hasta el momento es desconocido.

Se debe sacar partido de los logros alcanzados por el Club Smirnov pero que se han quedado entre las autoridades y los estudiantes del club, es indispensable que la población del sector conozca que el Baile Deportivo es una manera diferente de hacer deporte, de estar en forma y de sentirse bien, así como su característica de ser incluyente y sin límite de edad, para que la mayor cantidad de personas que reciban el mensaje deseen conocer y participar.

Cabe destacar, que es necesario desarrollar un Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y masificar el Baile Deportivo en el sector de El Batán donde se encuentra el Club Smirnov.

1.8 MARCO METODOLÓGICO O METODOLOGÍA INVESTIGATIVA

Para el desarrollo de este trabajo se optó por un conjunto de pasos que nos ayudarán a través de dos técnicas de investigación, como son:

- Técnica documental: recopilación de información con teorías que permitirán sustentar nuestra búsqueda de soluciones y la
- Técnica de Campo: entre las que figuran entrevistas y encuestas

Además se realizó un análisis de la situación actual con referencia al problema propuesto y se propone un Plan de Comunicación que a través de estrategias ajustadas a la realidad del Club, puedan encaminar al éxito de este deporte en el ámbito comunicacional, así como sugerencias y recomendaciones concretas.

LAS TÉCNICAS UTILIZADAS:

Análisis de contenido: recopilación y análisis de las legislaciones vigentes relacionadas a los temas propuestos.

Entrevistas de campo: a la Directora del Club SMIRNOV, las entrevistas se realizaron en base a un cuestionario previamente establecido que permitió establecer el nivel de conocimiento de los beneficios del baile deportivo, para dar a conocer a la ciudadanía del barrio El Batán.

También se realizó 68 encuestas a los habitantes del sector de El Batán para constatar el grado de conocimiento sobre los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo y a la par se realizó 35 encuestas a los estudiantes de Baile Deportivo del Club Smirnov para conocer su experiencia en este deporte.

Análisis documental bibliográfico: de textos, revistas y publicaciones digitales sobre los beneficios del baile en lo físico, emocional y social, así como de la estructura, elaboración y usos del Plan de Comunicación y sus estrategias.

1.9 POBLACIÓN Y MUESTRA

El barrio El Batán (Parroquia Jipijapa) es un sector residencial de clase media-alta, de la ciudad de Quito. Aquí se encuentran el Parque Metropolitano Guangüiltagua y uno de los campos santos más importantes del norte de la ciudad. Su principal vía es la avenida Eloy Alfaro que lo atraviesa de norte a sur. El Club Smirnov está ubicado en las calles Cochapata E 11-94 y Abascal.

El Universo general de la muestra se ha tomado en relación a la población del Barrio El Batán con 36.337 habitantes que pertenece a la Parroquia Jipijapa donde está ubicado el Club Smirnov.

Se utilizó la fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Gráfico 1 Fórmula de toma de muestra

Autor: Documento internet Psicología, métodos, tutorial.

Se decidió aceptar un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90%, por lo que la muestra realizada fue de 68 encuestas en el sector, además se realizó una segunda encuesta a 31 estudiantes, es decir la totalidad de los matriculados en el Club Smirnov.

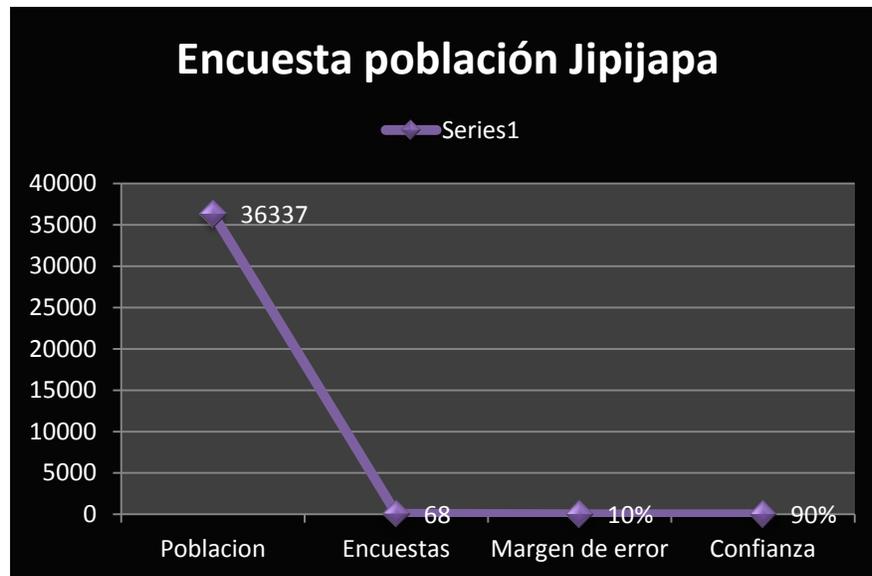


Gráfico 2 Muestra población El Batán
 Autora: Francis Salas

1.10 RESULTADOS OBTENIDOS

Para este estudio se realizó 2 tipos de encuestas, la primera a 68 pobladores y viandantes del Barrio El Batán, con siete preguntas con el fin de determinar el grado de conocimiento del Baile Deportivo impartido en el Club Smirnov, así como los beneficios y apoyo del Gobierno a este deporte.

La segunda encuesta se realizó a 35 estudiantes del Club Smirnov, con el fin de conocer los beneficios del baile en la salud física, mental y emocional de quienes lo practican, abajo se detallan los cuadros de tabulación respectivamente.

Para los datos personales del encuestado se ha utilizado la categoría numérica:

1 Masculino

2 Femenino

De igual manera para tabular y graficar el sector dónde viven los encuestados, se categorizó de la siguiente manera:

1 Norte

2 Sur

3 Valles

4 Centro

1.10.1 TABULACIÓN ENCUESTA NÚMERO UNO, REALIZADA A LOS POBLADORES Y VIANDANTES SECTOR DE EL BATÁN:

ENCUESTA POBLADORES DEL SECTOR EL BATÁN

Se realizaron 68 encuestas a pobladores y viandantes del Sector El Batán, donde se encuentra ubicado el Club Smirnov, en esta se tomó en cuenta datos personales y el desarrollo de siete preguntas con el fin de saber el grado de conocimiento del Baile Deportivo impartido, así como los beneficios y apoyo del Gobierno a este deporte.

En el próximo capítulo se detalla el análisis de las encuestas realizadas, tanto a los pobladores y viandantes del barrio El Batán y de los estudiantes del Club Smirnov.

# ENCUESTA	EDAD	GENERO	SECTOR DONDE VIVE	PRE G 1	PRE G 2	PRE G 3	PREG 4	PRE G 5	PREG 6	PRE G 7
1	48	2	1	1	1	1	1	1	2	2
2	42	2	1	2	2	2	2	1	2	2
3	73	2	1	2	1	2	1	1	2	2
4	31	2	1	1	1	1	1	1	2	2
5	25	2	1	2	1	1	2	1	2	2
6	27	2	1	2	2	2	1	1	2	2
7	30	2	1	1	1	2	1	1	2	2
8	22	2	2	2	2	2	1	1	2	2
9	22	2	2	2	2	2	1	1	2	2
10	42	2	2	2	2	2	1	1	2	2
11	24	2	1	1	1	1	1	1	2	2
12	37	2	3	2	2	2	1	1	2	2
13	45	2	2	1	1	1	1	1	1	2
14	40	2	1	1	1	1	1	1	2	2
15	28	2	1	1	1	1	1	1	1	2
16	55	2	1	1	1	1	1	1	2	2
17	53	2	2	1	1	1	1	1	2	2
18	37	2	2	2	2	2	1	1	2	2
19	32	2	2	2	1	2	1	2	1	2
20	24	2	4	1	2	1	2	2	2	2
21	39	2	2	2	1	2	1	1	2	2
22	38	2	1	2	1	2	2	1	2	2
23	23	2	2	1	1	2	1	1	2	2
24	25	2	2	1	1	2	1	1	2	2
25	42	2	2	2	2	2	1	1	2	2
26	77	2	1	1	1	1	2	1	1	2
27	19	1	1	1	1	2	1	1	2	1
28	36	1	1	1	1	1	1	1	2	2
29	29	1	1	2	2	2	2	2	2	2
30	36	1	1	1	1	1	1	1	2	2
31	56	1	3	1	1	1	1	1	2	2
32	31	1	1	1	1	2	1	1	2	2
33	28	1	2	2	2	2	1	1	2	2
34	43	1	3	2	2	2	1	1	2	2
35	21	1	1	1	1	1	1	1	2	2
36	29	1	1	1	1	2	1	1	2	2
37	29	1	3	2	1	2	1	1	2	2
38	38	1	1	1	1	1	1	1	2	2
39	26	1	2	1	1	2	1	1	2	2

40	49	1	3	1	1	2	2	2	2	1
41	22	1	2	2	2	2	2	2	2	2
42	35	1	3	2	2	2	1	1	2	2
43	38	1	1	1	1	1	1	1	2	2
44	30	1	4	1	1	2	1	1	2	2
45	24	1	2	1	1	1	1	1	2	2
46	48	1	1	1	1	2	1	1	2	2
47	35	1	1	1	1	1	1	1	2	2
48	26	1	4	1	1	1	1	1	2	2
49	35	1	2	2	1	1	1	1	2	1
50	30	1	1	1	1	1	2	1	2	2
51	50	1	1	1	1	1	1	1	2	1
52	21	1	2	1	1	2	1	1	2	2
53	20	1	3	2	2	2	1	1	2	2
54	26	1	2	1	2	1	2	1	2	2
55	34	1	2	1	1	2	1	1	2	2
56	46	1	1	1	1	1	1	1	2	2
57	44	1	1	2	2	2	1	1	2	2
58	40	1	1	1	1	1	1	1	2	2
59	30	1	1	1	1	1	1	1	2	2
60	30	1	2	1	1	2	1	1	2	2
61	30	1	1	2	1	1	1	1	2	1
62	21	1	1	2	2	1	1	1	2	2
63	35	1	3	2	2	2	1	1	2	2
64	40	1	1	1	1	2	1	1	2	2
65	47	1	1	1	1	1	1	1	2	1
66	39	1	1	1	1	1	1	1	2	1
67	30	1	1	1	1	1	1	1	2	1
68	30	1	1	1	1	1	1	1	2	2

Tabla 1 encuesta a 68 Pobladores y viandantes de El Batán
 Autora: Francis Salas

Análisis de resultados de las encuestas realizadas a 68 Pobladores y viandantes del sector de El Batán con el fin de saber el grado de conocimiento del Baile Deportivo, así como los beneficios y apoyo del Gobierno a este deporte, abajo se detalla el rango de edad presente en las encuestas.

EDAD

N	Válidos	68
---	---------	----

EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	19	1	1,5	1,5	1,5
	20	1	1,5	1,5	2,9
	21	3	4,4	4,4	7,4
	22	3	4,4	4,4	11,8
	23	1	1,5	1,5	13,2
	24	3	4,4	4,4	17,6
	25	2	2,9	2,9	20,6
	26	3	4,4	4,4	25,0
	27	1	1,5	1,5	26,5
	28	2	2,9	2,9	29,4
	29	3	4,4	4,4	33,8
	30	8	11,8	11,8	45,6
	31	2	2,9	2,9	48,5
	32	1	1,5	1,5	50,0
	34	1	1,5	1,5	51,5
	35	4	5,9	5,9	57,4
	36	2	2,9	2,9	60,3
	37	2	2,9	2,9	63,2
	38	3	4,4	4,4	67,6
	39	2	2,9	2,9	70,6
	40	3	4,4	4,4	75,0
	42	3	4,4	4,4	79,4
	43	1	1,5	1,5	80,9
	44	1	1,5	1,5	82,4
	45	1	1,5	1,5	83,8
	46	1	1,5	1,5	85,3
	47	1	1,5	1,5	86,8

48	2	2,9	2,9	89,7
49	1	1,5	1,5	91,2
50	1	1,5	1,5	92,6
53	1	1,5	1,5	94,1
55	1	1,5	1,5	95,6
56	1	1,5	1,5	97,1
73	1	1,5	1,5	98,5
77	1	1,5	1,5	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Tabla 2 Edad Pobladores y viandantes encuestados en el sector El Batán
Autora Francis Salas

1.10.2 TABULACIÓN ENCUESTA DOS ESTUDIANTES DE BAILE DEPORTIVO

ENCUESTA ESTUDIANTES BAILE DEPORTIVO "CLUB SMIRNOV"

Se realizó 35 encuestas a los estudiantes del Club Smirnov, con el fin de conocer los beneficios del baile en la salud física, mental y emocional de quienes lo practican, abajo se detallan los cuadros de tabulación respectivamente.

# ENCUESTA	EDAD	GENERO	SECTOR DONDE VIVE	PREG 1	PREG 2	PREG 3	PREG 4	PREG 5
1	12	2	1	3	1	1	2	1
2	28	2	1	2	1	1	2	1
3	15	2	1	3	1	1	2	1
4	29	2	1	1	1	1	2	1
5	18	1	1	3	1	1	1	1
6	18	1	1	2	1	2	1	1
7	20	2	3	2	1	2	1	1
8	13	2	3	3	1	1	1	2

9	21	2	2	2	1	1	1	1
10	16	2	1	4	1	1	1	1
11	20	2	1	4	1	1	1	1
12	18	2	3	4	1	1	1	2
13	25	2	1	2	1	1	2	2
14	17	2	1	1	1	1	1	1
15	10	2	3	3	1	1	1	1
16	43	2	1	4	1	1	1	1
17	32	2	1	1	1	1	1	1
18	23	2	1	4	1	1	2	1
19	19	1	1	4	1	1	1	1
20	16	1	1	3	1	1	1	1
21	20	1	1	4	1	1	1	1
22	21	1	1	2	1	1	2	1
23	17	1	1	1	1	1	1	1
24	21	1	3	3	1	2	1	1
25	18	1	1	2	1	1	1	1
26	11	1	1	3	1	1	2	1
27	20	1	1	4	1	1	1	1
28	19	1	1	4	1	1	1	1
29	17	1	1	4	1	1	1	1
30	14	1	1	4	1	1	1	1
31	11	1	1	2	1	2	2	2
32	15	1	2	1	1	1	2	1
33	51	1	3	3	1	1	2	2
34	36	1	3	2	1	1	1	1
35	42	1	1	1	1	1	2	1

Tabla 3 encuesta Estudiantes Club Smirnov
 Autora: Francis Salas

EDAD

N	Válidos	35
---	---------	----

EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	10	1	2,9	2,9	2,9
	11	2	5,7	5,7	8,6
	12	1	2,9	2,9	11,4
	13	1	2,9	2,9	14,3
	14	1	2,9	2,9	17,1
	15	2	5,7	5,7	22,9
	16	2	5,7	5,7	28,6
	17	3	8,6	8,6	37,1
	18	4	11,4	11,4	48,6
	19	2	5,7	5,7	54,3
	20	4	11,4	11,4	65,7
	21	3	8,6	8,6	74,3
	23	1	2,9	2,9	77,1
	25	1	2,9	2,9	80,0
	28	1	2,9	2,9	82,9
	29	1	2,9	2,9	85,7
	32	1	2,9	2,9	88,6
	36	1	2,9	2,9	91,4
	42	1	2,9	2,9	94,3
	43	1	2,9	2,9	97,1
	51	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Tabla 4 edad de los estudiantes encuestados del Club Smirnov
 Autora: Francis Salas

1.11 BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CAPÍTULOS

El primer capítulo recoge el tema de la tesis y los fundamentos presentados en el Plan de Tesis. En el capítulo II se desarrolla la fundamentación teórica en el que se basa la tesis, donde hay los siguientes temas: Tema 1 El Baile Deportivo, Tema 2 El Club Smirnov, Tema 3 Ley del Deporte Educación Física y Recreación, Tema 5 Plan Piloto de Comunicación para el Club Smirnov.

En el tercer capítulo está explicada la investigación realizada y se expone el diagnóstico obtenidos de las encuestas a los habitantes del sector de El Batán, así como las entrevistas al director del Club SMIRNOV y profesores de la academia un ecuatoriano y un alemán, también se menciona las encuestas realizadas a los estudiantes de baile del Club. En el cuarto capítulo se plasma la propuesta que consiste en el desarrollo del contenido del plan piloto de comunicación en el que se visibiliza los beneficios del baile deportivo y estrategias comunicacionales para la socialización y difusión de este proyecto.

CAPITULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

2.1 EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR Y EL DEPORTE

El país cuenta con un grupo de leyes que benefician la calidad de vida de los ciudadanos, la Constitución garantiza los derechos de las y los ciudadanos a través del Plan Nacional del Buen Vivir, para este proyecto se ha tomado en cuenta el objetivo número 3 en el que se estipula:

“Mejorar la calidad de vida de la población

Buscamos condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecemos la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentable y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos”.

Esta búsqueda de espacios y de práctica deportiva de calidad demuestra la preocupación del Gobierno Nacional que por medio del Ministerio del Deporte, garantiza la existencia y buen desempeño de las Federaciones por Deporte, entidades que velan por el desarrollo de cada una de las disciplinas deportivas, con el objetivo de crear deportistas de calidad y con mira al Alto Rendimiento capaces de representar al Ecuador en las mejores competencias internacionales.

2.1.2 LEY DEL DEPORTE ECUATORIANO

El 4 de agosto de 2010, la Asamblea Nacional discutió y aprobó la Ley del deporte Educación Física y Recreación en la que se especifica:

“Que, al Estado le corresponde proteger, promover y coordinar el deporte y la actividad física como actividades para la formación integral del ser humano preservando principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación;

Otro artículo importante es el que explica: “Que, de acuerdo a lo establecido en el artículo 381 de la Constitución de la República, “El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los y las deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán al control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa.”;

Dado los antecedentes de la Ley del Deporte, el Club Smirnov goza de la protección del Estado ecuatoriano, muestra de ello es formar parte de una Federación de Baile Deportivo, legalmente constituida, por lo que los atletas que logren el puntaje necesario, recibirán todo el apoyo económico, preparación y seguimiento del desempeño de los deportistas que a través de disciplina y esfuerzo podrán formar parte del proyecto de Alto Rendimiento.

En la ley del Deporte, Educación Física y Recreación, hay algunos preceptos fundamentales que establece las normas a las que deben sujetarse estas actividades para mejorar la condición física de quien lo

practique, contribuyendo así, a los objetivos planteados por el Plan del Buen Vivir, como se mencionó en los párrafos anteriores, promulgando la masificación de la actividad física en condiciones acordes a la época que vivimos incluyente y bajo el amparo de un Gobierno que está preocupado del ser humano.

Dentro de los artículos se puede destacar:

Art. 1.- ÁMBITO.- “Las disposiciones de la presente Ley, fomentan, protegen y regulan al sistema deportivo, educación física y recreación, en el territorio nacional, regula técnica y administrativamente a las organizaciones deportivas en general y a sus dirigentes, la utilización de escenarios deportivos públicos o privados financiados con recursos del Estado”.

Ya que el deporte constituye un derecho fundamental de las y los ecuatorianos que buscan una actividad deportiva y que no sea únicamente como recreación sino más bien de acuerdo a aptitudes propias que pueda llevarlos a los primeros lugares a nivel nacional y porque no decirlo a nivel internacional, en el deporte que escojan; en el caso de estudio el Baile Deportivo, existe una Federación legalmente constituida que puede orientar a todo aquel que tenga preferencias por el Baile como deporte.

Además en el artículo 4, se “garantiza el efectivo ejercicio de los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, transparencia, planificación y evaluación, así como universalidad, accesibilidad, la equidad regional, social, económica, cultural, de género, etaria, sin discriminación alguna”.

Conociendo que el desarrollo deportivo no es exclusivo de las grandes ciudades se han construido y remodelado escenarios deportivos en diferentes provincias, con instalaciones acorde al deporte más practicado en la zona. Lastimosamente no hay escenarios propios de Baile Deportivo, esto por el poco número de personas que lo practican.

También es necesario que la población conozca dos artículos el 9 y el 10 en los que se especifica los derechos y deberes de acuerdo a la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación al adquirir un compromiso con un deporte o disciplina deportiva.

Art. 9.-“De los derechos de las y los deportistas de nivel formativo y de alto rendimiento.- En esta Ley prevalece el interés prioritario de las y los deportistas, siendo sus derechos los siguientes:

- a) Recibir los beneficios que esta Ley prevé de manera personal en caso de no poder afiliarse a una organización deportiva;
- b) Ser obligatoriamente afiliado a la seguridad social; así como contar con seguro de salud, vida y contra accidentes, si participa en el deporte profesional;
- c) Los deportistas de nivel formativo gozarán obligatoriamente de un seguro de salud, vida y accidentes que cubra el período que comienza 30 días antes y termina 30 días después de las competencias oficiales nacionales y/o internacionales en las que participen;
- d) Acceder a preparación técnica de alto nivel, incluyendo dotación para entrenamientos, competencias y asesoría jurídica, de acuerdo al análisis técnico correspondiente;
- e) Acceder a los servicios gratuitos de salud integral y educación formal que garanticen su bienestar;
- f) Gozar de libre tránsito a nivel nacional entre cualquier organismo del sistema deportivo. Las y los deportistas podrán afiliarse en la Federación Deportiva Provincial de su lugar de domicilio o residencia; y, en la Federación Ecuatoriana que corresponda al deporte que practica, de acuerdo al reglamento que esta Ley prevea para tal efecto;
- g) Acceder de acuerdo a su condición socioeconómica a los planes y proyectos de vivienda del Ministerio Sectorial competente, y demás beneficios; y,

h) Acceder a los programas de becas y estímulos económicos con base a los resultados obtenidos.

Art. 10.- Deberes.- Son deberes de las y los deportistas de nivel formativo y de alto rendimiento los siguientes:

- a) Estar prestos en cualquier momento a participar en representación de su provincia y/o del país;
- b) Entrenar con responsabilidad y mantenerse sicofísicamente bien y llevar una vida íntegra a nivel personal y profesional;
- c) Ejercer los valores de honestidad, ética, superación constante, trabajo en equipo y patriotismo”. (Deporte M. d., Ley del Deporte Educación Física y Recreación , 2010)

2.2 EL BAILE DEPORTIVO

Los gestos, los movimientos y las posturas que realizan las personas al ritmo de una canción, es lo que conocemos como el baile, ese gusto por moverse cuando una música suena; solo, o en pareja es propio del ser humano, que siempre ha ido más allá, creando nuevos ritmos, nuevos pasos, nuevos escenarios donde se ha llevado al baile en sus diferentes expresiones, para que cientos o miles de personas a nivel mundial pongan en escena un modo hermoso, elegante y sincronizado de moverse al bailar.

“Sucesión de movimientos que se ejecutan adaptados a un tipo concreto de música y con unas características distintivas: baile clásico; baile flamenco.

Baile de salón se realiza por parejas al ritmo de formas musicales tradicionales, como el vals, la polca o el tango, y modernas, como el twist o el rock and roll". (Qué quiere decir, 2011)

“La danza es la más antigua de las artes; su creación se cree anterior a la de la música, la pintura o la escultura: Tal es así que para hablar de los orígenes del baile es necesario remontarnos a la época de las cavernas, ya que bailar es casi tan primitivo como existir.

Los hombres primitivos son los inventores del baile, aunque, eso sí, no se sabe con certeza cuándo ni cómo se originó. Se cree que la danza comenzó como un instrumento de comunicación. Ante la ausencia de una lengua, los hombres del prehistórico necesitaban expresar necesidades y sentimientos, para lo que emplearon movimientos corporales, algo así como bailes”. (Total, 2011)

Dados los antecedentes podemos decir que el baile nos ha acompañado desde los inicios de la humanidad, como medio de comunicación, como expresión corporal, como modo de vida propia al ser humano, uniéndolo a través de movimientos que pretendían decir algo.

La cinematografía a través de los tiempos ha plasmado la danza como una actividad ancestral, como la alegoría de los pueblos. Varios significados pueden tener los movimientos corporales de las personas cuando se unen con la música, lo que sí está claro es que han sido realizados como muestra de agradecimiento por la bonanza en la cosecha, pidiendo lluvia o fertilidad, no es coincidencia que nuestros pueblos ancestrales mantengan viva ciertas danzas tan conocidas como el Inti Raymi, ceremonia inca que se realiza hasta el día de hoy en Bolivia, Perú y Ecuador, esta fiesta rinde culto al dios sol en un marco hermosamente arreglado con frutos y granos de la tierra cada solsticio de invierno en los Andes, estamos hablando de los meses de junio y julio y cada ciudad tiene ritmos propios, el objetivo es el mismo el agradecimiento al INTI (sol).

El baile está unido a un derroche de música y color, que varía en el vestuario, en los ritmos, puede ser rápido o lento, y se ha usado en un sinnúmero de ocasiones en la vida de las personas, ahora bien, si nos acercamos a la Biblia, podemos ver que las danzas y bailes eran practicados con bastante normalidad en esa época.

“Y estad atentos; y cuando veáis salir a las hijas de Silo a bailar en corros, salid de las viñas, y arrebatad cada uno mujer para sí de las hijas de Silo, e idos a tierra de Benjamín. Y si vinieren los padres de ellas o sus hermanos a demandárnoslas, nosotros les diremos: hacednos la merced de concedérnoslas”. (Biblia, 1995)

Esta es una de varias citas donde se menciona al baile y la danza no solo como el momento de búsqueda de pareja, sino también de motivo de alabanza y de agradecimiento por vencer una batalla o simplemente por alegría o felicidad, esto no dista mucho de lo que llegó a suceder en los años 30 y 40 donde surge una nueva forma de vivirlo, saliendo de los salones como un baile de competencia, iniciándose en los años 40.

“Cabe mencionar que la danza se consideró como un deporte legítimo al comenzar el siglo XX en Europa, fue el francés Camille empresario de Rhynal y un grupo de dedicados bailarines los que añadieron la competitividad a una actividad que era considerada únicamente social”, es decir el baile salió del ambiente familiar para abrirse camino y convertir esos salones de esparcimiento en sedes de competencias”. (World Dances Sport, 2010-2012)

El baile deportivo en sus inicios se lo practicaba de manera informal en un salón de casa, imaginemos cómo fluían las relaciones sociales, en estos espacios, un poco desconocidos para la época y con cierta dificultad para quienes lo practicaban, al inicio nadie imaginó que esa muestra de práctica de baile, se la concebiría como lo que es hoy, un baile deportivo o de competición. Cabe mencionar que los diferentes ritmos que se practica en el Baile Deportivo, mantienen el toque de elegancia de la época de los

40, es por ello que quienes decidan dedicarse a esta actividad tendrán que lucir impecables en cada presentación.

Aproximadamente 70 países en el mundo practican el baile de salón como deporte, esto según datos de International Dance Sport Federation (IDSF).

2.2.1 EL VESTUARIO DEL BAILE DEPORTIVO

Al igual que en otros deportes, la vestimenta es requisito fundamental para practicarlo de una manera correcta, podemos decir que para un principiante, es necesario comprar el calzado apropiado que está aproximadamente en unos \$45 y duran aproximadamente unos 6 meses dependiendo de la intensidad del entrenamiento.

En cuanto a los primeros vestidos de competencia, pueden costar, aproximadamente \$80 a \$100, dentro del país.

De acuerdo a las declaraciones de Liliana Serrano, presidenta del Club Smirnov y madre del afamado bailarín José María Zuquilanda, que tiene experiencia en certámenes internacionales, comenta que en Europa la vestimenta puede ir desde los 200 Euros hasta los 2.000 Euros, pero las personas que están interesadas en verdad por este deporte, hacen el esfuerzo necesario para estar a la altura de la ocasión, es muy interesante lo que publica el diario El País de España con el título “El baile deportivo desfila”

“En España existen 129 clubes en los que unas 3.000 personas ensayan a conciencia para ganar alguna competición. En cada una de ellas se despliega una pasarela de moda, una fiesta del mejor diseño.

El diseño se trabaja sobre una normativa estricta, que se suaviza a medida que se sube de categoría, hasta llegar al nivel profesional, en el que todo está permitido. Para el resto: «El vestuario tiene que cubrir las

partes íntimas del cuerpo; no se pueden usar símbolos religiosos; la línea intergluteal no debe verse, así como la inferior de las bragas, que no pueden ser de color carne; la distancia entre las copas del sujetador ha de ser inferior a cinco centímetros...». Si una pareja no viste según el reglamento, se enfrenta a la descalificación inmediata e incluso a no poder participar en otras competiciones.

Estos mandamientos quieren proteger cuatro aspectos fundamentales en el baile: la forma característica de cada disciplina y categoría, la edad de los bailarines, las reglas de buen gusto y la seguridad. «Para evitar golpes, no podemos usar metales ni materiales pesados en las aplicaciones ni en los complementos», aclara Merche. De hecho, el chairman puede pedir al competidor que se quite una joya o una prenda si esta representa algún peligro.

A partir de ahí, todo depende de la creatividad del diseñador”. (Sota, 2013)

Y es que en Europa el Baile Deportivo, es considerado un deporte en su totalidad, lastimosamente en nuestro país, esta concepción permanece en la mente de unos pocos así como el dinero para gastos tan elevados como los que se menciona en la noticia, lo bueno es que al inicio un vestido de licra es suficiente para disfrutar de un deporte completo, que desborda pasión, estilo y belleza.

2.2.2 LA IMPORTANCIA DEL BAILE EN LA SALUD

La vida acelerada que se vive en las grandes ciudades, deja muy poca tregua a las personas para que se relajen, por lo que su salud se ve afectada, principalmente en lo físico y psicológico, ya que el estrés es algo común a temprana edad en estos tiempos.

De la misma forma han crecido opciones que contribuyen al mejoramiento de la salud de las personas, como gimnasios, aeróbicos, maratones, caminatas etc.

De acuerdo al gran número de academias de baile, se puede pensar que esta actividad física ha crecido, pues hay muchas ofertas de cursos y vacacionales en horarios accesibles y a bajo costo.

Pero a pesar de esto, el baile no ha sido conocido al cien por ciento como otros deportes, es decir es visto como un acto social, de goce y de fiesta, pero el baile no solo estiliza la figura, controla el exceso de peso, la presión arterial, el azúcar en la sangre y fortalece los pulmones (control de respiración al ejercitarse) el corazón, también mejora la circulación, así hace referencia el documento de La American Heart Association (AHA por sus siglas en inglés) que recomienda el baile como ejercicio aeróbico para reducir los riesgos de las enfermedades del corazón.

“Todos los ejercicios aeróbicos, en especial las actividades que ejercitan las piernas y los brazos, benefician la salud del corazón. Pero el baile tiene unas características sociales y creativas que lo convierten en un ejercicio más atractivo. Los expertos piensan que las personas tienen más tendencia a mantener la motivación y el entusiasmo de hacer ejercicio cuando el ejercicio es baile”. (About.com B.)

Hay algunos deportes que tienen límite de edad, pero bailar, no tiene edad y brinda grandes beneficios a todas las personas que lo practican, “favorece el drenaje de líquidos y toxinas y la eliminación del exceso de grasas, además fortalece los músculos, porque en este deporte intervienen diferentes grupos musculares y aumenta la flexibilidad, la fuerza y la resistencia. Es muy positivo para personas que sufren de patologías óseas y rigidez de articulaciones”. (PR, 2011)

Además potencia la coordinación, mejora la agilidad, el equilibrio y es un buen ejercicio para el cerebro, mejora la concentración y la memoria pues los estudiantes necesitan recordar los tiempos y los pasos de cada rutina.

De acuerdo a la instructora Pamela Serrano, la postura en el baile, la cabeza, el cuerpo erguido y el paso armonioso mejoran el aspecto físico, eliminando malas posturas derivadas de la vida sedentaria y que a través del baile se corrigen.

Con el paso de los años, el cuerpo pierde masa muscular y aparecen algunas enfermedades propias de la edad como dolores articulares, la osteoporosis, dolencias que pueden mejorar con una práctica habitual de ejercicio y más aun con el baile que derrocha alegría y dota de energía durante toda la jornada.

Uno de los grupos que demuestra mayor beneficio son los niños porque puede ayudar a corregir trastornos congénitos y malas posturas, se lo usa como método pedagógico, les permite desarrollar el oído musical, el sentido del ritmo, la memoria y la expresión corporal, un todo en uno y sin límite de edad.

2.2.3 LOS NIÑOS CON SÍNDROME DE DOWN Y EL BAILE DEPORTIVO

Los beneficios son innumerables, pues la destreza de estos niños, a los que se les dedica una especial atención, porque su aprendizaje es más lento que los niños convencionales, según la instructora Pamela Serrano. Además existen pocas parejas, estamos hablando de 10 parejas, en cuatro academias aproximadamente. Podrían ser muchas más, pero el problema es que los padres de familia no tienen conocimiento del sin número de beneficios, que ofrece este deporte a los niños en general, algunos puntos que se refuerzan con el baile es su actitud alegre, su confianza se fortalece y son capaces de bailar en competencias, en las que desarrollan el mismo tipo de bailes, pero la calificación tiene otros parámetros, lógicamente.

“Por empezar, se trata de una actividad física que favorece el ejercicio cardiovascular, además de fortalecer los músculos y mejorar la elasticidad y el sentido del equilibrio.

Por su parte, favorece la coordinación, la memoria y la concentración. Los movimientos repetitivos y la intención de hacer pasos coordinados que

acompañen a la melodía es un gran estímulo para el desarrollo psicomotor del niño. Le permite también tener un mayor conocimiento de su propio esquema corporal.

Contribuye además a adquirir sentido del ritmo y oído musical, y desde el punto de vista social, les ayuda a desinhibirse, a hacer nuevos amigos y a una mayor sociabilización”. Así lo resume Lola Berati en su artículo “Bailar es beneficioso para los niños”. (Beraty)

Es primordial dar a conocer esta información, que muy pocas personas saben, con el fin de masificar este deporte a estos grupos vulnerables, adultos mayores y niños con síndrome de Down o discapacidad física (personas en silla de ruedas) que a través del baile desarrollan habilidades y destrezas que benefician su calidad de vida, de una forma sana que activa todos los músculos del cuerpo, con un plus, disfrutar de la música y los movimientos en un momento que los vuelve imparables, son ellos y el sonido que mejora sus habilidades, su estado de ánimo y su comportamiento frente a las demás personas.

2.2.4 BENEFICIO DEL BAILE EN LO PSICOLÓGICO Y SOCIAL

En una entrevista realizada a la instructora del Club Smirnov, Liliana Serrano, nos comenta que a lo largo de su experiencia a la cabeza de esta institución, ha visto grandes cambios en la vida de las personas que realizan baile, además expresa que la práctica de este deporte reduce riesgos en la salud, se ha demostrado que el baile mejora las relaciones personales, pues el movimiento y ciertos ritmos son excelente terapia para superar la soledad y la timidez, ya que los bailes de salón permiten conocer a más personas que gustan de la misma actividad, estableciendo nuevas relaciones personales.

Adriana Chávez afamada bailarina ecuatoriana y que continúa su preparación en el Club Smirnov, afirma: “Cuando el cuerpo se ejercita se relaja los músculos, se libera tensiones y desaparece el estrés, por otro

lado la autoestima mejora radicalmente, pues ciertos movimientos proporcionan seguridad, reduciendo la ansiedad y la depresión”. Sin duda las personas que practican el baile logran expresar de mejor manera sus emociones y canalizar la adrenalina, se puede decir que bailar simplemente levanta el ánimo y aleja las penas.

Después de realizar una cobertura periodística del Campeonato de Baile Deportivo en la Universidad San Francisco en Cumbayá, en 2013, no cabe duda que las personas que desarrollan esta actividad, muestran una confianza en sí mismos, pues los individuos en cada movimiento aclaran sus pensamientos, alejándolos de malas ideas o inclinaciones negativas ya que presentarse ante el público bailando demuestra tener seguridad en lo que hacen.

La presidenta del Club Smirnov Liliana Serrano, afirma que el Baile Deportivo es una actividad recreativa, y puede ser usada como terapia para niños con capacidades especiales y con otro tipo de enfermedades.

Recalca que este deporte es inclusivo y solo se necesita dejarse llevar por la música, de un momento sano, lleno de actividad que los pone en movimiento, lo que los anima y fortalece frente a la vida, así lo describe Avedón cuando habla del propósito de la recreación, que se detalla a continuación.

“La recreación terapéutica sirve a los pacientes o clientes que, por causa de dificultad mental, física, social, o debida a la edad, tienen limitado o imposibilitado el acceso a los recursos de ocio. El propósito de un servicio de recreación terapéutica es proporcionar oportunidades a las personas que tienen estas limitaciones para que adquieran habilidades y actitudes para el ocio, así como ejercitar tales habilidades dentro de un marco terapéutico y reparador, que capacite o fomente experiencias recreativas” (Avedón, 1974).

Después de analizar el sin número de beneficios del baile, no podemos olvidar que este ejercicio es muy divertido ¿quién no ha bailado sin sonreír?, la música envuelve a quien la escucha, dejándolo en una atmósfera agradable y llena de gozo, si todas las personas conocieran que el baile tiene tantos favores, no solo físicos, sino mentales y emocionales como los expuestos, seguramente las academias y clubs de baile, estarían repletos de gente activa y sana.

2.3 TIPOS DE BAILE EN EL ECUADOR

Según datos de la Federación de Baile Deportivo, en el Ecuador la práctica del baile tomó mayor fuerza desde el año 2007, posicionando a los bailes estándar con una mezcla de sobriedad y elegancia. Lógicamente este ritmo tiene diferencias de acuerdo a las características propias de los países, las épocas y los niveles sociales en los que se desarrollaron o adaptaron estos bailes.

En general los bailes del grupo estándar (cinco ritmos: Vals, Vals inglés, Vals vienés, Slow Fox, Quickstep) son muy rigurosos, tanto en sus programas como en su vestuario. En la alta competición, los caballeros van de impecable frac y las damas llevan vestidos largos de faldas con orlas de plumas para que pesen y tengan cuerpo en los giros.

Dentro del grupo de los bailes estándar se incluyen estos cinco bailes, con compases por minuto o tiempo en los que se deben bailar los distintos ritmos en competiciones internacionales:

2.3.1 VALS INGLÉS:

Es un elegante baile musical a ritmo lento, originario del Tirol (Austria) por el siglo XII. El vals conquistó su rango de nobleza durante los años

1760 en Viena, expandiéndose rápidamente por otros países. Algunos autores creen que el vals tuvo su origen en la volte o volta, danza de baile en tres tiempos practicada durante el siglo XVI. La palabra vals nació en el siglo XVIII, cuando el vals se introdujo en la ópera y en el ballet. (Pérez)

Este ritmo de tan suaves melodías permite que los participantes pongan su gracia al moverse con la elegancia en las galas, por lo que los deportistas practican aproximadamente 3 horas diarias, todos los ritmos que son parte de la iniciación del baile deportivo o de salón.

2.3.2 TANGO EUROPEO

“El Tango fue el primer baile en Europa antes de la Primera Guerra Mundial: tanto la música como la danza del tango tienen influencias indirectas de la habanera cubana (que podía que ser solo instrumental o cantada), esta fue el antecedente directo de la milonga, de la cual nació el tango hacia finales del siglo XIX, en la zona portuaria de la ciudad de Buenos Aires, esta se caracteriza por una gran variedad de pasos y posturas, elegante y con cierta habilidad para su ejecución.

Hasta 1907 el tango no fue aceptado en Londres, era demasiado erótico y tenía muchos opositores, después de sufrir cambios, fue aceptado en París y en Londres; fue la época de las fiestas, té y cenas-tango con demostraciones de profesionales del tango. Carlos Gardel fue sin duda su cantante más famoso. En la década de 1990 el tango tuvo un auge mundial no sólo en su danza sino también en el nacimiento de nuevos compositores.

Hoy en día el tango es más que un baile, es una filosofía y una forma de vida.

Este baile fue descubierto como baile de competición en la Riviera francesa, donde fue bien presentado por un grupo de sus entusiastas que inmediatamente consiguieron el reconocimiento en París y después en el resto de Europa, para a continuación ser estandarizado”. (Lopez)

Este segundo tipo de baile es considerado en la actualidad como un ritmo completo, logrando competencias en solitario, es decir hay muchos seguidores que no se necesita otro ritmo para tener gran número de participantes, además han surgido nuevos creadores musicales, dando un plus a este deporte.

Una característica del tango es que tiene movimientos lisos, sin quiebre y de pasos largos es muy atractivo por su sensualidad y elegancia, requiere de concentración para poder ejecutar las figuras limpiamente y se lo conoce como el baile principal de Argentina, recordándonos en la mayoría de los casos a Carlos Gardel y su finura al cantar y conquistar con este ritmo.

2.3.3 VALS VIENÉS

Considerado el padre de los bailes de salón, el Vals Vienés tuvo sus orígenes a finales del siglo XII y principios del XIII era conocido como el "Nachtnaz" o noche de danza, donde nacieron bailes como: Weller, Walzer y Ländler; este último baile, es el precursor del Vals Vienés.

“Entre 1800 y 1820 los pasos y figuras del Ländler se redujeron, debido a la velocidad de la música, y nació el Vals Vienés de 6 pasos. Las primeras melodías de Vals Vienés datan de 1770. Fue introducido en París en 1775, pero transcurrió un cierto tiempo hasta que llegó a ser popular. En 1813, Mr. Byron condenó el Vals Vienés por ser un baile inmoral, ya que con sus rápidos giros de parejas que se sujetan como en un abrazo conmocionó a la sociedad de su tiempo. En 1816 el Vals Vienés fue aceptado de nuevo en Inglaterra, pero aun había cierto rechazo hacia este baile en ciertos sectores”. (Historia del Vals Vienés, 2010)

Como dato curioso, en 1833, se difundió un libro de "buena conducta" en el que permitían solo a las mujeres casadas bailar este tipo de baile, considerado inmoral para ser bailado por señoritas.

Por el siglo XIX se convirtió en el baile de salón por excelencia, dejando de lado al nuevo estilo musical jazz.

El vals vienés se ha mantenido hasta el día de hoy gracias al recuerdo de grandes compositores como: Johann Strauss el Mayor y Strauss el Joven, conocidos como los reyes del vals. Es quizás "El Danubio Azul", creada por Strauss hijo en 1867, la obra cumbre del Vals Vienés (música) con más de un millón de ejemplares en el mismo año y que, en 1899, fuera entonada al paso del féretro de Johann Strauss.

En nuestra sociedad, este ritmo se ha mantenido en la memoria de la gente, y es requisito fundamental para quienes deseen festejar los 15 años o la boda de una hija con esta hermosa melodía, que llegó desde Austria para quedarse en las tradiciones del pueblo latinoamericano.

En el sitio web Más que baile, se hace mención al surgimiento del Boston, un baile con movimientos y pasos deslizantes, y el vals criollo de Sudamérica, que se suele bailar con golpes de tacones y zapateos. Los valeses del siglo XIX eran mucho más rápidos que los del siglo XX, variando de una velocidad media a muy lenta. Destacados compositores aparecieron como: Johannes Brahms y Frédéric Chopin creando valeses y Piotr Ilich Chaikovski los incorporó en sus ballets: El lago de los cisnes, La bella durmiente y El cascanueces, verdaderas obras de arte que deleitan hasta nuestro días. (López, Más que baile)

2.3.4 SLOW FOX

Literalmente significa zorro lento y fue un ritmo que se dio después del nacimiento del Fox-Trot en 1912, con las primeras orquestas de Jazz, su nombre significa, literalmente, "trote del zorro" aludiendo a las primitivas danzas negras que imitaban pasos de animales y en las que se inspiraron los primeros bailarines de Fox-Trot. A partir del Fox-trot original aparecen dos de las modalidades de los actuales concursos internacionales: El Slow-Fox (fox lento) y el Quickstep (fox rápido). El fox lento se bailaba inicialmente con un tiempo de 48 compases por minuto, número que se

fue reduciendo hasta llegar a 32 compases por minuto a finales de los años 20. (López, Más que Baile)

2.3.5 QUICKSTEP

El Quickstep, tiene entre 50 y 52 compases por minuto.

Este baile nació en los años 20 y debe su nombre a su creador, un americano llamado Harry Fox. Desde sus orígenes el Foxtrot era un baile que combinaba movimientos lentos con rápidos. A finales de 1918, el Slow-Fox se popularizó mucho, y pasó a ser conocido como "jazz-roll". Los maestros europeos de baile no estaban contentos con cierto carácter "impetuoso" del Foxtrot y comenzaron a pulirlo. Entre 1922 y 1929, Frank Ford, desarrolló los movimientos básicos del Slow Foxtrot. Los años 30 fueron la época dorada de este baile, y fue entonces cuando el Slow Fox se introdujo en los bailes Standard. El estricto tempo musical no estaba delimitado en aquella época, y las orquestas interpretaban el Foxtrot en un amplio rango de tempo musical, pero esto se solucionó cuando la orquesta de Víctor Silvester comenzó a hacer grabaciones. (López, Más que baile)

Las características de estos dos tipos de baile son:

Variante lenta del Foxtrot. Es el más técnico de los Bailes de Salón. Su estructura es de 4 tiempos por compás, bailado a 30 compases (4/4) por minuto con pasos largos y deslizados, añadiendo también un movimiento ondulante pero mucho menos pronunciado que el del Vals Inglés. (López, Más que baile)

2.3.6 BAILES LATINOS EN EL BAILE DEPORTIVO

Dentro de los Baile Latinos que se practican en el Baile Deportivo se conocen los siguientes ritmos:

2.3.6.1 SAMBA:

Su nombre proviene de la palabra “sembe” que significa ombligo y es natural de África y típica del carnaval y de la cultura de Brasil.

La Samba no llegó a Europa hasta principios del S.XX aunque no fue hasta finales de la década de los 30 y principios de la década de los 40 que la Samba se popularizó, gracias a su aparición en películas de Hollywood.

A raíz de ese boom, poco a poco la variante internacional de la Samba va cogiendo forma y fue estandarizada para las competiciones de bailes deportivos latinos. Aunque la Samba que se baila en Rio es sólo, poco tiene que ver con la Samba de pareja internacional. La Samba se baila sobre un tempo rápido de 2/4 (a veces de 4/4): de 50 a 60 MPM. Baile deportivo. (Deportivo B. , Baile Deportivo.net)

2.3.6.2 CHACHACHA

“A mediados del siglo XX, Enrique Jorrín director de la Orquesta América, dio a conocer “La engañadora” en 1948, una canción con un nuevo tipo de melodía resultante de sus experimentos con el Danzón. Este estilo gustó a los que bailaban, que ahora podían improvisar más e inventaron nuevas figuras.

Jorrín compuso otras melodías del mismo estilo, y el nombre con el que originariamente llamó a sus experimentos fue el “Neo danzón” un nombre poco atractivo, pero propio del compositor.

El nombre que todos conocemos nació con la ayuda de los bailarines, cuando al inventarse el baile que se acoplaba con el ritmo, se descubrió que los pies marcaban un sonido peculiar al rozar el suelo, precisamente en tres pasos de ritmo sincopado, que se lo conoce como chachachá dado que viene de ese sonido su nombre”. (Tiempos, 2009)

2.3.6.3 RUMBA

La Rumba tiene su origen en las danzas populares de Cuba, principalmente “la Habanera” o “La Guajira”. Su nombre viene del término que según la tradición cubana significa bailar: “rumbear”, además se le considera como el baile del amor, sus movimientos lentos le otorgan una sensualidad particular.

La primera versión de Rumba que se conoce surgió en el año 1920 con el nombre de “Rumba-Bolero”, es una rumba lenta en la que los bailarines están muy cerca el uno del otro; muy parecida al Slow moderno que se conoce actualmente.

La Rumba que actualmente se la conoce aparece en los años 40, y se desarrolló en Estados Unidos e Inglaterra una característica que la diferencia, es que en esta Rumba los bailarines están más distanciados, lo que permite intercalar fases dinámicas con gestos lánguidos. El asentamiento del estilo definitivo de la rumba se produjo en 1947, en Milán, durante un congreso internacional de profesores de baile.

La Rumba que se baila en competición no tiene nada que ver con la rumba de los de los orígenes (excepto por la música). Ésta se baila sobre un tempo lento de 4/4: de 26 a 34 MPM generalmente y de 28 a 31 en competición. Orígenes (excepto por la música). Ésta se baila sobre un

tempo lento de 4/4: de 26 a 34 MPM generalmente y de 28 a 31 en competición. (Deportivo B. , Baile Deportivo.net)

2.3.6.4 PASODOBLE

El pasodoble o paso-doble es una marcha ligera utilizada en los desfiles militares, con una característica especial que hace que la tropa pueda llevar el paso ordinario: 120 pasos por minuto. La música que acompaña esta marcha posee compás binario y movimiento moderado y fue introducida en las corridas de toros. También se denomina pasodoble al baile que se ejecuta al compás de esta música.

El pasodoble es una variedad musical dentro de la forma de marcha y posteriormente un estilo de baile. La marcha es una obra musical que entra dentro de las composiciones definidas por el movimiento o por el ritmo. Una marcha regula el paso de un cierto número de personas (por ejemplo, las marchas militares en los desfiles). Se trata de un estilo musical extendido por todo el territorio español. Tiene un vínculo muy estrecho con las fiestas de toros.

Parece ser que el pasodoble procede de la tonadilla escénica, que era una composición que en la primera mitad del siglo XVIII servía como conclusión de los entremeses y los bailes escénicos y que luego desde mediados del mismo siglo era utilizada como intermedio musical entre los actos de las comedias.

Compás musical: 2/4 con acento en el pulso 1º de cada compás musical, la velocidad de ejecución es de 60/62 compases por minuto y se cuenta: 1,2. (Pasodoble Wikipedia, 2001)

2.3.6.5 JIVE

Aunque el término "jive" era utilizado para indicar la manera de bailar sobre la música jazz/swing durante los años 30 y 40, actualmente el baile "Jive" es el equivalente del Rock en el baile deportivo y se baila en 6 tiempos.

El Jive actual forma parte de los 5 bailes latinos de competición. La característica esencial del Jive es el movimiento pronunciado de las caderas (características de los bailes latinos de competición). En competición, el Jive se baila sobre un ritmo musical 4/4 a una velocidad comprendida entre 44 y 46 MPM. El Jive es, de todos los bailes latinos de competición, el que más resistencia física requiere. (Baile deportivo, 2009)

2.4 CLUB DE BAILE SMIRNOV

El Club tiene 9 años de existencia, originalmente inició por la asociación de Cultura Ecuatoriano-Rusa y se llamaba Academia Trobante, los cursos eran dirigidos para la preparación de instructores ecuatorianos, pues no existía personal calificado para este deporte, ahí inició el Baile Deportivo en el país bajo el apoyo de la asociación Rusa. Poco a poco se consolidó esta disciplina y pasó a manos directas de emprendedores ecuatorianos y cambió su nombre al Club Smirnov, como se lo conoce hasta el día de hoy constituido legalmente hace siete años.

De acuerdo a la versión de Liliana Serrano, ratifica que el club es el más grande del país y seguramente de Latinoamérica, a la cabeza se encuentran dos hermanas Pamela y Liliana Serrano, la una experimentada bailarina e instructora y la otra publicista de profesión, pero divide su tiempo para encargarse de todo lo legal, lo logístico y administrativo, una combinación perfecta que han hecho de este Club, un semillero de atletas de Alto Rendimiento.

Cuando inició la academia, no existía una Federación por lo que no se podía ser considerados legalmente como un deporte, pero posteriormente se creó la Asociación de Baile Deportivo, que pasó a ser una Federación provisional, un paso importante para transitar hacia una Federación de Baile Deportivo totalmente legalizada y ser un deporte como tal.

Actualmente están registrados 78 alumnos como deportistas, de las cuales 36 son parejas activas y 17 parejas pertenecen al Club Smirnov, es decir son parejas que ya compiten y que tienen su jornada de entrenamiento establecida y con un personal que les realiza un seguimiento de sus avances conformada por: un Deportólogo, un psicólogo y técnicos, cabe mencionar que el Ministerio del Deporte tiene un servicio de centro médico, donde se les asiste a los deportistas a través de una cita médica de lunes a viernes, mejorando los cuidados en las diferentes disciplinas deportivas, en un ambiente de calidad y con una infraestructura adecuada.

Una curiosidad de este club, es que los tres hijos de Liliana Serrano, dueña y presidenta del Club Smirnov, bailan desde pequeños, entre ellos está el destacado deportista José María Zuquilanda, que ha sus 18 años ya ha sido cinco años consecutivos campeón nacional en diferentes categorías, dos años campeón Latinoamericano, dos Campeonatos Mundiales y en febrero de 2014 tuvo una excelente participación en los Juegos Panamericanos en Canadá, trayendo logros y triunfos para el país.

Antecedentes como este, permite al Club Smirnov gozar de la categoría de “Alto Rendimiento”, donde las parejas deben participar en circuitos olímpicos, competencias latinoamericanas y mundiales, así como cumplir con un determinado número de horas de entrenamiento y aparte cumplir con los requisitos que se solicita en la ficha emitida por el Ministerio del Deporte con la que se cataloga como deportistas de Alto Rendimiento, si el puntaje se ha conseguido con éxito.

Al momento 8 clubes forman parte de la Federación de Baile Deportivo, cuatro son de Alto Rendimiento y cuatro son de Formativo, lo que quiere decir que se cuenta con espacio e infraestructura para el desarrollo completo de esta disciplina, exigencias necesarias para el correcto desarrollo de este deporte.

En el Club Smirnov los costos de inscripción, por 20 dólares de inscripción al año y 50 dólares mensuales, los interesados recibirán nueve horas semanales de técnica grupal, además la libertad de usar la sala cuando los estudiantes deseen repasar o practicar por iniciativa propia.

En caso de los deportistas que están en etapa de competencia las clases individuales tienen un costo de 20 dólares la hora por pareja, un costo de 10 dólares por persona, relativamente económico; más aún si se es consciente que este esfuerzo económico le puede representar una mayor posibilidad de triunfo y reconocimiento del Gobierno Nacional que premia a los mejores deportistas según su categoría.

Para deportistas de calidad que no tienen los recursos, hay un sistema de becas al que pueden acceder por méritos, esto con el fin de aprovechar la potencialidad de los bailarines con mira al oro en las competencias y por ende a la puntuación elevada para el Alto Rendimiento.

El Alto Rendimiento es un programa del Ministerio del Deporte que premia la excelencia de los deportistas, asignándoles una pensión por categoría, esto con la finalidad de que los deportistas se preocupen a tiempo completo en su rendimiento y preparación, sin descuidar en algunos casos la manutención de sus familias, siendo este uno de los motivos principales para la deserción de grandes promesas.

Este beneficio está expuesto y detallado en la Ley del Deporte y todos los deportistas comprometidos y que han logrado cumplir con una tabla de puntuación, están en pleno derecho de recibir este beneficio, previo análisis de los requisitos solicitados por parte del Ministerio del Deporte. (Serrano, 2014)

2.4.1 LA TÉCNICA Y DISCIPLINA DEL BAILE DEPORTIVO EN EL CLUB SMIRNOV

El Baile deportivo a nivel mundial, se refresca y cambia, si bien es cierto el estilo está estandarizado, hay detalles que solo con la experiencia en otros países, cuando se compite o cuando se busca esta preparación se aprende, es por ello que es muy importante la vivencia de los instructores y deportistas en otras partes del mundo, para comprender y aprender nuevas técnicas que se renuevan, con el fin de intentar caminar a la par de países como Alemania y Rusia cunas de bailarines reconocidos a nivel mundial.

El Club Smirnov, realiza talleres con expertos en técnica, con el fin de mantener o mejorar el nivel, tomando en cuenta los cambios y modificaciones que tiene el Baile Deportivo a nivel internacional; pero los gastos de un instructor internacional son muy elevados y en base de

esfuerzo el Club Smirnov los contrata para mejorar el nivel, eso se nota cuando el número de parejas de calidad aumenta, como es el caso de este Club.

A mediados de finales de mayo de 2014 un alemán enamorado del baile, llegó a Ecuador para impartir sus conocimientos, Dirk Haydman, ofreció un taller y clases grupales e individuales, para los alumnos del Club Smirnov, experiencias frescas e interesantes que llegaron de la mano de uno de los mejores exponentes de Baile Deportivo y que se ha desempeñado no solo como instructor, sino como juez en los mejores certámenes internacionales.

Este intercambio de conocimientos prepara de mejor manera a los deportistas y alumnos interesados en despuntar como los número uno en el Baile Deportivo del Ecuador, esta iniciativa acerca a la realidad de otros países que han desarrollado esta actividad deportiva como en Alemania, Rusia, China, Francia, Italia y España países que están dentro de los 70 en los que se practica este deporte con gran aceptación.

2.4.2 EL INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS ENRIQUECE LA TÉCNICA DE LOS BAILARINES EN EL CLUB SMIRNOV.

Para el análisis de estudio se ha tomado en cuenta la experiencia de afamados bailarines como son: Adriana Chávez y José Zuquilanda, reconocidos deportistas que buscan ser nuevamente parte del Plan de Alto Rendimiento, como ya lo fueron cuando se establecieron como campeones en categoría Junior hace algún tiempo.

Entrevistas de campo: al Director del Club SMIRNOV, a la Docente Pamela Serrano y al Tutor alemán Edel Haydeman, las entrevistas se realizaron en base a un cuestionario previamente establecido que permitió

revelar como se ha desarrollado el Baile Deportivo en nuestro país, así como la necesidad de intercambiar conocimientos con destacados exponentes para mejorar el nivel de los estudiantes del Club Smirnov; ejemplo de ello es la clase impartida por el alemán Haydeman que acerca las últimas tendencias del Baile Deportivo a través de sus visitas que se limitan por una agenda muy apretada.

A pesar de ello los alumnos del Club Smirnov aprovechan este encuentro que los prepara de mejor manera y con un costo accesible, ya que un curso en Europa sale por completo del presupuesto de los deportistas nacionales, las autoridades del club, están convencidos que estos esfuerzos se ven reflejados en el primer lugar que tienen como Club de Alto Rendimiento, ya que siempre están pensando en el mejoramiento deportivo de los estudiantes a quienes se deben.

3. IMPORTANCIA Y ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El Plan es un programa, un proyecto a seguir, con el fin de cumplir objetivos propuestos para una determinada organización. El plan puede tener medidas de cambio para una determinada situación, intentando cuidar, preservar o mejorar la imagen de una institución. (Aljure, 2005)

Un Plan de Comunicación es un proyecto que se elabora no solo para mejorar la imagen de una institución, sino para que a través de estrategias comunicacionales se presente la realidad de la empresa a la sociedad, en este, se puede evidenciar el correcto desenvolvimiento de la empresa; para ello se elabora pautas y procedimientos que faciliten el cumplimiento de un objetivo determinado, a través de acciones y estrategias pensadas en bienestar de la empresa, sea pública, privada o mixta. (Libaert, 2005)

De acuerdo al documento del técnico español de comunicación Joan Costa Vilaplana, un plan de Comunicación debe tener siete aspectos fundamentales a tomarse en cuenta: “Una vez la empresa decide apostar por elaborar un plan de comunicación, pueden surgir dudas respecto a qué debe contemplar dicho plan, estas preguntas que se deben tomar en cuenta antes de hacer un plan de comunicación son: ¿Cuál es nuestra misión?, ¿En qué momento estamos?, ¿En qué puede ayudarnos la comunicación?, ¿A quién hemos de comunicar?, ¿Qué hay que comunicar?, ¿Cómo lo debemos comunicar?, ¿Lo hemos hecho bien? ¿Nos ha servido? Responder a estas cuestiones nos llevará, de forma natural, a construir el esqueleto básico de un buen plan de comunicación, esa hoja de ruta que nos permitirá dar a conocer lo que hacemos y cómo lo hacemos a nuestros públicos objetivos”. (Vilaplana, 2009)

Estas preguntas pueden ser resueltas rápidamente con la ayuda de un Dircom (director de comunicación, con la misión de planificar y gestionar cualquier tipo de actividad que afecte la imagen pública de una empresa) quien puede mejorar la comunicación interna y externa de la empresa; así como crear estrategias que se ajusten a la realidad de la empresa, teniendo bien segmentado al público al que se dirige, con un mensaje apropiado a la actividad que desarrolla.

El plan puede ser orientado a mejorar la comunicación interna, pues los públicos internos o recursos humanos de la institución, son los llamados a conocer todo lo necesario para realizar bien su trabajo. Se debe eliminar la existencia de una sola línea de comunicación descendente (jefe-empleado), se debe dejar que asciendan sus mensajes a los directivos, y percibir desde otro punto de vista lo que sucede en la institución.

“La comunicación debe fluir de manera ordenada y dentro de un plan estratégico interno, para que todas las acciones estén vinculadas, cuidando siempre lo que se dice y hace, posteriormente será más fácil evaluar si las acciones tomadas fueron las correctas o si se necesita cambiar o mejorar en la comunicación interna de la institución”. (Capriotti, 2013)

Dentro de la comunicación institucional tenemos dos tipos de públicos, así lo menciona María Luisa Muriel, en su libro "Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Públicas, donde divide estos aspectos en Comunicación intra-institucional, que vendría a ser los públicos internos que dependen directamente de la institución. Y por otra parte la Comunicación extra-institucional: es el enlace entre la institución y los públicos externos, los que a su vez según la autora, divide en públicos externos generales y públicos externos específicos, los primeros constituidos por la comunidad nacional e internacional del macro sistema social de la institución".

Por otro lado, los públicos específicos externos los cuales están vinculados en un alto grado a la institución, también conocidos como clientes y a los que van dirigido el mensaje.

"La importancia de la comunicación externa, es decir la que se da entre la institución y sus públicos externos, radica en que es a través de ella que la institución entra en contacto con su medio ambiente. Es precisamente de este ambiente de donde la institución obtiene los insumos necesarios para el desarrollo de sus funciones". (Muriel, 1980)

Entendiéndose como tal, la necesidad de elaborar de manera clara y precisa el mensaje para el público externo, sin olvidar a los públicos internos, pilares fundamentales para el cumplimiento de los objetivos que establece la empresa.

Por su parte Capriotti menciona: "no todos los públicos con los que se relaciona una organización tienen la misma importancia, puesto que unos influyen más que otros en el funcionamiento y en el logro de los objetivos de una organización" y continúa diciendo "la importancia de cada público es relativa al momento o situación en que se encuentre la organización y, por tanto, no es una cualidad "intrínseca" a los públicos"

Por lo que se puede entender que existen variantes en la concepción de los públicos, ya que estos pueden cambiar de acuerdo a una determinada situación, es por ello que el análisis y cuidado de los públicos debe ser bien establecido.

En lo que varios autores coinciden, es en la importancia del mensaje en la comunicación de una organización, tanto con sus públicos internos como con sus públicos externos. La retroalimentación de una comunicación eficiente crea lealtad en el público interno y genera seguridad en los altos cargos que pueden tener tranquilidad y un rango de confianza con sus subalternos, esto se consigue por lo que se conoce comúnmente como espíritu de cuerpo, creada por esa situación de pertenencia que se logra con algún tiempo de trabajo, reforzado con la transparencia en los manejos de lo directivo, administrativo y comunicacional de todos los involucrados.

Otro punto importante en el plan, es la comunicación externa que está encaminada al cómo y dónde dar a conocer la información, o al tipo de mensaje que se elaborará para un determinado sector de la sociedad.

“La Comunicación institucional es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde se realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, para darse a conocer socialmente y proyectar una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

La comunicación y la difusión de ideas es algo común a la sociedad desde sus orígenes. La interacción de instituciones y personas en la sociedad, la mutua influencia, será positiva o negativa dependiendo de quienes interactúen entre sí. Lo que hace positiva o negativa una comunicación institucional es la identidad de la institución y los valores que defiende, el mensaje que transmite, el modo en que lo hace, la finalidad.” (Solana, 2004)

La Doctora Yolanda Martínez, profesora en periodismo en la Universidad Complutense de Madrid, analiza claramente en los dos párrafos anteriores sobre el significado de la comunicación institucional y su relación con los actores sociales, dando pautas sobre el correcto manejo y presencia de la empresa, pues todo suceso, evento o actitud de quienes formen parte de la misma, tendrá trascendencia en la manera de percibir a la institución por parte de las personas.

Por su parte Joan Costa en su Manifiesto 15 Axiomas para los DIRCOMS:

“La Comunicación corporativa: La cultura interna, la identidad, la imagen y la comunicación son decididamente corporativos, en el sentido de que toda empresa es un "corpus", un todo armónico e indivisible.

La comunicación corporativa es la suma de las diferentes formas de la comunicación empresarial: interna-externa, institucional-comercial, interpersonal-mediática.

La comunicación, ya sea de índole publicitaria, de relación o promocional, no debería ser concebida como una función más, separada y adosada artificialmente a la de las empresas, sino como parte de esa acción”.
(Costa, Joan Costa Institute)

No podemos olvidar jamás que la Comunicación es importante y que lleva mucha responsabilidad, su mensaje debe ser cuidadosamente estructurado, veraz y transparente, pues llevará inmerso los valores e identidad de la institución, es por ello que el manejo de la misma puede hacer triunfar o sucumbir a una empresa, hay varios aspectos que se deben procurar para llegar a la concepción de un exitoso plan, donde la comunicación es el eje principal ya que se trata con personas que se harán una concepción, por lo que ven, escuchan o perciben de la institución.

Analizando brevemente la postura de los dos autores anteriores, se realizó varios acercamientos con autoridades y docentes del Club Smirnov, para conocer los logros y las necesidades que para ellos eran evidentes, con esto la autora ratifica la idea de que el Club como toda organización necesita dar mayor importancia a la comunicación para dar a conocer los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo en nuestro país, así como la contratación de una persona que se encargue netamente de todos los aspectos comunicacionales, ya que el crecimiento de alumnos existe, pero todavía no tiene un reconocimiento por las personas del sector de El Batán donde se ubica esta academia, eliminándose la posibilidad de

masificar este deporte, así como el desarrollo físico, mental y social que brinda esta disciplina deportiva.

Para Marcelo Manucci “La comunicación crea realidades a partir de la producción de significados. Las palabras no son neutras. Las acciones no son gratuitas. Todo lo que la organización dice o hace tiene un costo. La comunicación de la organización trasciende la estructura de los mensajes que ella produce voluntariamente.” (Manucci, 2008)

Pero si estos mensajes se quedan únicamente en los alumnos y no trasciende más que el espacio de los familiares de los practicantes, el resultado será el mismo, un deporte de pocos. En cambio, si comunicamos y creamos un significado en la mente de las personas sobre todo lo que abarca la práctica de este deporte, se podrá invitar a más personas, lógicamente el Club Smirnov con el buen desempeño que ha tenido podrá presentar una identidad objetiva, es decir la que el Club es en realidad por medio de estrategias comunicacionales que creen una interconexión con el baile deportivo y con el Club Smirnov.

Margareth Weatley sostiene “que en las organizaciones competentes existe una interconexión dinámica de tres esferas: identidad, información y relaciones; siendo estas últimas las que representan la red neural de la organización: constituyen su capacidad de participación, integración e interconexión”. (Marshall, 1999)

Es decir el mensaje que se emite debe ser auténtico, claro y real, no se puede mentir, ni aumentar, tampoco ofrecer cosas que no se podrán cumplir, se debe aprovechar la buena reputación de la que goza el Club Smirnov y crear confianza en las personas que reciban nuestro mensaje, para poder mantenerse a lo largo del tiempo con el servicio de clases de Baile Deportivo.

En el Ecuador el Baile Deportivo despuntó formalmente como deporte de competencia hace 4 años, mientras que en Europa inició por el 1907 en Francia específicamente, según datos de la Federación de Baile, esto no quiere decir que Ecuador no tenga posibilidades, todo lo contrario. En una entrevista a Dirk Haydeman popular instructor alemán, que visita esporádicamente el Club Smirnov, recalca: “el ritmo los latinos y latinas lo llevan en la sangre, por lo tanto se les hace fácil el aprendizaje de otros ritmos”, lastimosamente no se ha comunicado de manera eficaz, todo lo que representa la práctica de este deporte y mucho menos los beneficios que tiene para el ser humano, no se ha dado la importancia necesaria a la parte comunicacional, es hora de hacer uso de las herramientas que la Comunicación posee, para tener los resultados esperados.

Joan Costa, uno de los más altos exponentes en el análisis de la construcción de la imagen de una empresa, ratifica de la importancia de la comunicación, como un elemento de fuerza y potencia durante la existencia de una organización.

“Es preciso, pues determinar sin riesgos de error, cuál es el modelo de la imagen que la empresa necesita: a) en función de su plan estratégico y objetivos globales, y b) en función de la imagen que existe en el público forjada por medio de prejuicios, impresiones y experiencias, que sirven de correctores o de adaptadores reales de a). (Costa, Imagen Corporativa en el siglo XXI, 2006)

El gráfico que se presenta en la página 68, explica de mejor manera los elementos para llegar a un plan de comunicación.

Este capítulo recoge el tratamiento conceptual de nuestro objeto de estudio, en el que se ha tomado en cuenta cada uno de los puntos que se consideran importantes dentro para la práctica de este deporte, la existencia del Club Smirnov, las ventajas para quien lo practica, así como

la necesidad de la Comunicación y de un plan Comunicacional considerando los antecedentes y los resultados obtenidos de las encuestas a través de un análisis y síntesis personal para las posibles estrategias en busca de una solución y masificación del Baile Deportivo.

3.1 LA IMAGEN DEL CLUB SMIRNOV Y LA LEY DE COMUNICACIÓN

El viernes 14 de junio de 2013, la Asamblea Nacional aprobó la Ley de Comunicación, para conocimiento abajo se explica en un breve resumen lo que es la Ley de Comunicación y con qué fines se creó.

“Esta normativa (119 artículos, 22 disposiciones transitorias, 6 reformatorias y 2 derogatorias) prohíbe la concentración de frecuencias de radio y televisión. La ley pretende una distribución "equitativa" del espectro radioeléctrico.

Plantea así la reversión de frecuencias ilegalmente conseguidas y la redistribución de las mismas, de tal manera que exista un 34% asignada a medios comunitarios, un 33% a medios públicos y un 33% a medios privados. La Ley considera acciones afirmativas para que se instalen y sostengan: préstamos para compra de equipos, exención de impuestos para la importación de equipos, capacitación administrativa y comunicacional.

También contiene principios deontológicos y criterios de responsabilidad ulterior, establece el derecho a la rectificación y a la réplica, determina la posición de los medios respecto a los procesos judiciales, y prohíbe la censura previa.

También crea la Superintendencia de Información y Comunicación, órgano que se encargará de la "vigilancia, auditoría, intervención y control" con "capacidad sancionatoria" sobre la actuación de medios de comunicación; también crea otro órgano el Consejo de Regulación de Medios, que tendrá atribuciones en ámbitos como el acceso a la información, contenidos y franjas horarias, elaboración de reglamentos y de informes para la adjudicación de frecuencias, entre otras competencias”. (Telégrafo, 2013)

En este breve fragmento de la Ley de Telecomunicaciones, entendemos que toda imagen publicitaria debe cumplir parámetros específicos, al elaborar un Plan Piloto de Comunicación se debe tomar en cuenta los artículos para no infringir la ley, más aun cuando se trata de un Club privado, que forma parte de una Federación estatal, por lo tanto nuestro mensaje presentará esta actividad deportiva con el fin de dar a conocer los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo, para que la población tenga una nueva elección recreativa.

Las imágenes y contenidos que se usarán para el video institucional, respetan las condiciones de la Ley, ya que lo que se pretende es informar, no persuadir, además se promueve el respeto a los bailarines de sexo masculino, intentando eliminar el estereotipo de que el baile es solo para mujeres; se presentará de una forma creativa ejemplos de inclusión pues el Baile Deportivo tiene competencias para personas con discapacidad física e intelectual que la mayoría de la población desconoce. El Baile activa física, emocional y socialmente a las personas, sin límite de edad, mejorando su calidad de vida, mientras más personas lo sepan, más personas estarán saludables y felices, factores fundamentales para una sociedad que se encamina al Buen Vivir.

La información ofrecida sobre los servicios que brinda el Club Smirnov y el material fotográfico se ajusta al artículo 50, 56, 63 y 64 que corresponden a esta actividad deportiva, como consta en la Ley de Comunicación, siempre apegados al respeto y al carácter informativo para la socialización de este deporte poco conocido en el Ecuador.

3.2 ELEMENTOS INFORMATIVOS PARA PLANTEAR UN PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN



Gráfico 3 – Fuente Documento El Plan Estratégico de Comunicación, Autor: Andrés Aljure.

Este gráfico explica de manera sencilla los pasos necesarios para poder realizar un Plan de Comunicación, así como las características que influyen en el momento de la elaboración de una propuesta comunicacional.

No se puede pensar que el baile se detenga en el tiempo, si bien es cierto, hay puntos estandarizados dentro de esta actividad, también es cierto que

evoluciona constantemente, estas variaciones y nuevas figuras serán compartidas por parte de los instructores internacionales que colaboran con el Club Smirnov colocando a los estudiantes nacionales a la par de los deportistas internacionales.

Como segundo paso, se consideró la idea de socializar los beneficios del baile en la salud, como una actividad de recreación, factor importante en el desarrollo del ser humano. Por lo tanto se debe tener en cuenta que el ocio y la recreación reproducen una serie de valores y experiencias, que crean un ambiente favorable para quien lo practica, mejorando su calidad de vida, manteniendo al individuo sano de mente y de espíritu.

CAPITULO III- DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

Para el desarrollo de este trabajo se optó por un marco metodológico teórico, con un método de análisis y síntesis; además se realizó una investigación cualitativa, con muestra y población.

Es un tipo de proyecto de investigación-acción ya que se realizó un análisis de la situación actual con referencia al problema expuesto y se propone un Plan de Comunicación que a través de estrategias ajustadas a la realidad del Club, puedan encaminar al éxito de este deporte en el ámbito comunicacional, así como sugerencias y recomendaciones concretas.

Para el diagnóstico del problema se llevó a cabo dos tipos de encuestas, una a 68 personas que podían ser pobladores o viandantes en el sector de El Batán donde se encuentra ubicado el Club Smirnov y otra encuesta que se elaboró para los 35 estudiantes del Club Smirnov, con el fin de constatar opiniones diversas, una, de personas que ya están inmersas en esta disciplina y otra, de personas cercanas al lugar del Club.

LAS TÉCNICAS UTILIZADAS:

Análisis de contenido: Recopilación y análisis de las legislaciones vigentes relacionadas al Baile Deportivo y todo lo que refiere al beneficio físico, social y emocional de quienes lo practican con el fin de masificar esta actividad deportiva que lleva siete años en nuestro país.

Entrevistas de campo: La visión de la Directora del Club SMIRNOV, es una parte importante dentro del objeto de estudio, ella respondió un cuestionario previamente establecido sobre antecedentes del Baile Deportivo, del Club Smirnov, de los cambios y evoluciones que ha experimentado durante estos años el club que dirige, así como qué necesita en la parte comunicacional para que crezca y se masifique esta actividad deportiva, desde su perspectiva.

La opinión de los profesores del Club Smirnov, era necesaria pues ellos conocen de primera mano la práctica de este deporte y pueden enriquecer de una manera vivencial lo que significa practicar el Baile Deportivo, así como saber qué es lo que ha creado la lealtad en estudiantes que llevan practicando este deporte por un año o más de un año como consta en las encuestas que se anexan en el documento, lo que nos lleva a pensar en la calidad de tutorías, técnicas e innovación que debe tener el Club Smirnov para que tenga estudiantes con tanto tiempo en esa academia.

Por otro lado se realizaron: una entrevista al profesor alemán Dirk Haydeman que estuvo de visita en Ecuador con nuevas técnicas practicadas actualmente en certámenes y competencias internacionales; también se entrevistó a la destacada pareja de bailarines Adriana Chávez y José Zuquilanda que pertenecen al Club Smirnov, información muy importante que ha servido para el desarrollo del proyecto y el acercamiento al problema como es la falta de conocimiento que tiene la sociedad ecuatoriana sobre la práctica del Baile Deportivo y del sinnúmero de beneficios que representa para las personas que lo practican.

También se realizó 68 encuestas a los habitantes del sector de El Batán, donde se encuentra ubicado el Club Smirnov, para constatar el grado de conocimiento sobre los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo, lógicamente también intervinieron viandantes, personas que laboran en ese sector, a quienes se le abordó con siete preguntas cerradas que permitían verificar si el Club Smirnov era conocido por su actividad y por el servicio que oferta como es el Baile Deportivo.

Estas 68 encuestas se realizaron a finales del mes de julio de 2014 en el barrio El Batán específicamente en las calles Cochapata y Abascal donde está ubicado el Club Smirnov, estas encuestas dieron luces en este proyecto para pensar en estrategias comunicacionales, elaborar mensajes comunicacionales de acuerdo a la realidad del Club y del Baile Deportivo en nuestro país.

A la par se realizó 35 encuestas a los estudiantes de Baile Deportivo del Club Smirnov para conocer su experiencia en este deporte y qué es lo que ofrece esta actividad física desde su experiencia para que la gente desee ponerlo en práctica, se inscriba en el Club y puedan disfrutar de los beneficios que ellos ya conocen.

Se enriqueció este estudio a través de un análisis documental bibliográfico: de textos, revistas y publicaciones digitales sobre los beneficios del baile en lo físico, emocional y social, así como de la estructura, elaboración y usos del Plan de Comunicación y sus estrategias para elaborar uno apropiado a las necesidades y expectativas del Club Smirnov, después de observar de cerca cuál era el problema y como lo íbamos a enfrentar comunicacionalmente hablando.

Se ha constatado que en el sector, hay un desconocimiento de la mayoría de personas de la existencia del Baile Deportivo en nuestro país, de la existencia del Club Smirnov y por ende del sin número de beneficios que ofrece este deporte a quien lo practique.

3.1 RESULTADOS ENCUESTA POBLADORES DEL SECTOR DE EL BATÁN DONDE SE ENCUENTRA UBICADO EL CLUB SMIRNOV

En la encuesta dirigida a los pobladores y viandantes del Sector de El Batán, se analizó primeramente la edad, tomando en cuenta que hay personas encuestadas de hasta 73 años, se tomó en cuenta todas las respuestas, porque estas personas de la tercera edad, pueden ser posibles practicantes ya que este deporte es incluyente y atractivo para este grupo prioritario.

Los datos personales tomados en cuenta fueron: la edad, el género y el sector dónde vive, abajo se detalla en gráficos uno a uno, al igual que las preguntas realizadas.

3.1.1 DATO 1: EDAD DE LOS ENCUESTADOS

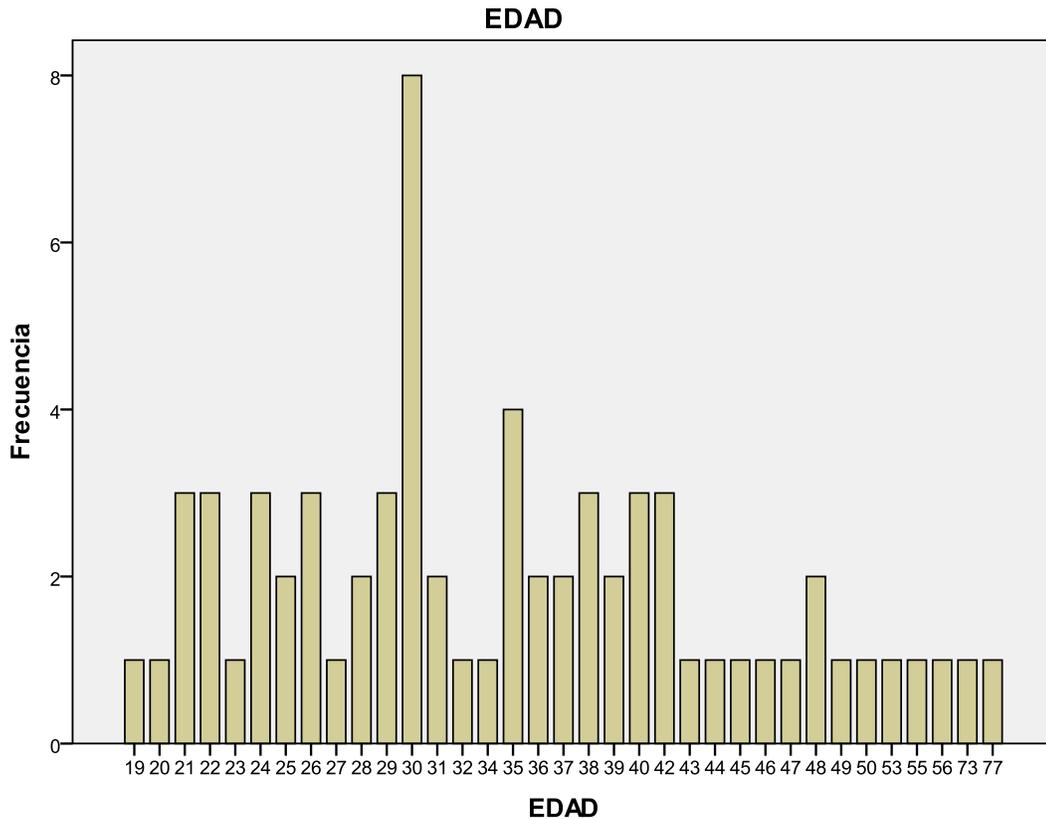


Gráfico 4 Aquí se presenta de forma general la edad de los encuestados en el sector de El Batán, el panorama es amplio ya que este deporte no tiene límite de edad, además es interesante conocer las diferentes posturas de acuerdo a las generaciones presentes en los encuestados.

Autora: Francis Salas

TABLA DE FRECUENCIA: En esta tabla emerge el número de veces que aparece el dato durante el análisis de las encuestas, abajo se detalla el género de los encuestados.

3.1.2 DATO 2: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS

GENERO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	42	61,8	61,8	61,8
	2	26	38,2	38,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

GENERO

■ 1 FEMENINO
■ 2 MASCULINO

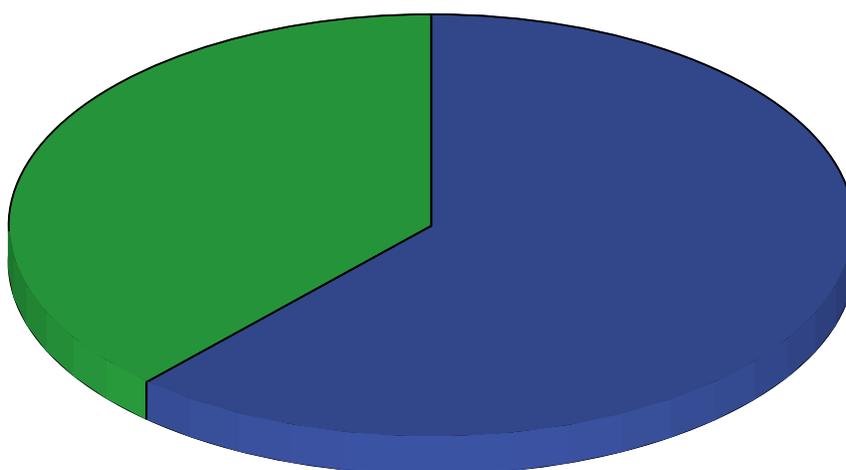


Gráfico 5 Género Pobladores sector el Batán
Autora Francis Salas

Como se aprecia en el gráfico el grupo femenino con un 61.8 por ciento fue el grupo que tuvo mayor presencia, mientras que el 38.2 por ciento representa a los varones que colaboraron con esta encuesta, lo que demuestra que actualmente todavía se tiene el estereotipo de que el baile es una actividad para las mujeres, es por ello que muchos hombres se negaron a responder la encuesta al saber cuál era el tema de la encuesta, por lo que a través del Plan Comunicacional buscaremos mecanismos que evidencien que el baile es un deporte que no hace acepción de personas y que los hombres que lo practican no son menos hombres porque gustan

de esta disciplina deportiva, al contrario llegan a ser representantes del país en competencias nacionales e internacionales por su disciplina y compromiso.

3.1.3 DATO 3: SECTOR DONDE VIVE

SECTOR_DONDE VIVE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	37	54,4	54,4	54,4
	2	20	29,4	29,4	83,8
	3	8	11,8	11,8	95,6
	4	3	4,4	4,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

SECTOR_VIVE

- 1 NORTE
- 2 SUR
- 3 VALLES
- 4 CENTRO

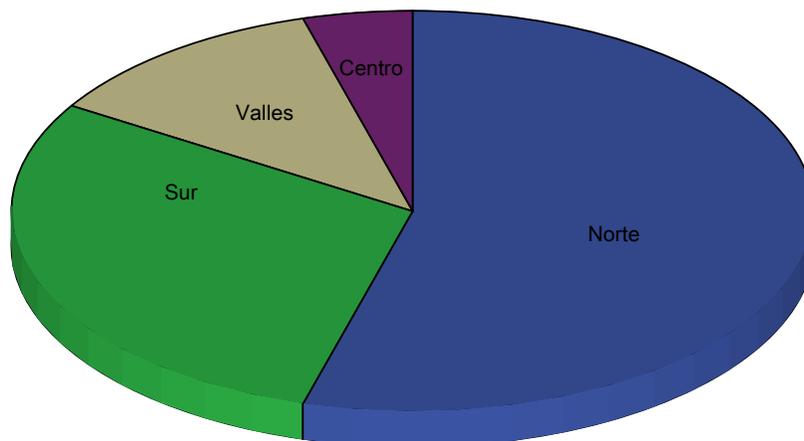


Gráfico 6 Sector Dónde viven los encuestados pobladores de El Batán
 Autora Francis Salas

Como se aprecia en el gráfico existe un predominio de personas encuestadas que viven en el norte de la ciudad de Quito y se escogió cuatro rangos numéricos de esta forma:

- 1 en color azul Norte de la Ciudad 
- 2 en color verde Sur de la Ciudad 
- 3 en color gris Valles (Cumbayá y de los Chillos) 
- 4 en color morado el Centro de la Ciudad 

Estos datos nos permiten comprender que hay una gran aceptación del Club en las preferencias del público, pues la distancia no impide, que los estudiantes se mantengan en el Club Smirnov, ellos se adaptan a los horarios y a las tutorías extras que se realiza con técnicos internacionales, lo que da renombre a la institución y puede ser usado en el mensaje a través de estrategias comunicacionales que evidencien la calidad y compromiso de la institución con el Baile Deportivo.

3.1.4 DETALLE DE RESULTADOS POR PREGUNTAS ENCUESTA POBLADORES CLUB SMIRNOV

3.1.4.1 Pregunta 1:

SABE_LO_QUE_ES_EL_BAILE_DEPORTIVO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	43	63,2	63,2	63,2
	2	25	36,8	36,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

SABE_LO_QUE_ES_EL_BAILE_DEPORTIVO

■ 1 SI
■ 2 NO

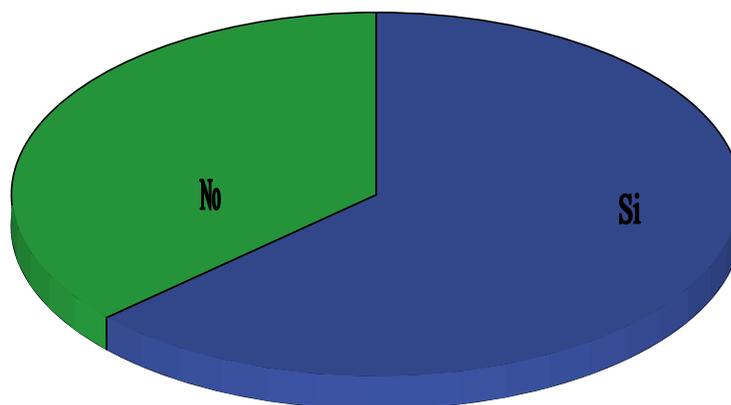


Gráfico 7 Resultado pregunta 1 pobladores sector el Batán ¿Sabe lo que es el Baile Deportivo?

Autora Francis Salas

De acuerdo al gráfico, el 63.2 por ciento de los encuestados sí sabe lo que es el Baile Deportivo, mientras que el 36.8 por ciento desconoce de esta actividad deportiva, este dato puede ser explotado para presentar el sin número de beneficios que ofrece esta actividad física y de esta forma invitarlos a ser parte de esta experiencia que mezcla el ejercicio con la alegría y la felicidad.

3.1.4.2 Pregunta 2:

CONOCE_USTED_QUE_EL_BAILE_DEPORTIVO_BENEFICIA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	49	72,1	72,1	72,1
	2	19	27,9	27,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

CONOCE_USTED_QUE_EL_BAILE_DEPORTIVO_BENEFICIA

■ 1 SI
■ 2 NO

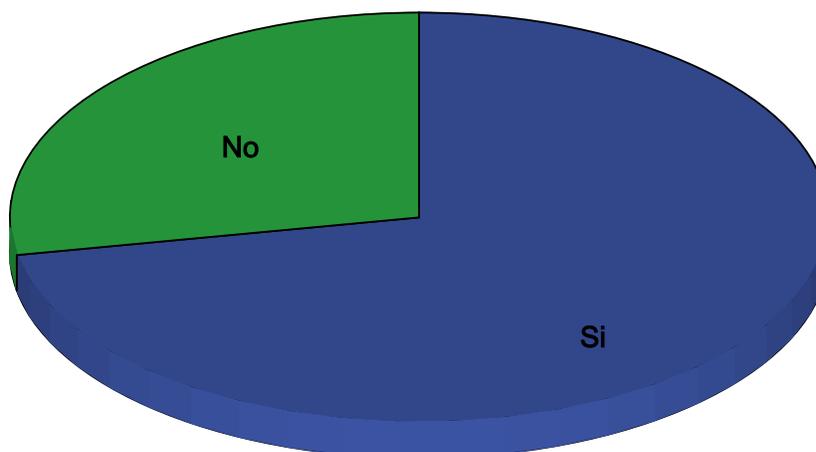


Gráfico 8 resultado pregunta 2 ¿Conoce que el Baile Deportivo beneficia física, social y emocionalmente a quien lo practica?
Autora: Francis Salas

De acuerdo a los resultados expuestos el 72.1 por ciento sí conoce sobre los beneficios, físicos, sociales y emocionales que genera la práctica del Baile Deportivo y un 27.9 por ciento desconoce los beneficios del Baile Deportivo como se menciona anteriormente, este dato corrobora la idea de que el Baile Deportivo es ideal para una buena salud, pero se debe extender este mensaje a través de un Plan Comunicacional que presente al Club Smirnov como referente de este deporte en beneficio de la ciudadanía.

3.1.4.3 Pregunta 3:

SABE_USTED_QUE_EL_BAILE_DEPORTIVO_ES_UN_DEPORTE_COMP LETO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	33	48,5	48,5	48,5
	2	35	51,5	51,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

SABE_USTED_QUE_EL_BAILE_DEPORTIVO_ES_UN_DEPORTE_COMPLETO

■ 1 SI
■ 2 NO

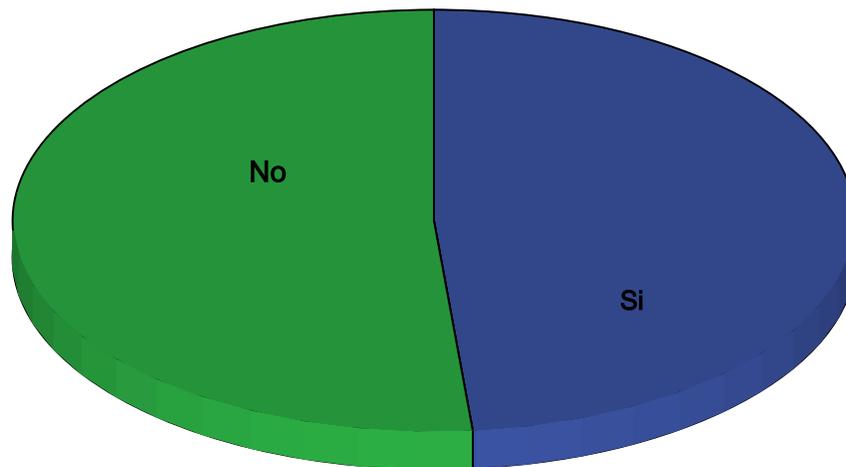


Gráfico 9 resultado pregunta 3 ¿Sabe usted que el Baile Deportivo es un deporte completo?

Autora: Francis Salas

De las 68 personas encuestadas, el 48.5 por ciento están seguros de que el Baile Deportivo es un deporte completo, pero el 51.5 por ciento no cree que el Baile Deportivo sea un deporte completo, esta falta de información será cubierta con los mensajes positivos del Baile Deportivo que se ofrece en el Club Smirnov, debemos posicionar al club con un deporte que además de poner en forma a quien lo practica le regala alegría, desinhibición y seguridad en su vida personal y emocional.

3.1.4.4 Pregunta 4:

ESTARÍA_INTERESADO_EN_PRACTICAR_ESTO_DEPORTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	58	85,3	85,3	85,3
	2	10	14,7	14,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

ESTARÍA_INTERESADO_EN_PRACTICAR_ESTO_DEPORTE

■ 1 SI
■ 2 NO

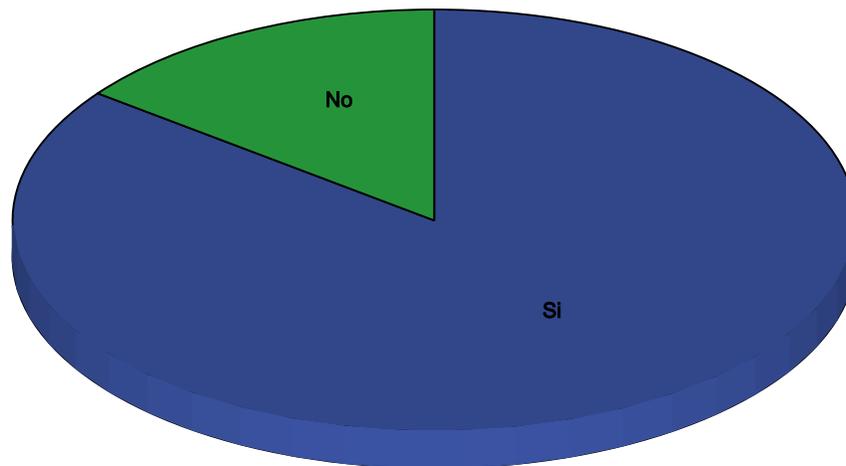


Gráfico 10 resultado pregunta 4 ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
Autora: Francis Salas

De los 68 encuestados el 85.3 por ciento reconocen que estarían interesados en practicar este deporte y el 14.7 por ciento de la totalidad afirma que no está interesado por practicar el Baile Deportivo, esto antecedente es beneficioso para nuestra campaña ya que se cuenta con el interés de la gente del sector por practicar este deporte, que en otros

países es considerado como de alta competición, en el Plan de Comunicación del Club se debe explotar la imagen de club de Alto Rendimiento para que las personas conozcan lo que significa, cómo se puede llegar a ello y dónde pueden iniciarse en la práctica de este deporte.

3.1.4.5 Pregunta 5:

EN_CASO_DE_TENER_NIÑOS_LES_INSCRIBIRÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	63	92,6	92,6	92,6
	2	5	7,4	7,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

EN_CASO_DE_TENER_NIÑOS_LES_INSCRIBIRÍA

■ 1 SI
■ 2 NO

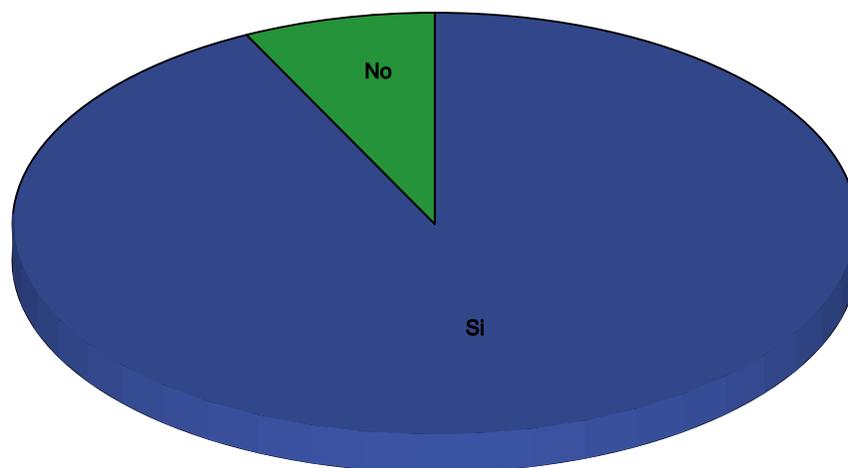


Gráfico 11 resultado pregunta 5 ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para cursos de Baile Deportivo? / Autora: Francis Salas

En la pregunta 5, el 92.6 por ciento de los encuestados si les gustaría poner a sus niños para que practiquen este deporte, apenas el 7.4 por ciento no les gustaría inscribir a sus niños en Baile Deportivo, se puede crear cursos de verano en horarios y precios accesibles para que los padres consideren una opción interesante en la vida de sus niños, poco a poco adentrarlos al mundo del baile como un deporte que beneficia en la concentración de los pequeños, en la disciplina pues un deportista necesita tener cualidades que los niños pueden desarrollar a través de la práctica de este deporte en el Club Smirnov.

3.1.4.6 Pregunta 6:

SABE_QUE_EL_CLUB_SMIRNOV_TIENE_CURSOS_DE_BAILE_DEPORTIVO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	4	5,9	5,9	5,9
	2	64	94,1	94,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

SABE_QUE_EL_CLUB_SMIRNOV_TIENE_CURSOS_DE_BAILE_DEPORTIV

1 SI
2 NO

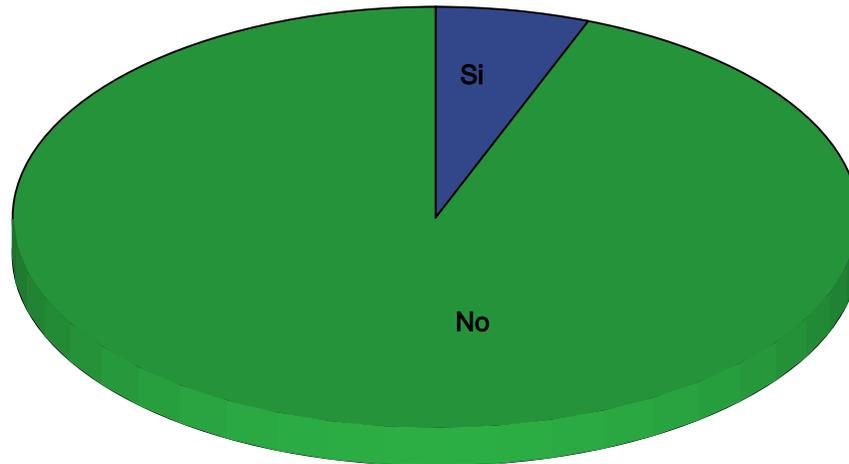


Gráfico 12 resultado pregunta 6 ¿Sabía que el Club Smirnov tiene cursos de Baile deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores y a todos quienes estén interesados?

Autora: Francis Salas

La pregunta 6 es una de las más importantes dentro de este análisis, ya que el 94.1 por ciento de los encuestados desconoce que el Club Smirnov ofrece cursos de Baile Deportivo para niños con Síndrome de Down, Adultos mayores grupos vulnerables de la sociedad, apenas el 5,9 por ciento si sabe que el Club Smirnov ofrece este servicio, esta pregunta es una de las más importantes porque ratifica la necesidad de tomarse en serio la parte comunicacional de la institución, son buenos profesores, horarios convenientes y precios accesibles, pero la gente lo desconoce, es por ahí por donde las estrategias deben dirigirse a reforzar la imagen del Baile Deportivo como una actividad completa en un espacio apropiado y con profesores que saben cómo tratar a niños con Síndrome de Down, Adultos mayores, personas con discapacidad física, que pueden mejorar su calidad de vida en uno de los mejores clubs, como es el Club Smirnov.

3.1.4.7 Pregunta 7:

CONOCE_DEL_APOYO_DEL_GOBIERNO_A_DEPORTISTAS_DE_BAILE_DEPOR TIVO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	8	11,8	11,8	11,8
	2	60	88,2	88,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

CONOCE_DEL_APOYO_DEL_GOBIERNO_A_DEPORTISTAS_DE_BAILE_DEPOR TIVO

■ 1 SI
■ 2 NO

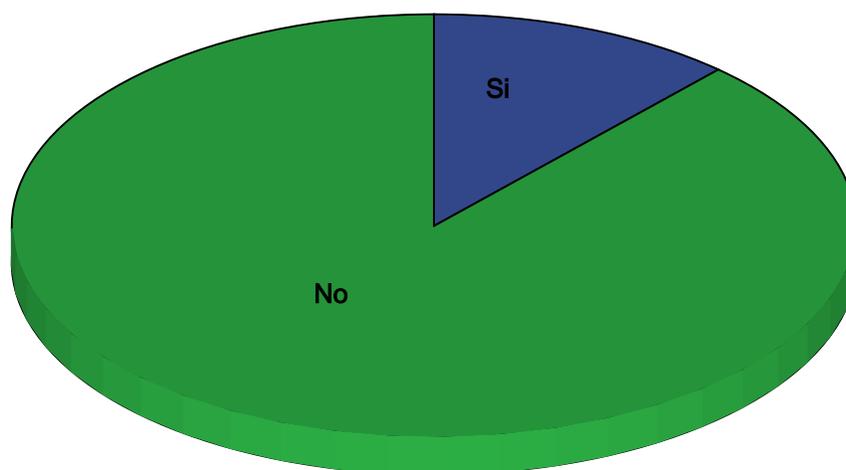


Gráfico 13 resultado pregunta 7 ¿Conoce del apoyo del Gobierno a los deportistas de Baile Deportivo?
Autora: Francis Salas

Esta pregunta muestra claramente que el 88,2 por ciento del total de los encuestados desconoce del apoyo por parte del Gobierno a este deporte, solo el 11.8 por ciento tiene conocimiento de que el Gobierno apoya al Baile Deportivo, nuevamente caemos en el desconocimiento de esta disciplina, de los clubes, de la existencia de una Federación que está

amparada y regulada por el Ministerio del Deporte, estos datos dan realce y seriedad al Baile Deportivo y la ciudadanía debe saberlo, se puede exponer el mensaje en Ferias organizadas por el Club Smirnov para tener presencia no solo de marca sino de una identidad deportiva que es beneficiada por el Gobierno Nacional.

4. RESULTADOS DE LA SEGUNDA ENCUESTA QUE SE REALIZÓ A LOS ESTUDIANTES CLUB SMIRNOV

La segunda encuesta se realizó a 35 estudiantes del Club Smirnov, es decir la totalidad de los inscritos en este año, con el fin de conocer el tiempo que están practicando este deporte, los beneficios experimentados entre otros cuestionamientos necesarios para nuestro objeto de estudio.

Se tomó en cuenta desde los 10 años en adelante, dada la peculiaridad de este deporte de iniciación a muy temprana edad y edades maduras ya que incluso hay competencias para personas de la tercera edad.

4.1 Dato 1: Edad de los encuestados estudiantes del Club Smirnov

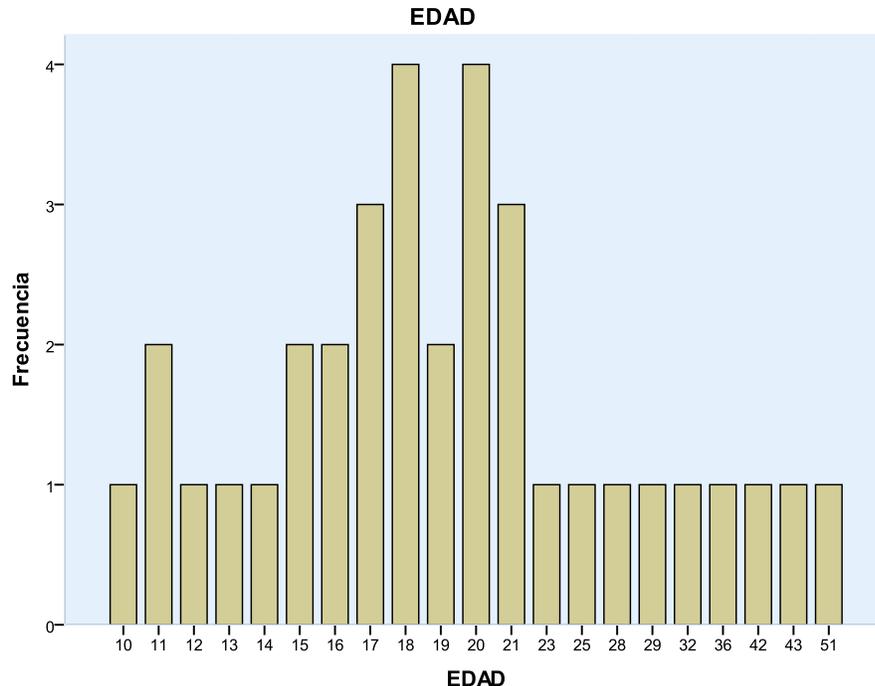


Gráfico 14 Dato Edad estudiantes encuestados Club Smirnov

Autora: Francis Salas

4.1.2 Dato 2: Género de los estudiantes encuestados 19 mujeres y 16 varones.

GENERO

N	Válidos	35
---	---------	----

GENERO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	19	54,3	54,3	54,3
	2	16	45,7	45,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

GENERO

■ 1 FEMENINO
■ 2 MASCULINO

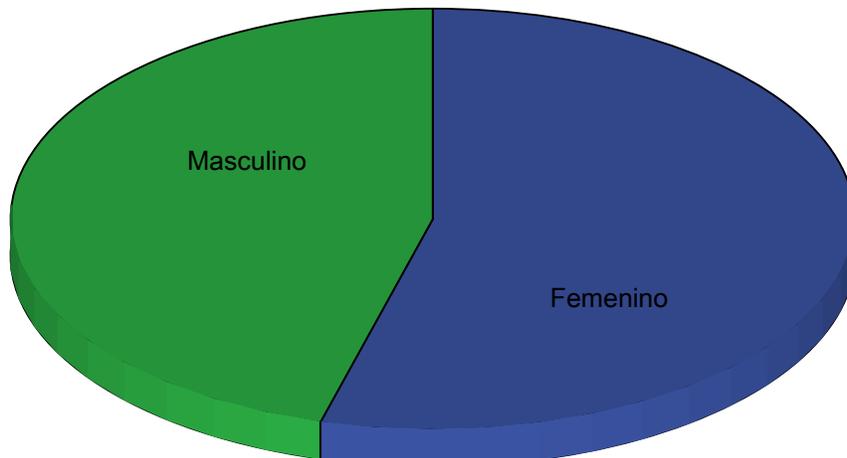


Gráfico 15 Dato Género encuestados estudiantes Club Smirnov
 Autora: Francis Salas

Este dato es importante porque se necesitaba saber, la participación de los hombres en el Baile Deportivo ya que hace algunos años este deporte se consideraba únicamente para mujeres o se creía que los hombres que practicaban este deporte eran gays, lo que obligaba a quienes gustaran de este deporte a mantenerse en el anonimato para evitar una exclusión social, este resultado es alentador porque se entiende que todos esos estereotipos quedaron atrás y hoy los bailarines son verdaderos atletas comprometidos con el deporte y la vida sana.

4.1.3 Datos Estadísticos generales de la encuesta a los estudiantes del Club Smirnov

Estadísticos

	SECTOR_VIVE	HACE_CUANTO_TIEMPO_PRACTICA_ESTESTE_DEPORTE	HA_NOTADO_BENEFICIOS_FISICOS_Y_EMOCIONALES	CONOCE_LOS_BENEFICIOS_DEL_BAILE_DEPORTIVO_EN_LA_NIÑEZ	CREE_QUE_EL_BAILE_DEPORTIVO_ES_UN_DEPORTE_COSTOSO	FALTA_INFORMACIÓN SOBRE LA PRÁCTICA DEL DEPORTE Y SUS BENEFICIOS
N Válidos	35	35	35	35	35	35
Perdidos	0	0	0	0	0	0

Tabla 5 Estadística datos generales encuesta estudiantes Club Smirnov
 Autora: Francis Salas

Esta tabla presenta los resultados obtenidos en cada una de las cinco preguntas realizadas a los estudiantes del Club Smirnov, en los datos válidos se puede apreciar 35 en cada pregunta y perdidos cero, lo que quiere decir que no hubo ausencia de respuestas en cada una de las preguntas y se tabularon todos los datos obtenidos, incluidos los niños de 10 años hasta los 78 años, a pesar de que el programa con el que se trabajó las encuestas desechaba estas edades por no considerarse como datos fiables.

TABLA DE FRECUENCIA

4.1.4 Dato 3: Sector dónde viven los encuestados, en esta pregunta se dividió en tres sectores de la ciudad de la siguiente forma:

- 1 en color azul Norte de la Ciudad ■
- 2 en color verde Sur de la Ciudad ■
- 3 en color gris Valles (Cumbayá y de los Chillos) ■

		SECTOR_VIVE			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	26	74,3	74,3	74,3
	2	2	5,7	5,7	80,0
	3	7	20,0	20,0	100,0
Total		35	100,0	100,0	

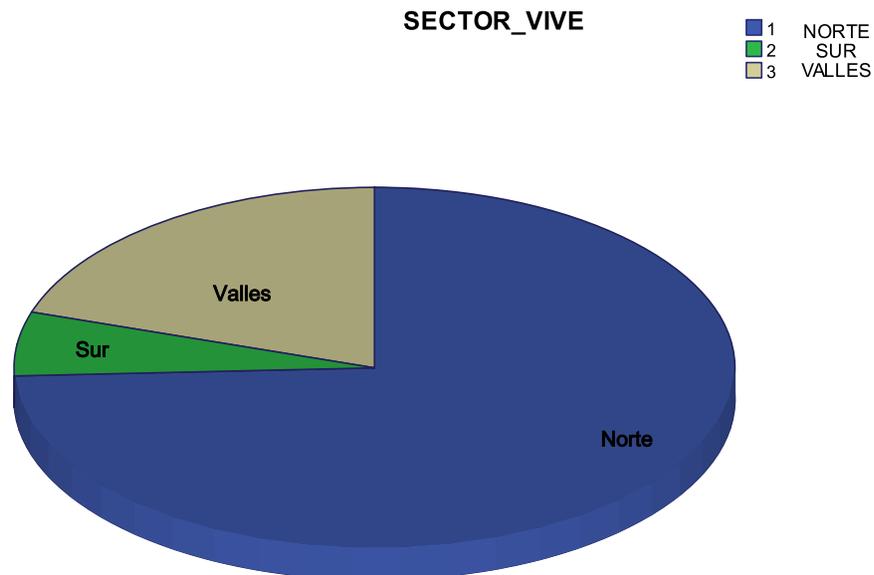


Grafico 16 Dato sector dónde viven los encuestados estudiantes Club Smirnov
 Autora: Francis Salas

Es claro que la mayoría de los encuestados viven en el norte de la ciudad, es decir el 74.3 por ciento, mientras que el 5.7 por ciento de estudiantes es del sur de la ciudad y tan solo un 2.0 por ciento habitan en los Valles, como se detalla en el gráfico, esto ratifica la calidad de las clases impartidas, pues esto no es obstáculo para que los estudiantes dediquen parte de su tiempo libre en la práctica de este deporte.

4.1.5Pregunta 1:

HACE CUANTO TIEMPO PRACTICA ESTE DEPORTE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	6	17,1	17,1	17,1
	2	9	25,7	25,7	42,9
	3	9	25,7	25,7	68,6
	4	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

HACE CUANTO TIEMPO PRACTICA ESTE DEPORTE

- 1 3 MESES
- 2 6 MESES
- 3 1 AÑO
- 4 MÁS DE UN AÑO



Gráfico 17 resultado pregunta 1 ¿Hace cuánto tiempo practica este deporte? Estudiantes Club Smirnov/ Autora: Francis Salas

Como se observa los estudiantes que tienen entre 1 y más de un año, son los de mayor número en practicando este deporte, este indicador nos permite deducir que la calidad en técnicas y forma de llevar la clase, ha creado un nexo no solo con el Baile Deportivo, sino con el Club Smirnov, el 25,7 por ciento de los encuestados tiene seis meses practicando este deporte, mientras que el 17.1 tiene 3 meses en esta actividad.

4.1.6 Pregunta 2:

HA_NOTADO_BENEFICIOS_FISICOS_Y_EMOCIONALES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	35	100,0	100,0	100,0

HA_NOTADO_BENEFICIOS_FISICOS_Y_EMOCIONALES

■ 1 SI

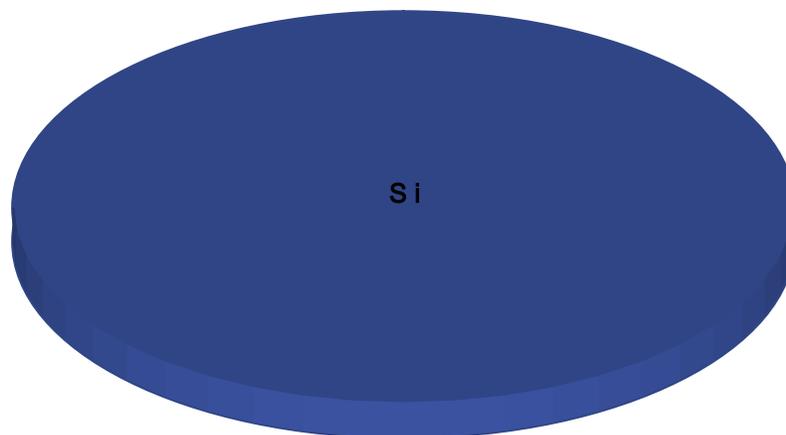


Gráfico 18 resultado pregunta 2 ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?

Autora: Francis Salas

Los resultados de esta pregunta no dejan duda, el 100 por ciento de los encuestados ratifica haber experimentado cambios físicos, emocionales y sociales, por lo que es fundamental darlos a conocer para masificar este deporte se trabajará en estrategias que comuniquen los diferentes beneficios que el Baile Deportivo tiene para la sociedad ecuatoriana.

4.1.7 Pregunta 3:

CONOCE_LOS_BENEFICIOS_DEL_BAILE_DEPORTIVO_EN_LA_NIÑEZ					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	31	88,6	88,6	88,6
	2	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

CONOCE_LOS_BENEFICIOS_DEL_BAILE_DEPORTIVO_EN_LA_NIÑEZ

■ 1 SI
■ 2 NO

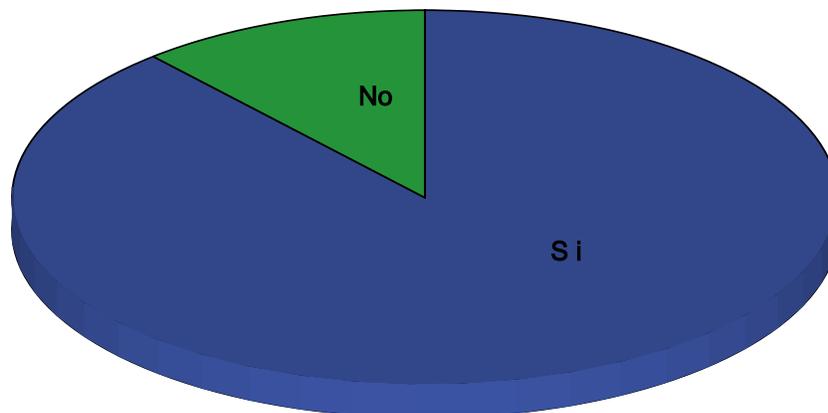


Gráfico 19 resultado pregunta 3 ¿Conoce los beneficios del baile en la niñez? Encuesta estudiantes Club Smirnov.
Autora: Francis Salas

El 88.6 por ciento de los estudiantes encuestados si conoce de los múltiples beneficios del baile deportivo en la niñez, apenas el 11.4 por ciento desconoce de estos beneficios en los niños, a través de la comunicación socializaremos los beneficios físicos, emocionales y sociales en el desarrollo del infante, con el fin de que se conozca los progresos que pueden tener los niños en su vida diaria, si toman a este deporte como parte de su actividad física, debemos contribuir para que la sociedad tenga un deporte que beneficie su calidad de vida y el Baile Deportivo se presenta como una excelente opción.

4.1.8 Pregunta 4:

CREE QUE EL BAILE DEPORTIVO ES UN DEPORTE COSTOSO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	23	65,7	65,7	65,7
	2	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

CREE QUE EL BAILE DEPORTIVO ES UN DEPORTE COSTOSO

■ 1 SI
■ 2 NO

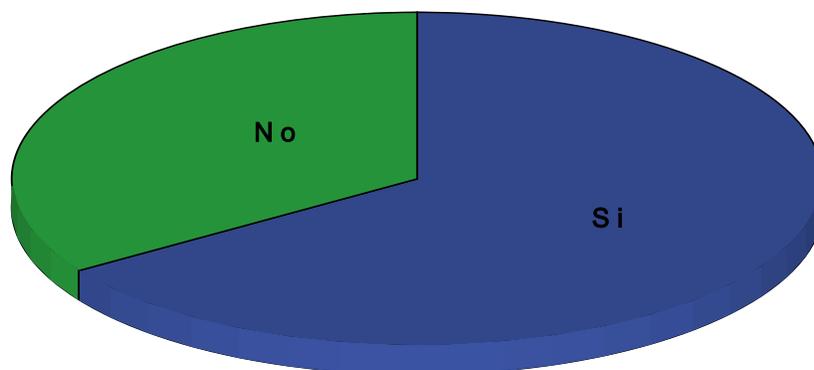


Gráfico 20 resultado pregunta 4 ¿Cree que el Baile Deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes? Encuesta estudiantes Club Smirnov.
Autora: Francis Salas

De los 35 estudiantes encuestados, el 65.7 por ciento cree que si es un deporte costoso, mientras que el 34.3 por ciento no lo considera caro, lo que puede ser un impedimento para la masificación de este deporte, pero debemos hacer una pequeña reflexión todo deporte cuando se practica de forma permanente, se necesita de implementos y de vestuario adecuado, como pupos en el fútbol, zapatillas apropiadas para correr, para caminar etc. Por lo tanto si hay una decisión por este deporte se debe recurrir a gastos básicos para el correcto desempeño.

4.1.9 Pregunta 5:

FALTA INFORMACIÓN SOBRE LA PRÁCTICA DEL DEPORTE Y SUS BENEFICIOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	30	85,7	85,7	85,7
	2	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

FALTA INFORMACIÓN SOBRE LA PRÁCTICA DEL DEPORTE Y SUS BENEFICIOS

■ 1 SI
■ 2 NO

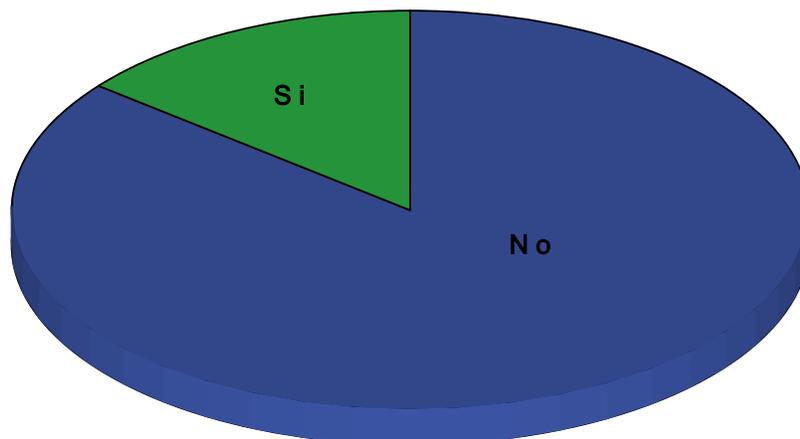


Gráfico 21 resultado pregunta 5 ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo? Encuesta estudiantes Club Smirnov.
Autora: Francis Salas

De los 35 estudiantes encuestados el 85.7 por ciento está seguro de que falta información sobre este deporte, lo que limita el crecimiento y masificación del Baile Deportivo en nuestro país, mientras que el 14.3 por ciento cree que sí hay suficiente información sobre esta disciplina deportiva, es necesario presentar al Baile Deportivo primeramente a la ciudadanía del sector de El Batán, para fortalecer su imagen y después reproducir el mensaje a otros sectores del país, se puede trabajar conjuntamente con los otros 7 clubes que forman parte de la Federación de Baile que a su vez pertenece al Ministerio del Deporte con 7 Coordinaciones a nivel nacional donde se puede presentar los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo.

Después de recopilar datos importantes para el objeto de estudio, se observó de cerca los estados de opinión de los encuestados, si bien los cuestionarios fueron con preguntas cerradas y características específicas estas nos permitieron realizar un análisis minucioso que describía en respuestas cortas y concisas la forma de ver y entender el Baile Deportivo, lo que permitió la elaboración de estrategias para un Plan de Comunicación que maneje la imagen del Club Smirnov de una forma apropiada, dando a conocer los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo para masificar este deporte que puede mejorar la calidad de vida de las personas y además presentando una nueva opción de actividad física y felicidad, porque el baile tiene ese valor agregado, no solo activa los músculos, sino la parte emocional, factor importante para el correcto desarrollo de los seres humanos, en un ambiente agradable y cálido.

Por otro lado, pocas personas conocen de espacios apropiados para la práctica del Baile Deportivo, son dos puntos importantes que deben ser resueltos, la falta de conocimiento de la existencia de este deporte junto a una infraestructura donde puedan desarrollar esta actividad deportiva.

Es por ello y por más razones que se ratifica la necesidad de la elaboración y puesta en marcha de estrategias comunicacionales inmersas en un Plan de Comunicación, con el fin de masificar el deporte y evidenciar la existencia del Club Smirnov, número uno por formar atletas de Alto Rendimiento y luego por qué no decirlo, ampliar las estrategias para que conozca la ciudadanía en general y despunte este deporte como otros que tienen trascendencia en nuestra sociedad, lógicamente posteriormente el cambio lo continuaría las autoridades y los involucrados del Club Smirnov, después de tener en sus manos el análisis FODA, el Plan Comunicacional de la institución, y previas capacitaciones que los ayudará a mejorar la imagen del Club y mantener esa nueva concepción a través del tiempo con un correcto y acertado manejo de la Comunicación Corporativa.

CAPÍTULO 4: DESARROLLO DE LA PROPUESTA

PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL PARA EL CLUB SMIRNOV



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Después del análisis de las encuestas realizadas, donde se evidencia la falta de conocimiento de la práctica del Baile Deportivo, así como los beneficios y potencialidades de este deporte en nuestro país, se ratifica la necesidad de la elaboración y puesta en marcha de estrategias comunicacionales inmersas en un Plan de Comunicación, con el fin de masificar el deporte y evidenciar la existencia del Club Smirnov.

Esta propuesta se aleja de la idea de aumentar la venta de vestidos y calzados de Baile Deportivo, o que se dispare la caja registradora de los clubes o academias de bailes; es ir más allá de una actividad empresarial, es ofrecer una alternativa deportiva completa, capaz de moldear mejores seres humanos que posean un equilibrio con la música y con los movimientos y el ritmo a los que el baile conduce.

Para ejemplificar un poco, vale la pena rescatar que en una competencia realizada en el Coliseo de la Universidad San Francisco en Cumbayá, a principios de 2014, apasionados bailarines dejaban lo mejor de sí, en la pista de baile, docenas de parejas rompieron el baile con los cinco estilos

Estándar, jurado internacional estuvo presente durante las casi cuatro horas de competencia.

Una categoría diferente llamó la atención de los periodistas que cubrieron el campeonato 2014, pocas parejas con Síndrome de Down y en edades comprendidas entre los 10 a 18 años, cumplieron cada uno de los ritmos del certamen, ellos se robaron el show, desinhibidos y con una gran sonrisa, recorrieron en círculo como es habitual en las competencias ¿por qué habían pocas parejas de niños con discapacidad intelectual y parejas en general?

Esa duda, fue resuelta rápidamente por la explicación de la Presidenta del Club Smirnov, Liliana Serrano, quien expuso: “la falta de conocimiento de los beneficios de este deporte, merma la posibilidad de que aumente el número de niños con capacidades especiales, los cuales mejoran en gran manera con la práctica de esta disciplina deportiva”, acotó.

Por lo tanto es preciso crear estrategias comunicacionales para el Club Smirnov ya que la Comunicación es una de las políticas inherentes a cualquier actividad que se realice por parte de una institución, y más cuando se necesita relacionarse, transmitir, interna y externamente, las actividades y necesidades o logros de la entidad, pasos necesarios si se desea cumplir con uno de los objetivos del proyecto como es el masificar este deporte.

Es por ello que todo lo referente a imagen corporativa y comunicación interna y externa debe hacerse de forma metódica y sistemática, a través de una correcta planificación y tras un previo análisis de aquellas circunstancias del entorno al Club Smirnov y al Baile Deportivo, para elevar el grado de conocimiento de la ciudadanía del barrio de El Batán,

con el objetivo de que la placentera experiencia del Baile y sus beneficios sean dados a conocer y crezca este deporte en el Ecuador.

Este proceso debe ser llevado por un responsable, el Club Smirnov necesita tener entre sus empleados un Dircom, es decir un director de Comunicación que gestione y continúe con la implantación de la imagen a través del Plan Piloto de Comunicación, parte del éxito dependerá de la experiencia del responsable, su capacidad de reacción ante determinada situación, así como un buen nivel de creatividad, control de la imagen en el tiempo y en la evolución del Club, que está buscando crearse un espacio en el deporte con el Baile Deportivo.

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN COMUNICACIONAL PARA EL CLUB SMIRNOV:

- ✓ Difundir la gestión que realiza el Club Smirnov a través del Baile Deportivo así como los beneficios físicos, sociales y emocionales de este deporte. en el barrio El Batán

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN COMUNICACIONAL PARA EL CLUB SMIRNOV:

- Fortalecer la imagen del Club SMIRNOV, como parte de los 8 clubs de la Federación de Baile Deportivo.
- Difundir y posicionar el Baile Deportivo como base para una mejor calidad de vida de los moradores del barrio El Batán.

De acuerdo al diagnóstico realizado de las encuestas planteadas para el objeto de estudio y en base a los objetivos planteados en el proyecto de tesis se presenta la siguiente propuesta:

SÍNTESIS DE ANÁLISIS FODA (JUNIO DE 2014)



Gráfico 22 Detalle FODA

Autora: Blog Yaiira Guzmán

ANÁLISIS COMUNICACIÓN EXTERNA DEL CLUB SMIRNOV:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Se cuenta con el apoyo del Ministerio del Deporte y de la Federación de Baile Deportivo.		El Ejecutivo podría reducir el presupuesto para atletas de Alto Rendimiento de Baile Deportivo por falta de deportistas.	Reducción de los fondos por falta de estudiantes.
Cada vez las personas buscan hacer deporte y bailoterapia.	La necesidad de la sociedad de buscar estar saludable a través del baile.	Más clubes de baile deportivo no garantiza que las personas se comprometan con el baile deportivo	Mal uso de los fondos por parte de los directivos de la Federación de Baile deportivo
Existen objetivos claros que fomentan la eliminación del sedentarismo por medio del baile deportivo	Crecer como club que forma parte de la federación de baile Deportivo.	Dar mayor importancia a esta actividad como se da al fútbol, etc.	Confusión con otros deportes que han ganado protagonismo.

Tabla 6 Análisis externo FODA, Club Smirnov.
 Autora: Francis Salas

ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL CLUB SMIRNOV:

FACTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES
DIRECTIVA	Los representantes del Club Smirnov están calificados por ser concedores de Baile Deportivo. Carácter e iniciativa para contratar instructores especializados.	Falta de información de los beneficios físicos, sociales y emocionales. Falta de visión y falta de conocimiento para difundir, las potencialidades del Baile Deportivo y del Club.
FINANCIERA	Los recursos económicos dependen del número de alumnos inscritos.	No existe presupuesto externo que ayude a la difusión de esta disciplina deportiva.
TECNOLÓGICO	El personal cuenta con el equipo tecnológico para la realización de sus labores	No se aprovecha las redes sociales como se debería para masificar y socializar este deporte.
TALENTO	El personal está capacitado para cumplir con sus funciones específicas.	Falta iniciativa propia para despuntar el baile en el Barrio El Batán y en los alrededores.

Tabla 7 Análisis interno FODA, Club Smirnov.
Autora Francis Salas

FODA DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN DEL CLUB SMIRNOV.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Existe información de competencias que pueden ser difundidas.	Las personas buscan salud y bienestar.	No existe estructura de Marketing. Se requiere incorporar personal para un área de comunicación. No se cuenta con una agencia que facilite la realización y logística en cuanto a eventos.	Reducción de los fondos para la Federación de Baile Deportivo al que pertenece el Club Smirnov.
Es un Club con muy buenos referentes en la práctica de este deporte, porque tiene atletas de Alto Rendimiento.	Alta accesibilidad de horarios para la práctica de este deporte.	Desconocimiento de la existencia del Club Smirnov.	Confusión con otras actividades como la bailoterapia.
Espacios abiertos en los medios para presentar al Club y sus actividades.	Motivar a la población del Batán con información, sobre Baile deportivo y sus beneficios.	No existe un lineamiento definido para el trabajo de Comunicación Interna y externa.	Cierre de plazas de alto rendimiento por falta de parejas preparadas.
Baile Deportivo es una actividad incluyente.	Deporte nuevo con miras al alto rendimiento y con potencial para ser explotado.	No hay predisposición para la asignación de recursos para promocionar el trabajo ejecutado.	La falta de información generaría pérdida de posicionamiento del Baile Deportivo en la memoria colectiva

Tabla 8 FODA Área de Comunicación, Club Smirnov
 Autora: Francis Salas

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN CLUB SMIRNOV

El Club Smirnov necesita darse a conocer primero a la ciudadanía de El Batán y con un efecto rebote al resto de la población a través del boca a boca, es necesario que las acciones y actividades que realiza con sus beneficios físicos, sociales y emocionales, sean expuestos abiertamente a este sector, con el fin de masificar este deporte que promete grandes glorias para el Ecuador y también contribuir con la eliminación del sedentarismo y otras enfermedades derivadas de la falta de ejercicio.

A) ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CLUB SMIRNOV:

Saturación de Canales= Posicionamiento del Club Smirnov

Las estrategias están diseñadas para que el nombre del Club y del Baile Deportivo permanezca en el imaginario de los ciudadanos de El Batán y más adelante se extienda al resto de la sociedad.

BENEFICIO:

Al ser un Club que forma parte de la Federación de Baile Deportivo y como institución del Estado, el Ministerio del Deporte lo regula y ampara económicamente, dotándole de seriedad y profundo compromiso laboral, para así asegurar su permanencia y a la vez extender su campo de trabajo.

Posicionar la visión: “Ser semillero de grandes deportistas”

✚ ESTRATEGIA 1: IMAGEN INSTITUCIONAL

Objetivo: Elaborar imagen para posicionar al Club y al Baile Deportivo tanto en competencias nacionales e internacionales.

Justificación:

- Una de las carencias del Club Smirnov, es que no poseen roll ups, banners que contengan la imagen, este espacio debería ser aprovechado para presentar los datos del club, la dirección, las redes por las que se les pueda buscar y conocer sobre este deporte.

Acciones:

- Designar un presupuesto para la elaboración de 2 roll ups, 2 banners y 2 lonas en diferentes medidas, esta última debe ser la más grande con el fin de colocarla en espacios grandes como coliseos, estadios y teatros.

Inversión:

Elaboración de material: 300\$

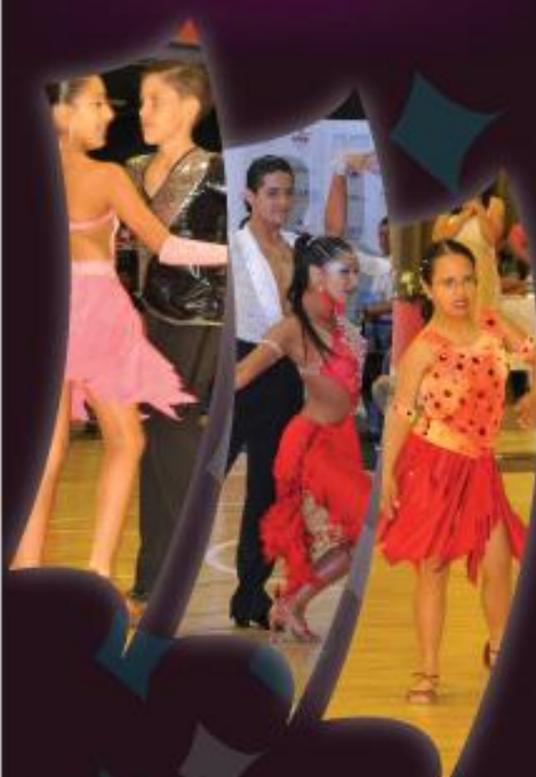


Autor: Club Smirnov



SMIRNOV
ACADEMIA DE BAILE

BAILE · RECREACION · SALUD Y BIENESTAR



Síguenos también en:

 [/ClubDeportivoSmirnov](#)  [/CLUBSMIRNOV](#)

DIRECCIÓN: COCHAPATA E11-94 Y ABASCAL
TELÉFONO: 604 0272

Autora: Francis Salas

ESTRATEGIA 2: RUEDAS DE PRENSA Y AGENDA DE MEDIOS

Objetivo: Informar a la sociedad sobre el trabajo que realiza el Club Smirnov para que más personas practiquen este deporte.

Justificación:

- Es importante utilizar espacios de interés para la ciudadanía en medios masivos y comunitarios, a través de ruedas de prensa, para así evidenciar el trabajo, competencias y participaciones de los bailarines.

Acciones:

- Vocería de cada alumno para dar a conocer los beneficios y logros a través de marketing viral.
- Preparación de material para medios con información relevante y explicativa sobre el tema socializado (videos o fotografías)
- Transmisión en vivo de competencias a través del apoyo del área de comunicación del Ministerio del Deporte.

Ejecución:

- Las ruedas de prensa se deben realizar siempre y cuando existan temas importantes de Baile Deportivo, tanto en el club como las participaciones del Ecuador en certámenes internacionales.

Inversión:

Elaboración de material informativo \$ 1.000 (anual)

ESTRATEGIA 3: ENTREVISTAS EN PROGRAMAS DE RADIO

Objetivos: Difundir contenidos e información sobre los servicios del Club Smirnov y del Baile Deportivo con el objeto que la población conozca la gestión que desarrolla esta entidad y las novedades de este deporte.

Justificación.- La aparición de autoridades del Club, de la Federación y de deportistas destacados permite que la sociedad conozca sobre el Baile Deportivo sus beneficios, potencialidades y ayuda a que cada vez más personas quieran saber más o deseen practicarlo.

Acciones:

- Solicitar un espacio para entrevistas en radios tales como: FM Mundo, La Guaragua y otros medios que dan apertura a estos temas.
- Canal de reproducción en medios on line Facebook, Twitter, YouTube.

Ejecución y difusión:

- Cuando la información lo amerite (participación en competencias nacionales o internacionales) establecer una visita cada tres meses.

ESTRATEGIA 4: PUBLICACIONES EN MEDIOS IMPRESOS “EL TELÉGRAFO”

4.1.- Insertos en El Telégrafo

Objetivos:

- Fortalecer la imagen del Club Smirnov y la Federación de Baile

Deportivo como una institución referente de este deporte en el país.

- Informar sobre los eventos, competencias, proyectos y gestión realizada, a la ciudadanía.

Justificación:

- Los medios de comunicación impresos a nivel nacional son una excelente manera de llegar a un gran número de ciudadanos. Por ello, consideramos que diario El Telégrafo es un canal idóneo para que La Federación de Baile Deportivo difunda las actividades de los Clubes y de este deporte cuando sea muy importante, tomando en cuenta el valor del pautaaje en un medio como este.

Ejecución y difusión:

- Cuando amerite se deberá recopilar las noticias creadas, a partir de la gestión oficial del Club Smirnov y adherirlas a otras de coyuntura relacionada con Baile Deportivo, diagramar para tener un formato interesante y enviar al Telégrafo para que lo publiquen.

Inversión: \$ 600



Captura Diario El Telégrafo

 **ESTRATEGIA 5: PUBLICACIÓN: REVISTA A BORDO “LÍNEA AÉREA TAME”**

Objetivo: Lograr que los pasajeros de esta línea aérea, conozcan el trabajo que ejecuta el Club Smirnov y todo lo referente al Baile Deportivo en nuestro país.

Justificación:

- El Club Smirnov, solicitará una publicación en la revista Abordo Tame con apoyo de la Federación de Baile Deportivo y los 7 clubs restantes, para ganar el interés de empresarios, con el fin de conseguir apoyo económico. Adicionalmente, se elaborará material promocional del Club Smirnov y del Baile Deportivo para marcar presencia en ferias y establecer contacto directo con la ciudadanía.

Responsables:

- ✓ Trabajo conjunto de los integrantes de la DCS de la Federación de Baile Deportivo, del Ministerio del Deporte y del Club Smirnov.

Ejecución y difusión:

- Se solicitará que el pautaaje salga en dicha revista en el mes que mayores aciertos o novedades tenga el Baile Deportivo.

Inversión: 800\$

ESTRATEGIA 6: CAMPAÑAS PUBLICITARIAS: 1 SPOT

➤ **Beneficios del Baile Deportivo en la salud física, mental y emocional**

Objetivos:

- Utilizar diferentes medios de difusión que fortalezcan el mensaje de los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo.
- Activar a los asistentes del Centro Comercial Granados Plaza, con atletas destacados.
- Posicionar al Baile Deportivo, como una nueva actividad llena de beneficios, a través de los logros del Club Smirnov.
- Instruir a la ciudadanía sobre qué hacer en caso de querer formar parte del Club Smirnov.
- Fortalecer la imagen del Club Smirnov, como una institución que genera bailarines con posibilidades al Alto Rendimiento.
- Realizar Campañas de Marketing Directo, para evidenciar los beneficios del baile y hasta donde se puede llegar si se dedica al baile deportivo de manera disciplinada.

Justificación:

- La falta de conocimiento que tiene la sociedad ecuatoriana sobre la práctica del Baile Deportivo y del sinnúmero de beneficios que representa para las personas que lo practican, no ha permitido que éste despunte como otros deportes que se venden solos como: el fútbol, baloncesto y atletismo.
- Aún más, pocas personas conocen de espacios apropiados para este deporte: clubes donde aceptan a personas de toda edad, con el único requisito de tener ganas de aprender a bailar, hacer

deporte y disfrutar. Es necesario que la ciudadanía conozca de la práctica de este deporte y a través de la correcta y adecuada información, se logre masificar el Baile Deportivo.

Acciones:

- Activación en el Parque Metropolitano (sector de El Batán) donde se informe de los beneficios del Baile Deportivo y del Club Smirnov.
- Exhibiciones de baile Deportivo en el Centro Comercial Granados Plaza y volanteo.
- Elaboración de videos cortos para You tube.
- Conversatorios y presentación de Baile Deportivo en escuelas y colegios para socializar sobre los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo. (Se deben difundir beneficios particulares con mensajes definidos: con un vocabulario sencillo y claro)

Ejecución y Difusión:

- Difundir por un período mínimo de 2 meses de intermitencia en medios masivos y alternativos; buscando apoyo con empresas privadas dado que el Club sobrevive con el valor de las matrículas de los estudiantes, a cambio podrán lucir marcas de los auspiciantes o el logo en eventos del Club Smirnov.
- Agenda de visita a escuelas y colegios del sector para motivar a esta nueva experiencia del Baile Deportivo.

Inversión: 2.000\$

ESTRATEGIA 6.1 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS: VIDEO INSTITUCIONAL

Objetivos:

- Dar a conocer al Baile Deportivo y al Club Smirnov como una actividad completa.

Justificación:

- Es necesario tener un video que sea la carta de presentación del Club Smirnov, tomando en cuenta que los bailarines del club visitan lugares a nivel nacional e internacional, es fundamental contar con un Video Institucional que cuente en imágenes las experiencias vividas, los logros alcanzados y los servicios que ofrece y lo que las personas interesadas pueden descubrir en el mundo mágico del Baile Deportivo.
- Se realizará una filmación en los interiores y exteriores del club, para evidenciar la práctica de este deporte, contar las vivencias de los deportistas y acercarlos de esta forma a esta disciplina.

Acciones:

- Presentación Video Institucional como previo a la presentación de los deportistas del Club Smirnov, para difundir la imagen de la institución.
- Colocar el video Institucional en la página web del Club, así como en la Facebook institucional, para que más personas sepan de la existencia del club y de la práctica de este deporte en nuestro país.

Ejecución y Difusión:

- Presentar el video en competencias previo acuerdo con los

organizadores en cada una de las competencias, cuidando la imagen y sonido para que los asistentes puedan disfrutar del video.

Inversión: 1.500\$

 **ESTRATEGIA 7.- FANPAGE, POSICIONAMIENTO DE LOS CURSOS Y HORARIOS DE BAILE DEPORTIVO DEL CLUB SMIRNOV, CURSOS VACACIONALES.**

Justificación:

- El Club Smirnov, necesita dar a conocer horarios, inicio de cursos, eventos y presentaciones de sus alumnos con el fin de que los interesados sepan llegar e inscribirse en la clase y horario que requieran, se puede aprovechar el verano, para dar la opción a los padres que buscan actividades para sus hijos en el tiempo de vacaciones.
- Por ello, es importante que la sociedad conozca los resultados de este Club y de los deportistas que han alcanzado despuntar en competencias nacionales e internacionales.
- Para lograr este objetivo es necesario informar sobre la ubicación y beneficios a los que pueden acceder los ciudadanos, fortaleciendo sobre todo el mensaje en espacios del sector de El Batán.

Acción:

- Presentaciones de baile deportivo, que llegue a diversos sitios populares, con actividades didácticas y lúdicas que inviten a disfrutar de este deporte, dando información sobre dónde encontrar el Club o información sobre competencias, cursos, visitas de profesores internacionales etc.
- Volanteo con horarios y cursos para el tiempo de vacaciones de los

más pequeños.

Ejecución y difusión:

- Estudiantes por terminar la carrera que necesitan prácticas profesionales en Publicidad para aprovechar su potencial a favor del Club.
- Se pretende una campaña en redes sociales y puerta a puerta en zonas de alta convergencia ciudadana del sector de El Batán como: parques, mercados y centros comerciales, por un período de seis meses.

✚ ESTRATEGIA 8.- CREACIÓN DE MICRO SITIO “SMIRNOV INTERACTIVO”

Objetivos:

- Construir un perfil digital atractivo y estratégico que fortalezca este canal de comunicación.
- Informar a los ciudadanos sobre, programas y noticias de Baile Deportivo, novedades del Club Smirnov.

Justificación:

- Una página web, institucional, desde el aspecto periodístico diseñada con un contenido para que las personas entiendan y conozcan los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo en el Club Smirnov.
- Este es el medio de comunicación más usado por las direcciones de Comunicación de las instituciones y empresas, para socializar cursos, talleres, exposiciones, ferias y participaciones del Club a nivel nacional e internacional.

- Se considera que el tráfico en el sitio web puede crecer, si se hace atractivo, interesante y llamativo, con el fin de fortalecer la información explicando contenidos interesantes sobre el Baile Deportivo.

Acciones:

- Sitio dentro de la página oficial del Club, con información construida de manera lúdica e interactiva sobre eventos, presentaciones, etc.
- Absorción de páginas web relacionadas con el Baile Deportivo para alimentar con información fresca.
- Sitio interactivo aplicado para gente con discapacidad visual, solicitar apoyo económico a la Federación de Baile Deportivo o al Ministerio del Deporte para el tema incluyente.
- Infografías animadas.
- Aplicaciones atractivas (Juegos Flash, Mapa de competencias, vista de nuevas competencias, certámenes, charlas etc.)

Ejecución y difusión:

- Mediante el trabajo coordinado con estudiantes de programación y diseño de páginas web, aplicaciones, entre otras cosas, se construirá un sitio alternativo, anclado a la página oficial de la Federación de Baile Deportivo y de la Federación de Baile Internacional.

Inversión: 150 dólares para refrigerio o almuerzo de los estudiantes

8.1.- PAUTA WEB (PUBLICIDAD CORTA) PAGADA EN MEDIOS DIGITALES

Objetivos:

- Destacar las publicaciones mediante pagos a Facebook y otras redes sociales para que el Club Smirnov y el Baile Deportivo tenga mayor difusión cuando los ciudadanos ingresen en las redes sociales.
- Potenciar cada noticia generada, a partir de los eventos y actividades oficiales dentro de las redes sociales y otros medios web.
- Generar mayor alcance de audiencia para las redes sociales del Club Smirnov como semillero de atletas de Alto Rendimiento.

Justificación:

- Los medios de difusión web son utilizados por varias empresas y organizaciones, prácticamente, como una obligación al construir una marca. Por ello, el uso de Facebook, Twitters y otras redes corporativas en torno a cada organización creada, ha hecho que este canal se sature de información y comunicación. No obstante, existe una manera para destacar el trabajo promocionando en estos espacios previo pago a los fundadores de la red para que miles de usuarios vean la noticia o publicación de manera destacada.

Acciones:

- Presupuesto asignado para destacar noticias en redes sociales en asociación con los otros clubes y con el apoyo de la Federación de Baile Deportivo.

Ejecución y difusión:

- Se solicitará a la Federación de Baile Deportivo que por medio de una empresa, encargada del community manager, posicione diferentes banners de publicaciones como: anuncios, ubicados en las principales redes sociales, cuando haya un evento importante,

con el objeto de generar tendencias en las redes sobre el Baile Deportivo y el Club Smirnov para mayor impacto y convocatoria.

- Una vez contratado el servicio, se planteará el presupuesto para dos meses, los que se coordinará según las necesidades del Club Smirnov y de la Federación de Baile Deportivo, lógicamente se puede elaborar una publicidad que una a los ocho clubs que forman parte de la Federación, dando fuerza y presencia a la institución.

Inversión: \$ 800 (cuando amerite)

8.2.- MAILING: “SUPLEMENTO VIRTUAL”

Objetivos: Informar, de manera directa, a los ciudadanos del sector de El Batán y a los medios de comunicación sobre las actividades, competencias, eventos, nuevos cursos y talleres a través de noticias que genera la entidad en un solo documento digital que el ciudadano lo tenga de primera mano en su mail.

Justificación:

- La Dirección de Comunicación Social del Ministerio del Deporte realiza boletines de prensa y noticias de la Federación de Baile Deportivo y por ende de los diferentes clubes, mediante un lenguaje fácil de entender y con visión de posicionamiento de imagen. Estas noticias se difunden, a través de las redes sociales y página web. Pero, para lograr más impacto se pueden usar varios canales adyacentes que permitan difundir estos logros, a través de la conocida estrategia de mailing, publicidad especializada para correos electrónicos.

Acciones:

- Generar base de datos de mails de los ciudadanos del sector, a través de usuarios, familiares y habitantes del sector.
- Generación de base de datos de medios de comunicación deportiva que repliquen noticias, eventos, competencias.
- Enviar mensualmente una edición de noticias cortas, con todo lo transcurrido en el mundo referente al Baile Deportivo.

Ejecución:

- Un viernes al mes, un equipo de prácticas en Comunicación, recogerá las noticias para ponerlas en un solo cuerpo diseñado como periódico, este se envía a la base de datos de ciudadanos del sector y de medios deportivos, desde el correo del Club Smirnov.
- La Presidenta del Club, Liliana Serrano con título en Publicidad, guiará a los pasantes de Comunicación para recopilar las noticias semanales y creará un documento diseñado a manera de periódico virtual, para que sea enviado a la base de datos ciudadana, creada previamente por medio del mail, adjunto y abierto, donde se encuentren: noticias de baile Deportivo, eventos oficiales, fotos de deportistas, competencias nacionales e internacionales, nuevos cursos y datos novedosos. Estas noticias deben ser de interés.

EL BAILE DEPORTIVO *Una forma divertida de hacer deporte*

SMIRNOV



El Baile Deportivo es una actividad que puede ser practicada por cualquier grupo de la población, es una forma divertida de hacer deporte. Así se evidenció en el Campeonato Nacional 2013, realizado en el coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.



Disciplina, pasión y compromiso demostraron Adriana Chavéz y José María Suquilanda en el Open de Alemania, el pasado Agosto de 2014, obteniendo el puesto 197 de 414 parejas. Dando a conocer la calidad y el talento ecuatoriano.

Club Smirnov:

Es una escuela de formación de bailarines profesionales, que forma parte de la Federación de Baile Deportivo, avalada por el Ministerio de Deporte.

Te brindan una preparación completa a través de excelentes profesionales.

Ven inscribirte existen horarios accesibles, precios cómodos, con instalaciones de calidad.

BAILE - RECREACION - SALUD Y BIENESTAR



Síguenos también en:

 /ClubDeportivoSmirnov

 /CLUBSMIRNOV

DIR: COCHAPATA E11-94 Y ABASCAL
TELF: 604 0272

Autora: Francis Salas

8.3.- FREE PRESS

Objetivos: Potenciar la imagen del Club Smirnov y del Baile Deportivo a través de la presencia en marcas conocidas o en alguna compañía que realice responsabilidad social.

Justificación:

Aprovechar espacios y dar a conocer el Club Smirnov y los beneficios y potencialidades del Baile Deportivo a la mayor cantidad de personas.

Ejecución y difusión:

Calendarizar momentos importantes para que sean aprovechados por el Club Smirnov, eso dependerá de la empresa con la que se tenga acercamiento, para promocionar el Baile Deportivo.

Inversión: se supone que sea cero costos.

✚ ESTRATEGIA 9.- EVENTOS DE ACTIVACIÓN (FERIAS, EXPOSICIONES)

Objetivos: Organizar eventos para que la sociedad conozca los resultados del trabajo del Club Smirnov y del Baile Deportivo en el Ecuador.

Justificación:

- Para conseguir resultados positivos con la aplicación de esta estrategia se deben realizar reuniones con los clubes y con la Federación de Baile Deportivo, para planificar las actividades y los temas a difundir.
- A través de las acciones que ejecuta el Club Smirnov realizar eventos en el sector, con el fin de impulsar el interés de empresas nacionales y extranjeras, de ser posible, para promover el desarrollo de este deporte.

Ejecución y difusión:

- De manera permanente, de acuerdo con las necesidades institucionales. Se realizará cobertura periodística y se difundirá por la web, por redes sociales, por los medios de comunicación tradicional y digital.

Inversión: 1000 dólares semestral.

ESTRATEGIA 10: VOCERÍA

Objetivos: Socializar los beneficios del Baile Deportivo, horarios, cursos, talleres sobre este deporte.

Justificación:

- La inmediatez de los medios de comunicación obliga al Club Smirnov a estar atento y aprovechar los acontecimientos del Baile Deportivo, para informar oportunamente a la ciudadanía. Los voceros oficiales serán la presidenta del Club Smirnov, la instructora y los deportistas delegados.

Responsables:

- ✓ Autoridades.
- ✓ Técnicos, profesores e instructores.
- ✓ Deportistas delegados.

Ejecución y difusión:

De acuerdo con la coyuntura.

Consolidar media training para los voceros.

ESTRATEGIA 11.- CONTENIDOS

Objetivo: Posicionar un mensaje informativo sobre los beneficios y potencialidad del Baile Deportivo y los servicios del Club Smirnov.

Justificación:

- Elaborar boletines de prensa para informar el trabajo que ejecuta el Club Smirnov de Baile Deportivo, para posicionar los beneficios y potencialidad del Baile en el ser humano.

✚ ESTRATEGIA 12.- COORDINACIÓN DE TRABAJO CON EL RESTO DE CLUBES QUE FORMAN PARTE DE LA FEDERACIÓN DE BAILE DEPORTIVO (ACTIVIDADES EN CONJUNTO)

Objetivo: Mantener una línea de discurso en el trabajo que realizan los clubes como parte de la Federación de Baile Deportivo, avalada por el Ministerio del Deporte.

Justificación:

- Siendo el Club Smirnov, parte de la Federación de Baile Deportivo es necesario trabajar en conjunto para evidenciar los beneficios de este deporte en lo físico, emocional y social, a través de las actividades programadas previamente.

Acciones:

- Trabajo conjunto para presentar una activación en la Expodeportes, por ejemplo feria que se realiza una vez al año, y está a cargo del Ministerio del Deporte.
- Presentación del Video institucional en el stand asignado.

B) ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL CLUB SMIRNOV:

La comunicación interna es la comunicación dirigida al personal. Las nuevas necesidades de las compañías buscan motivar a su equipo humano y retener al mejor cliente interno en un entorno agradable, cómodo y familiar. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, y además son la cara más visible de la empresa.

MAPA DE LOS PÚBLICOS INTERNOS CLUB SMIRNOV

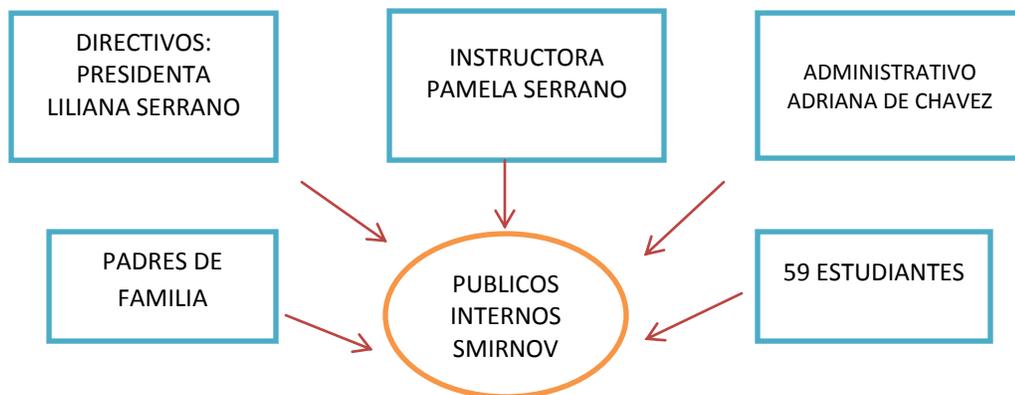


Gráfico 23 Públicos internos Smirnov
Autora: Francis Salas

Objetivo: Generar apropiación e identidad laboral entre los funcionarios del Club Smirnov.

Justificación:

- La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las entidades para motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno institucional armónico, responsable y de compromiso.

ESTRATEGIAS INTERNAS:

- ❖ **Estrategia 1:** Creación de un video (uno bimensual) donde se relate las actividades que realizan los deportistas, funcionarios de las distintas direcciones, para difundir y socializar entre los empleados que laboran en el Club.
- ❖ **Estrategia 2:** Filtrar archivos fotográficos de los diferentes eventos; así como del personal del Club Smirnov para tener material de calidad y exponerlo.
- ❖ **Estrategia 3:** Creación de un calendario de cumpleaños para motivar la interrelación y el compañerismo entre los empleados.
- ❖ **Estrategia 4:** Creación de la Intranet ya que dentro de una entidad es la mano derecha de cualquier empleado o directivo, puesto que entre sus beneficios se encuentran compartir información relevante, pero con manejo comunicacional más humano e integrador, tiene que ser una página interactiva e interesante para el uso de los miembros del club.
- ❖ **Estrategia 5:** Reuniones trimestrales con los clubes y la Federación de Baile para la socialización de las nuevas competencias, cursos y talleres de este deporte.

- ❖ **Estrategia 6:** Ejecutar estrategia de resultados de logros en el campo del Baile Deportivo y deportistas destacados, para motivar a los demás alumnos del club.
- ❖ **Estrategia 7:** Realización de perfiles o crónicas sobre personal, deportistas destacados, alumnos, para que se difundan en la Intranet, dando espacio al lado humano de quienes trabajan en el club.
- ❖ **Estrategia 8:** Exposición fotográfica del trabajo de Baile Deportivo en sitios visibles en un inicio en la calle Cochapata y posteriormente podemos ofrecer la muestra en ferias, o en centros comerciales cercanos.
- ❖ **Estrategia 9:** Informe anual del trabajo ejecutado, incluso se puede realizar una pequeña reunión con medios para dar a conocer las actividades realizadas, brindando información del Baile Deportivo, sus beneficios, sus logros y sus deportistas.

Presupuesto: \$1000(semestral)

6. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN PARA EL CLUB SMIRNOV

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL CLUB SMIRNOV 2015																																															
		ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL				AGO				SEP				OCT				NOV				DIC			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
TIEMPO ACTIVIDADES																																																	
PRESENTACIÓN PLAN COMUNICACIÓN																																																	
TALLER MEJORA COMUNICACIÓN INTERNA																																																	
SOCIALIZACIÓN PLAN PÚBLICO INTERNO																																																	
APLICACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN																																																	
ACCIONES: PERIÓDICO MAILING																																																	
CAMPAÑA "CONOZCA EL CLUB SMIRNOV Y EL BAILE DEPORTIVO"																																																	
PUBLICIDAD MEDIOS IMPRESOS																																																	
CAMPAÑA PUBLICITARIA "VIDEO INSTITUCIONAL"																																																	
BTL BAILE DEPORTIVO																																																	
PAUTAJE REVISTA ABORDO																																																	
RUEDA DE PRENSA Y AGENDA DE MEDIOS																																																	
ENTREVISTAS MEDIOS RADIALES																																																	
ACTIVACIÓN CENTRO COMERCIAL GRANADOS PLAZA																																																	
FERIA DE BAILE DEPORTIVO PARQUE METROPOLITANO DE QUITO																																																	
VOLANTEO INFORMACIÓN CLUB SMIRNOV																																																	
EVALUACIÓN																																																	
ANÁLISIS DE INDICADORES OBTENIDOS																																																	
CONCLUSIONES																																																	
REUNIÓN AUTORIDADES Y DIRECTIVOS, TOMAS DE DECISIONES																																																	

7.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL CLUB SMIRNOV.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES COMUNICACIÓN INTERNA CLUB SMIRNOV 2015																																																					
		ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL				AGO				SEP				OCT				NOV				DIC							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
TIEMPO ACTIVIDADES																																																					
CREACIÓN VIDEO ACTIVIDADES DEPORTISTAS Y FUNCIONARIOS																																																					
CREAR ARCHIVOS FOTOGRAFICOS																																																					
CREACIÓN CALENDARIO CUMPLEAÑOS Y FECHAS ESPECIALES																																																					
CREACIÓN INTRANET																																																					
REUNIONES TRIMESTRALES CON CLUBES Y FEDERACIÓN																																																					
REALIZACIÓN PERFILES DEL PERSONAL																																																					
EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA																																																					
INFORME ANUAL DE TRABAJO																																																					
EVALUACIÓN																																																					



7. PRESUPUESTO

ACTIVIDADES	VALORES
Imagen institucional: 2 banners, 2 roll ups	300\$
Ruedas de prensa anual:	1.000\$
Publicación pauta El Telégrafo	600\$
Publicación Revista Abordo (Tame)	1600\$
Spot	2.000\$
Video Institucional	1500\$
Micro sitio:Smirnov Interactivo	150\$
Pauta web pagada: medios digitales	800\$
Eventos Activación: Ferias	1.000\$
Estrategia interna	1.000\$
Total:	9.950\$

Tabla de presupuesto Plan de Comunicación para el Club Smirnov
Autora: Francis Salas

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Después de realizar el análisis investigativo se concluye:

- ❖ Que el Club Smirnov tiene una carencia total de prácticas comunicacionales tanto internas como externas.
- ❖ Que en el Club Smirnov actualmente no le dan la importancia necesaria a la Comunicación y sus procesos, ya que los eventos se quedan simplemente como un acto social.
- ❖ Que existe una falta de información sobre la práctica del Baile Deportivo y del Club Smirnov.
- ❖ Que no hay personal idóneo para el manejo de la Comunicación Interna y Externa en el club.
- ❖ Que no explotan los medios digitales para difundir el Baile Deportivo y al Club Smirnov
- ❖ El Facebook es manejado como un espacio personal, mas no como institucional, cayendo en la informalidad.
- ❖ Que falta una imagen institucional en los eventos en los que participan los deportistas del club, así como en los organizados por dicha institución
- ❖ Se necesita ejecutar inmediatamente el Plan Piloto de Comunicación para el Club Smirnov.

RECOMENDACIONES

Somos seres que comunicamos todo el tiempo, estamos viviendo en una sociedad que recibe constantemente información, todo en la organización comunica; sus públicos internos (empleados, colaboradores), incluso sus procesos, estructuras, objetivos, su misión, su visión, sus estrategias y decisiones. Por lo tanto, cada trabajador, es un potencial agente de comunicación corporativa, tanto dentro como fuera de la organización.

Es por ello que considero que es necesario crear una pequeña área de comunicación que se encargue de presentar a la ciudadanía lo que es el Baile Deportivo, la práctica de este deporte y sus beneficios; puede realizarse una actividad comunicacional de forma grupal, es decir apoyarse con los otros clubes, emitiendo noticias, boletines, fotografías, etc., para transmitir ideas que den a conocer este deporte.

CREACIÓN DE UNA ÁREA DE COMUNICACIÓN SMIRNOV

En el caso del club Smirnov, crear un área de comunicación que se encargue tanto de la comunicación interna como externa del Club Smirnov, con el fin de comunicar de forma abierta e interactiva los alcances del Baile Deportivo, empapando de las actividades primero al público interno y luego perfeccionar la Comunicación Externa para cumplir los objetivos propuestos, entre los que consta el posicionamiento del Club, como referente y semillero de atletas de formación y de Alto Rendimiento en el Baile Deportivo.

COMPETENCIAS DEL AREA DE COMUNICACIÓN:

Las competencias serán las siguientes:

- Asesorar a los directivos en asuntos relacionados con la comunicación social o relaciones públicas, publicitarias y políticas.
- Elaborar y difundir, periódicamente, boletines de prensa para redes sociales y enviar al departamento de Comunicación de la Federación de Baile Deportivo, sobre las acciones desarrolladas por el Club Smirnov.
- Coordinar y organizar conferencias de prensa y otras acciones que tengan relación con la gestión e información del Club para masificar el deporte.
- Coordinar y programar la difusión noticiosa en los medios de comunicación para mantener actualizado un centro de documentación, archivo, registro de audiovisuales, materiales impresos y publicaciones, relacionadas con la gestión del Club Smirnov.
- Realizar eventos, competencias y premiaciones de las participaciones de los deportistas del Club.

Otra recomendación: puede ser aprovechar el aumento de carga horaria impuesto por el Gobierno Nacional: **“Educación Física para la Educación Básica y Bachillerato 2012”**

Aprovechando la coyuntura que se vive con la presentación del Currículo de Educación Física para la Educación Básica y Bachillerato 2012, en la que se estipula el aumento de dos a cinco horas en los planteles educativos, vale la pena aprovechar y presentar un espacio especial a la propuesta de trabajo interinstitucional Federación de Baile Deportivo-

Ministerio de Educación, con la finalidad de poner como opción a la disciplina de Baile deportivo, ya que como hemos tratado anteriormente es una actividad completa y que no tiene límite de edad.

“La Educación Física es importante en la Educación Física General Básica, pues les posibilita a los estudiantes desarrollar destrezas cognitivas, motoras y afectivas, expresar su espontaneidad, fomentar la creatividad y, sobre todo, les permite conocer, respetar y valorarse a sí mismos y a los demás, centrando su accionar en la educación del movimiento como aprendizaje que le permite vivenciar y experimentar”.

(Deporte R. R., 2013)

Esta estrategia debería ser tratada como un proyecto individual que se le presente al Ministerio del Deporte, para que él a su vez presente al Ministerio de Educación y se ponga como alternativa al Baile Deportivo dentro de las 5 horas de Educación Física en los planteles educativos del país, esta sería una excelente oportunidad para dar a conocer al Baile Deportivo pues estaría incluida en el Currículo de Educación Física, que por ley desde este 2014 ya está en práctica en el ciclo costa.

Ésta reforma tiene dos horas definidas de Educación Física y tres horas que fomentan el desarrollo físico, emocional, psico-motriz, socio-afectivo y cultural de los niños, con actividades como:

- Formemos un circo
- Seamos atletas
- Todos a bailar
- Gimnasia básica

- Juegos escolares

Por lo que un acercamiento con el Ministerio de Educación, y bajo la exposición de los beneficios del baile deportivo, no solo en la salud, sino en el desarrollo socio-afectivo y emocional de los niños, es factible desarrollar una hora de “Baile Deportivo” en las instituciones educativas, desde sus inicios, lógicamente esta sería impartida por técnicas y técnicos en este deporte, abriendo el abanico de posibilidades laborales para profesores de esta disciplina deportiva.

Así como la masificación del deporte, bajo la obligatoriedad de cumplir con una hora semanal de esta actividad física tan completa, que permite un desarrollo especial en los niños, lo que no pasa con el fútbol o baloncesto, donde el físico es fundamental para ser considerado en los encuentros deportivos por la competitividad que esto representa; es decir el Baile Deportivo al no tener límite de edad, explota de manera sana, las potencialidades de los niños y niñas que desde que nacen tienen una conexión directa con la música.

Este acercamiento al Baile Deportivo, por parte de los niños como una etapa del Currículo de Educación Física, abre las posibilidades para así como se busca a los mejores en atletismo, fútbol, natación, se pueda buscar la excelencia en el Baile Deportivo y por qué no decirlo en el plan de Alto Rendimiento, donde están los mejores, bajo el cuidado y supervisión del Ministerio del Deporte.

Otra recomendación podría ser el apoyarse con las coordinaciones del Ministerio del Deporte:

Expandir el mensaje a través de información efectiva apoyándose en las áreas de comunicación de las coordinaciones del Ministerio del Deporte,

previa solicitud de colaboración, puesto que existen 7 zonas: Zona 1 Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Sucumbíos) Zona 2: Orellana, Pichincha y Napo, Zona 3: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo; zona 4: Manabí, Santo Domingo, Galápagos; zona 5 Santa Elena, Guayas, Los Ríos y Bolívar; Zona 6: Austro, Cañar, Azuay, Morona Santiago; Zona 7: Machala, El Oro, Loja y Zamora Chinchipe y así contribuir al conocimiento de esta disciplina, si el público está receptivo y demanda mayor información se puede planificar en ferias que organiza el Ministerio del Deporte, incluir demostraciones de Baile Deportivo con el fin de acercar el deporte a la ciudadanía.

Bibliografía

(18 de febrero de 2010). Obtenido de Historia del Vals Vienés:
<http://beavals.blogspot.com/>

About.com. (2013). *About.com*. Recuperado el 13 de noviembre de 2013, de About.com.

About.com, B. (s.f.). *Baile about.com*. Recuperado el 25 de mayo de 2014, de Baile about.com: <http://baile.about.com/od/Beneficios-del-baile/f/Como-Prevenir-Las-Enfermedades-Cardiovasculares-Bailando-Todas-Las-Semanas.htm>

Aljure, J. C.-A. (2005). *Master Dircom Los profesores tienen la palabra*. La Paz.

Arguedas, M. (21 de septiembre de 2011). *Saber bailar es saludable*. Recuperado el 12 de noviembre de 2013

Avedón. (1974). Madrid, España.

Baile deportivo. (2009). Recuperado el 20 de mayo de 2014, de Bailedeportivo.net:
<http://www.bailedeportivo.net/danza-jive.html>

Baile, F. M. (s.f.). *Federación Mundial de Baile*. Recuperado el 30 de noviembre de 2013, de El Baile deportivo hoy: <http://www.worlddancesport.org/About>

Beraty, L. (s.f.). *Baila es beneficioso para los niños*. Recuperado el 6 de noviembre de 2013, de ABOUT.COM: <http://baile.about.com/od/Baile-para-ninos/a/Los-Beneficios-Del-Baile-En-Los-Ninos.htm>

Biblia. (1995). Biblia. En *Jueces* (págs. 21:21-23). Reina Valera.

BST. (9 de septiembre de 2013). La potencia del baile deportivo está en Ecuador. *El Mercurio* .

BTS. (9 de septiembre de 2013). La potencia del baile está en Ecuador. *El Mercurio* .

Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. En P. Capriotti, *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* (pág. 264). Málaga-España: Ariel.

Costa, J. (2006). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. La Crujia.

Costa, J. (s.f.). *Joan Costa Institute*. Obtenido de Joan Costa Institute:
<http://www.joancostainstitute.com/>

Deporte, M. d. (2012). El Deporte en cifras. En S. T. investigación, *El Deporte en cifras* (pág. 12). Quito: Ministerio del Deporte.

Deporte, M. d. (2010). Ley del Deporte Educación Física y Recreación . *Ley del Deporte Educación Física y Recreación* . Quito, Pichincha, Ecuador.

Deporte, R. R. (2013). *Currículo de Educación Física para la Educación General Básica y Bachillerato 2012*. Quito: Editogran.SA.

Deportivo, B. (s.f.). *Baile Deportivo.net*. Recuperado el 16 de mayo de 2014, de <http://www.bailedeportivo.net/danza-samba.html>

Deportivo, B. (s.f.). *Baile Deportivo.net*. Recuperado el 18 de mayo de 2014, de Baile Deportivo.net: <http://www.bailedeportivo.net/danza-rumba.html>

Deportivo, F. d. (2010). *Federación Baile Deportivo*. Recuperado el 5 de diciembre de 2013, de <http://www.febd.ec/>

Deportivo, F. d. (2009). *Federación de Baile Deportivo*. Obtenido de Federación de Baile Deportivo: <http://www.febd.ec/index.php/modalidades/reglamentos/competicion>

Ecuador, G. d. (2010). Recuperado el 20 de noviembre de 2013

Libaert, T. (2005). *El Plan de Comunicación Organizacional*. Limusa .

López. (s.f.). *Más que baile*. Recuperado el 12 de mayo de 2014, de Más que baile: http://www.masquebaile.es/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=72

López. (s.f.). *Más que baile*. Recuperado el 15 de mayo de 2014, de Resumen del tema en el sitio Mas que baile: http://www.masquebaile.es/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=70

López. (s.f.). *Más que Baile*. Recuperado el 15 de mayo de 2014, de Más que Baile: http://www.masquebaile.es/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=72

Lopez, B. G. (s.f.). *Mas que baile*. Recuperado el 15 de mayo de 2014, de Mas que baile: http://www.masquebaile.es/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=69

Manucci, M. (2008). *El Impacto Corporativo*. Tucumán Argentina: Apero.

Marshall, S. P. (1999). *Creación de Comunidades sistentables de aprendizaje para el siglo XXI*. Madrid : La Organización del Futuro.

Muriel, M. L. (1980). *Comunicación Institucional: enfoque social de las relaciones humanas*. Quito: Ciespal.

mx, D. (s.f.). *Definición mx*. Recuperado el 31 de marzo de 2014, de Definición mx: <http://definicion.mx/estrategia/#ixzz2xxNVRa7H>

Nacional, S. A. (4 de agosto de 2010). Ley del Deporte, Educación Física y Recreación. *Ley del Deporte, Educación Física y Recreación*. Quito, Pichincha, Ecuador: Sumario Asamblea Nacional.

NACIONAL, S. (2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. Recuperado el 29 de DICIEMBRE de 2013, de PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR.

Noticias, A. P. (abril 2014). Educación física escolar aumenta a 5 horas. *La Gente de Manabí, Revista Ecuador*, 12.

Pasodoble Wikipedia. (20 de mayo de 2001). Recuperado el 18 de mayo de 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Pasodoble>

Pérez, J. (s.f.). *Bailes de Salón*. Recuperado el 15 de mayo de 2014, de Biles de Salón: <http://www.losbailesdesalon.com/inter/valsingles.html>

PR, F. (7 de septiembre de 2011). *Futuro PR*. Obtenido de Futuro PR: <http://futuropr.com/forum/topics/el-baile-todo-ventajas-para-la-salud>

Qué quiere decir. (2011). Recuperado el 2 de diciembre de 2013, de Creative Commons: <http://www.quequieredecir.org/baile/>

Sánchez, D. (abril de 2013). *El Baile deportivo tuvo actividad en Quito*. Recuperado el 15 de noviembre de 2013, de Ministerio del deporte: <http://www.deporte.gob.ec/el-baile-deportivo-tuvo-actividad-en-quito/>

Sanchez, D. (julio de 2013). *ministeriodeldeporte.com*. Recuperado el 15 de diciembre de 2013, de ministeriodeldeporte.com: <http://www.ministeriodeldeporte.gob.ec>

Serrano, L. (29 de mayo de 2014). Club Smirnov y el Baile Deportivo. (F. S. Sola, Entrevistador)

Solana, Y. M. (2004). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_institucional

Sota, I. (4 de agosto de 2013). *Diario El País*. Recuperado el 10 de junio de 2014, de Diario El País: <http://smoda.elpais.com/articulos/el-baile-deportivo-desfila/3694>

Telégrafo, E. (14 de junio de 2013). *La Ley de Comunicación del Ecuador se aprueba con 108 votos*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/ecuador-ya-cuenta-con-nueva-ley-de-comunicacion.html>

Tiempos, 8. (2009). *8 Tiempos*. Recuperado el 18 de mayo de 2014, de 8 Tiempos: <http://www.8tiempos.com/es/baile-de-salon/tradicional/cha-cha-cha/47-historia-cha-cha-cha>

Tierra, C. (2013). *About.com*. Recuperado el 15 de noviembre de 2013, de Los beneficios del baile en los niños: <http://baile.about.com/od/Baile-para-ninos/a/Los-Beneficios-Del-Baile-En-Los-Ninos.htm>

Total, C. (2011). *canaltotal.com*. Recuperado el 15/05/2014 de mayo de 2014, de canaltotal.com: <http://www.canaltotal.com/quien-invento-el-baile/>

Vilaplana, J. C. (2009). En J. Vilaplana, *Dircom estrategia de la Complejidad*. Valencia : Universidad de Valencia.

World Dances Sport. (2010-2012). Recuperado el 20 de NOVIEMBRE de 2013, de <http://www.worlddancesport.org/About>

ANEXOS:

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR HOJA DE PRESENTACIÓN DEL TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL
NOMBRES Y APELLIDOS: FRANCIS DEL PILAR SALAS SOLA
TÍTULO O TEMA: “Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de Quito: en el Club SMIRNOV del Batán.”
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: El desconocimiento que tiene la sociedad ecuatoriana sobre la práctica del baile deportivo y del sinnúmero de beneficios que representa para las personas que lo practican, ha impedido que éste despunte como otros deportes que se venden solos como: el fútbol, baloncesto y atletismo. Aún más, poca gente conoce de espacios apropiados para este deporte: clubes donde aceptan a personas de toda edad, con el único requisito “ganar de aprender a bailar”, hacer deporte y disfrutar. Como es lógico se desconoce de la existencia de la Federación de Baile Deportivo, entidad que lidera esta actividad en nuestro país. Es necesario que la ciudadanía se sensibilice ante la práctica de este deporte por medio de una correcta información, iniciando en el sector de El Batán, donde está ubicado el Club SMIRNOV.
OBJETIVOS GENERAL: Elaborar un Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios del baile deportivo en el Club SMIRNOV, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito. ESPECÍFICO: Investigar el nivel de conocimiento sobre el baile deportivo, sus beneficios y potencialidades, en el sector de El Batán donde se encuentra el Club SMIRNOV. <ul style="list-style-type: none">▪ Diseñar estrategias comunicacionales que ayuden a difundir los beneficios y potencialidades del baile Deportivo.▪ Elaborar productos comunicacionales que masifiquen este deporte en el sector de El Batán donde está el Club SMIRNOV.
JUSTIFICACIÓN: El presente proyecto pretende elaborar un Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de Quito: en el Club SMIRNOV del Batán; a fin de fortalecer la imagen corporativa que se desea para el club, buscando el acercamiento de la sociedad ecuatoriana a la práctica de este deporte, que no se conoce como correspondería, tomando en cuenta que en su tiempo de existencia ya debería haber despuntado.
----- FRANCIS DEL PILAR SALAS SOLA

ANEXO I SUPLEMENTO VIRTUAL DE BAILE DEPORTIVO

EL BAILE DEPORTIVO *Una forma divertida de hacer deporte*

SMIRNOV



El Baile Deportivo es una actividad que puede ser practicada por cualquier grupo de la población, es una forma divertida de hacer deporte. Así se evidenció en el Campeonato Nacional 2013, realizado en el coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.



Disciplina, pasión y compromiso demostraron Adriana Chavéz y José María Suquilanda en el Open de Alemania, el pasado Agosto de 2014, obteniendo el puesto 197 de 414 parejas. Dando a conocer la calidad y el talento ecuatoriano.

Club Smimov:

Es una escuela de formación de bailarines profesionales, que forma parte de la Federación de Baile Deportivo, avalada por el Ministerio de Deporte.

Te brindan una preparación completa a través de excelentes profesionales.

Ven inscribete existen horarios accesibles, precios cómodos, con instalaciones de calidad.

BAILE - RECREACION - SALUD Y BIENESTAR



Síguenos también en:

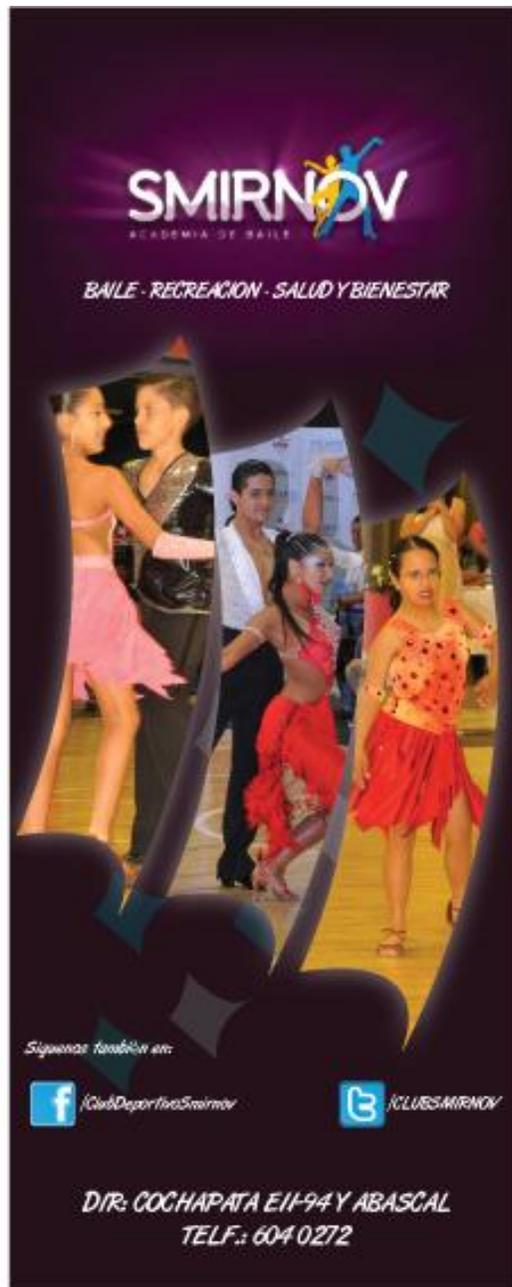
 /ClubDeportivoSmimov

 /CLUBSMIRNOV

**DIR: COCHAPATA E11-94 Y ABASCAL
TELF: 604 0272**

Autora: Francis Salas

ANEXO II ROLL UP CLUB SMIRNOV



Autora: Francis Salas

ANEXO III DÍPTICO BAILE DEPORTIVO



Autora: Francis Salas

ANEXO IV REGLAMENTO DE COMPETENCIAS DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE BAILE

REGLAMENTOS DE COMPETENCIAS DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE BAILE

Preámbulo

El presente Reglamento de Competencias es el instrumento que permite el desarrollo y la organización de las competencias de baile deportivo en nuestro país, que es la finalidad de la Federación Ecuatoriana de Baile Deportivo (FEBD).

La normativa adoptada se ajusta a las recomendaciones de la “Internacional Dance Sport Federation” (IDSF) y sigue las líneas generales de la tradición más establecida en todo el mundo. Al mismo tiempo, sin embargo, también tiene bien en cuenta la situación particular de nuestro país.

CONTENIDO

1. Generalidades
2. Especialidades
3. Territorialidad
4. Agrupación por edades
5. Categorías
6. Competencias Puntuales.
 - 6.1 Escalafón y cambios de Categoría
7. Campeonatos
8. Especialidades técnicas de los bailes
9. El jurado
10. Dirección de la competición
11. Desarrollo de la competición
12. Formas especiales de las competencias
13. Aprobación de las competencias y otros aspectos administrativos
14. Grabación audiovisual

- 15. Participación en competencias Internacionales
- 16. Régimen disciplinario
- 17. Anexo A Puntuaciones

Sección 1 Generalidades

Artículo 1

El presente reglamento regula el sistema de competencias aprobadas por la Federación Ecuatoriana de Baile Deportivo (FEBD), así como la participación de sus miembros en otras competencias internacionales de la Internacional Dance Sport Federation de ahora en adelante IDSF. Este miembro obliga a todos los miembros de la FEBD, así como a cualquier otra persona que desarrolle alguna función en competencia de la FEBD.

Artículo 2

La autoridad sobre el presente reglamento corresponde al Directorio de la FEBD

Esta autoridad comprende las siguientes tareas:

- a. Cuidar de la revisión periódica del presente Reglamento y hacer que sea activo, por lo tanto será susceptible de modificación por un Directorio que cuente con la asistencia de al menos las dos terceras partes de sus miembros.
- b. Dictar normas suplementarias y autorizar excepciones siempre que lo crea conveniente y se apruebe por un Directorio que cuente con la asistencia de al menos las dos terceras partes de sus miembros.
- c. Velar por su aplicación
- d. Apremiar posibles infracciones e imponer las sanciones que correspondan, de acuerdo con lo que se establece en la sección 16 del presente Reglamento.

Artículo 3

Para poder participar como artista en competencias de la FEBD, es necesario estar inscrito en esta Federación como socio individual, o bien,

en el caso de competencias abiertas a la participación internacional, está afiliado a alguna otra asociación miembro de la IDSF

Norma 3.1 Como excepción, los deportistas que participen en competencia de la categoría F (Pre-competición) no estarán obligadas a pertenecer como socios a la FEBD mientras mantengan esta categoría de acuerdo con lo previsto en el Artículo 24.

Norma 3.2 Los socios de la FEBD acceden implícitamente a que sus datos personales queden automáticamente incorporados en el fichero inscrito en la Agencia de Protección de Datos para su utilización con relación a su participación en competencias. En cualquier caso al inscribirse en una competición aprobada por la FEBD, los deportistas acceden a que sus datos personales sean puestos en conocimiento de la misma y a la vez sean incorporados en su fichero. Para modificar o cancelar los datos deberán dirigirse a la secretaria de la FEBD.

Artículo 4

La FEBD se reserva el derecho de permitir o no que sus miembros formen parte en competencias ajenas a la FEBD para lo cual se deberá contar con un informe favorable de la Comisión Técnica y aprobación de la presidencia.

Artículo 5

De las competencias puntuables.

Los resultados obtenidos en el conjunto de competencias puntuables de una especialidad son la base de un sistema de puntuación ligado a una escala de categorías. Esta puntuación establece un escalafón dentro de cada categoría y determina la promoción hacia categorías superiores. Una competencia no puede tener carácter puntuable sin la aprobación de la FEBD previo informe favorable de la Comisión Técnica y aprobación de la Presidencia.

Artículo 6

Las parejas que representen oficialmente FEBD en competencias internacionales son las que componen la Selección Nacional del Ecuador, cuyos miembros son seleccionados de acuerdo con los resultados del Campeonato de Ecuador y su posición en el Escalafón. Cualquier otra pareja puede participar a título personal, si cumple con las bases fijadas en la competición y con las reservas previstas en el Artículo 4.

Artículo 7

La Comisión Técnica llevara un registro de deportistas y parejas, y un registro de resultados de todos, igual existirá un registro en Secretaria, mismos que la Comisión Técnica deberá entregarlos dentro de los dos días posteriores de terminada una competencia. En el registro de parejas se llevara cuenta de la clasificación de estas, su puntuación y su posición en el escalafón. En el registro de resultados quedaran archivados todos los campeonatos y competencias puntuables incluyendo la relación completa de las votaciones y puntuaciones otorgadas por los diferentes jueces, tanto en la fase final como en las eliminatorias y se llevara cuenta del estado del Escalafón.

Artículo 8

El calendario de competencias aprobadas por la FEBD se estructura en temporadas de un año de duración. La temporada empieza el 1 de Enero y finaliza el 31 de Diciembre del mismo año.

Norma 8.1 La competencia de la aprobación de las competencias es del Directorio de la FEBD. La aprobación de los campeonatos del Ecuador y de las Competencias Internacionales que se celebren en nuestro ámbito, será competencia exclusiva del Directorio de la FEBD

Norma 8.2 En la aprobación de las competencias puntuables se tendrá en cuenta las siguientes consideraciones:

- a. La adjudicación de fechas para las competencias puntuables se realizara de acuerdo con el orden de entrada de las solicitudes en las oficinas de la FEBD
- b. El número máximo de competencias que puede solicitar cada organizador por temporada será fijado por el Directorio de la FEBD.

- c. En una misma provincia solo podrá celebrarse una competición en una misma fecha.
- d. Se presentara especial atención para evitar la coincidencia de competencias en una misma fecha teniendo preferencia la competición ya aceptada.

Sección 2 Especialidades

Artículo 9

El baile deportivo incluye las siguientes especialidades Bailes Standard y Bailes Latinos, estas dos especialidades son de baile de pareja y cada una de ellas comprende varios ritmos.

Artículo 10

Una competición puede tener como objetivo uno o más ritmos de una misma especialidad o bien una combinación de bailes de diversas especialidades.

Artículo 11

La Especialidad de Bailes Standard comprenden los siguientes ritmos: Vals Ingles, Tango, Vals Vienés, Slow, Fox Trot y Quick Step.

Artículo 12

La especialidad de los Bailes Latinos comprenden los siguientes ritmos: Samba, Cha cha cha, Rumba, Pasodoble y Jive.

Sección 3 Territorialidad

Artículo 13

La admisión de una competición puede estar limitada a parejas que pertenezcan a una rea territorial determinada. Esta se denominara área de admisión a la competición. Si no se especifica lo contrario se entenderá que el área de admisión es todo el Ecuador.

Artículo 14

Para que una pareja pueda representar a Ecuador o a un área territorial ecuatoriana dentro de una competición de ámbito más amplio, es necesario que la pareja pertenezca a aquella área territorial.

Artículo 15

A efectos de los artículos precedentes la pertenencia de una pareja a una determinada área territorial ecuatoriana, requiere que al menos uno de los dos deportistas tenga nacionalidad ecuatoriana y resida en aquella área territorial. Se entiende que otra "área territorial" quiere decir otra área territorial que no tenga ninguna parte en común con aquella que se está considerando.

Norma15.1

Para que una pareja pueda participar en los Campeonatos de Ecuador uno de los dos miembros de la pareja debe tener nacionalidad ecuatoriana.

Artículo 16

Se podrá autorizar la competición de parejas extranjeras, es decir, que no pertenezcan a Ecuador en el sentido que se refiere el artículo 15, en competencias de categorías limitadas a un área territorial ecuatoriana para lo cual se deberá contar con un informe favorable de la Comisión Técnica y aprobación de la Presidencia. Sobre este tema la FEBD podrá establecer

convenios con otras asociaciones pertenecientes a la IDSF. Las parejas extranjeras que tengan residencia habitual en nuestro país pueden ser objeto de autorización permanente en el sentido precedente, a condición que se hagan socios de la FEBD. En tal caso se consideraran también dentro del Escalafón nacional. En las competencias cerradas, estas autorizaciones están sometidas a las siguientes limitaciones:

- a. Se limita la participación de las parejas extranjeras a dos por categoría y grupo si no son residentes.
- b. A efectos de puntuación, las parejas nacionales puntuaran como si las parejas extranjeras no residentes no hubieran competido.
- c. Aunque se les permita la participación en competencias puntuables, las parejas extranjeras no residentes no hubieran competido.
- d. Aunque se le permita la participación en competencias puntuables, las parejas extranjeras no residentes no podrán ser objeto de puntuación ni figurar en el Escalafón.
- e. Las parejas pertenecientes a países con los que existen acuerdos en materia deportiva podrán participar en competencias y Campeonatos en Ecuador, y figurar en el Escalafón pero no podrán ostentar la representación de nuestro país.

Sección 4 Agrupación por Edades.

Artículo 17.

Según la edad de los componentes de la pareja se distinguen los siguientes grupos:

GRUPO	DEFINICIÓN
Juvenil I	El deportista de más edad cumple 11 años o menos durante el año en curso
Junior I	El deportista de más edad cumple 12 o 13 años durante el año en curso
Junior II	El deportista de más edad cumple 14 o 15 años durante el año en curso
Youth	El deportista de más edad cumple 16 a 18 años durante el año en curso
Adulto I	El deportista de más edad cumple 19 años o más durante el año en curso
Senior I	El deportista de menos edad cumple 35 años o más durante el año en curso
Senior II	El deportista de menos edad cumple 45 años o más durante el año en curso
Senior III	El deportista de menos edad cumple 55 años o más durante el año en curso

Sección 5 Categorías

Artículo 18

En cada especialidad los deportistas y las parejas están clasificados según una escala de categoría.

Artículo 19.

En cada especialidad, la categoría de una pareja es por definición la más alta de las categorías de sus componentes.

Artículo 20.

En una combinación de especialidades la categoría de una pareja es por definición la más alta de las categorías en las especialices que son objeto de combinación.

Artículo 21.

En orden descendente la escala de categorías está constituida por las categorías siguientes: S, A, B, C, D, E y F (Pre- competición) En cada grupo existen las categorías que se indican a continuación:

Categorías en Orden ascendente

Grupo Standard Latinos.

Juvenil I	F E D C F E D C
Junior I	F E D C B A F E D C B A
Junior II	F E D C B A F E D C B A
Youth	F E D C B A F E D C B A
Adulto I	F E D C B A S F E D C B A S

Adulto II	F E D C B A S F E D C B A S
Senior I	F E D C B A S F E D C B A S
Senior II	F E D C B A F E D C B A
Senior III	F E D C B A F E D C B A

Artículo 22.

Los cambios de grupo no afectan a la categoría de la pareja ni de sus deportistas pero si pierden su puntuación adquirida en el grupo anterior, es decir, parten de 0 puntos.

Artículo 23.

Cada competición estará limitada a una sola categoría o bien a una combinación de dos o más categorías consecutivas.

Artículo 24.

Cuando un deportista se inicia en la competición puede optar por hacerlo directamente en la categoría E, o bien, empezar en la categoría F (Pre competición), en la que podrá permanecer durante cinco competencias o hasta que realice tres primeros puestos, aunque el número de competencias en las que haya participado sea menor a cinco.

Artículo 25.

Cuando un deportista ya posee una categoría, entre la D y la S, en una de las especialidades Standard o Latino y empieza a participar en la otra especialidad, la categoría inicial en la nueva especialidad será la E.

Artículo 26.

Cada deportista conserva su categoría individual hasta que la pareja no se promociona a una categoría superior. En este momento la categoría individual de los miembros de la pareja pasa a ser igual a esa categoría superior. Todo esto se aplica por separado en cada especialidad.

Artículo 27.

Los deportistas o parejas que lo consideren justificado pueden solicitar su reclasificación, en una categoría inferior. Esta solicitud será considerada por la Comisión Técnica, quien entregara su informe a Presidencia, la cual decidirá sobre el caso.

Con respecto al escalafón de la FEBD debe redactar un escrito en el que explica cómo se va a definir a partir de enero el escalafón de las parejas que actualmente se encuentran federadas, a partir del campeonato de febrero, las parejas que vayan ingresando después tendrán que ir subiendo de categoría de acuerdo a este reglamento, además este escalafón quedara en custodia de la Comisión Técnica y Secretaria de la Federación de Baile Deportivo (FDBD) en sus respectivos archivos.

La categoría de los deportistas que participen en la primera competencia puntuable de la FEBD será fijada por su entrenador y/o Academia fijándose como Categoría máxima la C.

Sección 6. Competencias Puntuables. Escalafón y cambios de categoría.

Artículo 28.

Las competencias puntuables están limitadas a una sola especialidad.

Norma 28.1 En ningún caso podrá limitarse el número de parejas que se inscriban en una competencia aprobada por la FEBD.

Artículo 29.

El área de admisión a una competencia puntuable puede ser un área territorial ecuatoriana o también extranjera, siempre y cuando se cumpla con el Reglamento de competencias de la FEBD.

Artículo 30.

Cada competición puntuable está limitada a un solo grupo.

Norma30.1

Este artículo podrá ser objeto de excepción de acuerdo con lo que se prevé a continuación si las parejas inscritas en una determinada competición puntuable no cumplen con la condición de número que establece el Artículo 34, entonces en aquel certamen, las parejas en cuestión podrán ser asimiladas a otro grupo de edad de acuerdo con el siguiente esquema (siguiendo la dirección de las flechas)

CUADRO PARA LA AGRUPACION CORRECTA DE LOS DIFERENTES GRUPOS DE EDAD								
Juvenil	Junior 1	Junior 2	Youth	Adulto 1	Adulto 2	Senior 1	Senior 2	Senior 3
→								
	→							
		→						
			→					
				↔				
				←				
					←			
						←		

Esta asimilación tendrá el efecto de permitir que las parejas en cuestión se incorporen a otra competición de su categoría y área territorial, en un grupo de edad lo más próximo posible al original. En tal caso, a efectos de los Artículos 34 y 35 estas parejas serán consideradas como parejas ordinarias de la sección donde se hayan incorporado. Por otro lado, a efectos del artículo 36 cada pareja contabilizara esa petición en la sección correspondiente al grupo de edad donde se había inscrito.

Artículo 31.

Cada competición puntuable está limitada a una sola categoría.

Norma 31.1. Si las parejas inscritas en una determinada competición puntuable no cumplen con la condición de número que establece el Artículo 34, y no es posible incorporarlas a otro grupo de edad de acuerdo con la Norma 30.1, entonces, en aquel certamen, las parejas en cuestión podrán ser incorporadas a otra competición del mismo grupo de edad y área territorial, en una categoría superior, lo más próxima posible a la original. En el caso, a los efectos de los Artículos 34 y 36 estas parejas serán consideradas como parejas adicionales.

Artículo 32.

Se denomina sección a una combinación concreta de especialidad, área territorial, grupo y categoría. De acuerdo con los artículos precedentes. Cada competición puntuable está asociada a una sección determinada.

Artículo 33.

En el caso de que en una competición puntuable se permita la participación de parejas que en principio no cumplen las condiciones de admisión como los casos considerados en los artículos 3 y 16, estas parejas serán consideradas adicionales. El resto de participantes serán consideradas ordinarias

Artículo 34

Para que una competición pueda considerarse puntuable es preciso que el número de parejas participantes ordinarias sea superior o igual a cierto valor m.

El valor m es el establecido en el resumen siguiente:

m= 4 para

Categorías F de todos los grupos de edad
Categorías S de todos los grupos de edad
Grupos Juvenil, Junior I y Junior II de todas las categorías.

m=6 para

Categorías A, B, C, D Y E de todos los grupos de edad menos Juvenil, Junior I y Junior II

Norma 34.1 Una competición se considerara puntuable si en el momento del cierre DEFINITIVO de la inscripción (48 horas antes del inicio de la competición y la consiguiente publicación de las listas de participantes y horarios) el número de parejas en cada categoría es igual a m.

En cualquier competición puntuable cada una de las parejas participantes ordinarias obtiene una puntuación x. esta es función del puesto k que resulta de aplicar el procedimiento descritos en los artículos 79-81, pero haciendo caso omiso de las posibles parejas adicionales. La puntuación x se calcula tomando la diferencia entre el número de parejas participantes y el puesto obtenido y dividiéndola por el número de parejas decrementado en una unidad $x = (n - k)/(n - 1)$. En el número de parejas n, solamente se cuentan las parejas participantes ordinarias. El cociente resultante será expresado en milésimas y las fracciones inferiores se redondearan al valor más cercano.

Para facilitar los cálculos el anexo A contiene una tabla que da los valores de la puntuación x en función del puesto obtenido k y del número de parejas participantes n cuando el valor de este último parámetro es inferior o igual a 48.

Norma 35.1. Los puntos se reparten entre el número de parejas participantes al cierre DEFINITIVO de la inscripción. La pareja inscrita que en el momento de la competición no se presenta debe figurar en la relación de pareja final sin puntuación y la indicación de N.P (No presentada). A la pareja con la indicación N.P. no les servirá esta competición como válida para el Escalafón. Las parejas que no se presenten sin justificación acreditada (Valorada por la Comisión Técnica) tendrán una penalización de 500 puntos en la mejor puntuación obtenida en las competencias válidas para el Escalafón.

Artículo 36.

En cada sección se establece un Escalafón. Este se actualiza después de cada competición puntuable de aquella sección y se mantiene invariable hasta la siguiente. El Escalafón se basa en los resultados de las competencias puntuables que han tenido lugar durante el periodo de doce meses que finaliza con la última competición puntuable. Por ejemplo, si el 14 de noviembre de 2004 finaliza una competición

puntuable, el Escalafón subsiguiente se basara en las competencias puntuables realizadas entre el 15 de noviembre de 2003 y el 14 de noviembre de 2004, ambos incluidos.

Para que una pareja sea incluida en el Escalafón de una determinada sección es preciso que durante el periodo en consideración haya participado con carácter ordinario en un cierto número mínimo de competencias puntuables de esa sección. El número mínimo de competencias necesarias, M, será establecido por la comisión técnica pudiendo variar según la sección.

El escalafón lo determina la puntuación global X de cada pareja. En cada sección viene dada por el promedio de las M mejores puntuaciones obtenidas en las competiciones puntuables del periodo de consideración. Este promedio será expresado en milésimas y las fracciones inferiores serán redondeadas al valor más cercano. Los posibles empates se resolverán atendiendo a la puntuación global que se obtendría si el valor de M se incrementara en una unidad más y así sucesivamente.

Norma 36.1. En todas las secciones el valor de M es igual a 3

Artículo 37.

En cada categoría superior de cada grupo también se establece un Escalafón en la combinación de las especialidades Standard, Latino. En este Escalafón combinado constaran todas las parejas que figuren a la vez en los Escalafones correspondientes de ambas especialidades. Este Escalafón vendrá determinado por el promedio de las puntuaciones en aquellas dos especialidades.

Norma 37.1 El artículo 37 será válido hasta la entrada en vigor del Escalafón de los Diez Bailes.

Artículo 38.

Una pareja se promociona a la categoría superior cuando su puntuación global X supera un cierto límite U, cuyo valor será establecido por el Directorio y en general podrá variar según la sección.

Norma38.1

El valor de U se establece como sigue. En todas las secciones de categoría E, el valor de U es igual a 800, en todas las secciones de categorías D y C el valor de U es igual a 850 en todas las secciones de categoría B, el valor de U es igual a 900 y en todas las secciones de la categoría A, el valor de U es igual a 1000 puntos.

Sección 7. Campeonatos.

Artículo 40.

Entre las competencias aprobadas por la FEBD ocupan un lugar destacado los campeonatos de Ecuador o de las correspondientes Provincias. Los ganadores de un campeonato reciben el título de campeones. Una competición no puede recibir la denominación de campeonato sin la aprobación de la FEBD o de la Provincia correspondiente. Por otra parte la denominación de campeones no puede ser aplicada nada más que los ganadores de un campeonato.

Artículo 41.

Todo campeonato está asociado a un área territorial determinada, la cual será especificada en el título. Esta área territorial se denomina área nominal del campeonato. Normalmente esta coincide con el área de admisión de participantes, pero otras veces el área de admisión es más amplia. En este último caso, que tiene un carácter especial, el campeonato recibe el calificativo de abierto. En contraposición, en el caso normal en el que el área de admisión coincide con el área nominal, el campeonato se denomina cerrado.

Artículo 42.

Se pueden realizar campeonatos en todas las especialidades, así como también en la combinación de las especialidades Standard y Latino.

Artículo 43.

Los campeonatos están limitados a un solo grupo.

Norma 43.1. Provisionalmente, se hará excepción a esta regla permitiendo la realización de campeonatos en ciertas combinaciones de dos o más grupos consecutivos. En la actualidad solamente se contempla la realización de campeonatos en los siguientes grupos: Junior, Youth, Adulto Senior I y Senior II, en la modalidad Standard y Junior, Youth, Adulto y Senior en la modalidad Latinos y en los Diez Bailes

Norma 43.2. Para los más jóvenes (juveniles y Junior I), se realiza un Campeonato de 6 Bailes (3 Standard y 3 Latinos)

Artículo 44.

Los campeonatos son competencias de categoría más alta de cada grupo. Opcionalmente se puede permitir que también participen parejas de categorías inferiores.

Artículo 45.

En un mismo año no pueden tener lugar dos campeonatos del mismo grupo o especialidad que están asociados a la misma área territorial, excepto en el caso de que uno de ellos sea cerrado y el otro abierto.

Artículo 46.

El título de un campeonato debe incluir las siguientes especificaciones:

1. El área territorial a la que este asociado.
2. Su carácter abierto o cerrado (por omisión se entenderá que es cerrado)
3. En el caso abierto, el área de admisión (por omisión se entenderá que es todo el Mundo)
4. La especialidad.
5. El grupo (por omisión se entenderá a que se trata del grupo Adulto)
6. El año.

El título de Campeones deberá ir acompañado de las mismas especificaciones.

Ejemplos:

Campeonato de Ecuador de bailes Latinos 2009; Campeonato Youth de Pichincha de 10 Bailes 2009; Campeones Senior de Ecuador de Baile Standard 2009; Campeones de Ecuador (abierto al Mundo) de Bailes Latinos 2009.

Norma 46.1 En los campeonatos de Ecuador solamente se podrán inscribir las parejas que aparezcan en el Escalafón de la FEBD, salvo en casos justificados que serán decididos por el Directorio de la FEBD.

Norma 46.2 Las parejas que cambian de grupo de edad en el mismo año del campeonato y deseen participar en el mismo, se inscribirán en el nuevo grupo de edad, aunque no aparezcan en el Escalafón, siendo condición imprescindible el haber realizado 3 competencias en los 12 meses anteriores del campeonato.

Norma 46.3. Las parejas deben estar encuadradas dentro de una autonomía concreta, de acuerdo con el Club Deportivo, Asociación, Escuela o localidad de residencia.

Sección 8. Especificaciones Técnicas de los bailes.

Artículo 47.

Los campeonatos y las competencias puntuables de las especialidades Standard y Latino deben versar sobre un número mínimo de bailes. Este número mínimo de bailes depende de la categoría y es como sigue:

Categoría F (Pre-competición): 3 bailes:

- a. Standard: Vals Ingles, Tango y Quickstep
- b. Latinos: Samba, Cha cha cha y Rumba.
- c. Opcionalmente podrán bailar solo 2 de los bailes indicados en cada modalidad a criterio del director de la competencia.
- d. Categoría E y D: 3 bailes en rondas clasificatorias y 4 bailes en la final:

a) Standard 3 bailes: Vals Ingles, Tango y Quick step.

b) Standard 4 bailes: Vals Vienés o Slow Fox. A criterio del directorio. De la competencia

c) Latinos 3 bailes: Samba, Cha cha cha y Rumba.

d) Latinos 4 bailes: Jive o Pasodoble. A criterio del director de la competencia.

Categorías S, A, B y C: los 5 bailes. Los campeonatos que combinan las especialidades de Standard y Latino tienen que versar sobre la totalidad de bailes de estas especialidades.

Artículo 48.

El tempo de cada baile deberá ajustarse a los valores que se dan en la tabla siguiente (en compases por minuto)

Baile Standard	Tempo	Baile Latino	Tempo
Vals Ingles	28 – 30	Samba	50 - 52
Tango	31 – 33	Cha cha cha	30 - 32
Vals Vienés	58 – 60	Rumba	25 - 27
Slow Fox trot	28 – 30	Pasodoble	60 - 62
Quick step	28 – 30	Jive	42 - 44

En todas las competencias la música tiene el carácter de los bailes, por ejemplo, no está permitida la música disco en los bailes latinoamericanos.

Artículo 49.

La duración de cada baile, en todas las fases de la competición, será como mínimo de 1 minuto y 30 segundos; salvo el Vals Vienés y Jive, cuya duración será como mínimo 1 minuto y como máximo 1 minuto y 30 segundos, y el Pasodoble que durara 2 High Light. En el General Look la duración en cada baile será de 45 segundos y el Pasodoble tendrá solo 1 High Light.

Norma 49.1. En circunstancias especiales, si el Chairman o Director de la Competición lo estima necesario, la duración de cada baile podrá

ampliarse de 1 minuto y 30 segundos hasta un máximo de 2 minutos y de 1 minuto 15 segundos hasta un máximo de 1 minuto y 30 segundos.

Artículo 50.

Cada baile tiene un repertorio básico. Este repertorio, basado en el Syllabus de la IDSF, se detalla en el Anexo B, así como las categorías afectadas. Las especificaciones de una competición pueden estipular que algunos de los bailes incluidos, o todos ellos se limiten al repertorio básico. Norma 50.1. El repertorio básico de la categoría o categorías consideradas de Pre- Competición, será el mismo que se indica par a la categoría E.

Norma 50.2. En cada competición la Comisión Técnica podrá nombrar una o más personas que conjuntamente controlen el cumplimiento de esta norma (Ver Norma 55.1)

Artículo 51.

En los campeonatos y en las competencias puntuables de las categorías S, A y B, los bailes no están sujetos a ninguna limitación de repertorio, salvo la imposibilidad de realizar lift (*), tal como se indica en el Anexo B.

(*) LIFT.- Acción por la que un deportista permanece con los dos pies en el aire, sin contacto con el suelo, apoyándose en la pareja, no permitida en ninguna de las categorías. Siempre deberá estar 3 pies de la pareja en el piso.

Artículo 52.

En todas las competencias y Campeonatos, el atuendo está limitado al Reglamento de Vestuario. Ver anexos C y D

Norma 52.1. Previo informe favor hable de la Comisión Técnica, la Presidencia podrá autorizar un atuendo diferente al reglamentario.

Artículo 53.

Control Competencias. Ver Anexo G

Artículo 54.

En todas las competencias aprobadas por la FEBD, la entidad organizadora debe proveer de médico, con conocimientos y material necesario para atender posibles urgencias, y es la responsable de ello. Por otro lado, en las competencias internacionales y campeonatos de Ecuador, es recomendable además la presencia de un fisioterapeuta.

Norma 54.1 La atención médica a los competidores, jueces y público en general será totalmente gratuita.

Sección 9. El Jurado.

Artículo 55.

En las competencias puntuables el jurado estará compuesto como mínimo por:

5 jueces para categorías S, A y B.
3 jueces para las categorías C, D, E y F (Pre-competición)

Norma 55.1 En cada competición la Comisión Técnica intentara nombrar un juez para controlar la restricción de pasos (Juez de Pasos), en las categorías C, D, E y F (Pre-competición). Recibirá del organizador las mismas compensaciones económicas que los Jueces de Pista y no podrá ser recusado.

Norma 55.2. El Juez de Pasos no podrá, en ningún caso, sustituir a un Juez de Pista. En caso necesario, el Director de Competición tratará de suplirlo con algún juez presente en el recinto, al que no le contabilizará la competición a efectos de sorteo, o bien reducir el panel de Jueces.

Norma 55.3. En el caso de los Campeonatos Provinciales siempre habrá un mínimo de 3 Jueces.

Norma 55.4. En los campeonatos abiertos a todo el estado ecuatoriano o

a un solo ámbito internacional el número mínimo de jueces será de 5 o lo que disponga la IDSF en cada caso.

Norma 55.5. Hasta la extinción de los Jueces C, en todas las competencias puntuables para el ranking nacional de la FEBD en las que compitan las categorías F (Pre-competición), E, D y C y en las que se opte por la designación de Jueces Nacionales, deberán contar con un mínimo de 1 Juez por pista de dicha categoría.

Norma 55.6. El Director de competencia podrá recusar a algún miembro del jurado, salvo al Juez de Pasos, indicado en la Norma 55.1 y a los Jueces C indicados en la Norma 55.5, sin tener que justificar su decisión, siempre que las recusaciones no recaigan siempre sobre las mismas personas, en cuyo caso deberá informar de las causas a la Comisión Técnica para su valoración. En este caso al juez recusado no le contabilizara la competición y entrara nuevamente al sorteo.

Artículo 56.

En las competencias puntuables y campeonatos, los jueces tienen que estar en posesión de la correspondiente licencia en activo expedida por la FEBD, en la especialidad o especialidades que son objeto de la competición.

Artículo 57.

El comportamiento de los jueces en las competencias debe ajustarse a lo previsto en el Reglamento de Jueces y Código de Ética, cuyo contenido deben conocer y cumplir.

Artículo 58.

Las compensaciones económicas que el organizador debe satisfacer a los jueces se realizan en base a tres conceptos.
Desplazamientos
Gastos de estancia y manutención
Honorarios de Juez
Las cuantías a satisfacer serán fijados por el Directorio de la FEBD y deberán ser revisadas periódicamente para su actualización.

Sección 10. Dirección de la competición

Artículo 59.

La dirección de una competición estará a cargo de un Director de Competición, el cual tendrá a sus órdenes un Secretario de competición y un Equipo de Escrutinio. Todos ellos tienen que ser conocedores del presente Reglamento, del sistema informático y sus variantes, y en el caso de competencias internacionales también conocer el Reglamento de Competencias de la IDSF.

Artículo 60.

El Director de competición es el responsable de que la competición se atenga al presente Reglamento, con las normas suplementarias o excepciones que pueda dictar o autorizar el Directorio. En particular, le corresponden las siguientes funciones.

- a. Controlar la velocidad y duración de la música de acuerdo con las normas estipuladas al respecto (Artículo 48 y 49)
- b. Controlar que se cumplan las normas estipuladas sobre el atuendo de los concursantes (Artículo 52 y Anexos C y D)
- c. Determinar en cada eliminatoria la distribución de las parejas en tandas (véase el Artículo 67).
- d. Controlar en cada baile que las parejas que toman parte son las corresponden.
- e. Dar instrucciones a los jueces sobre el número de parejas que tienen que seleccionar en cada eliminatoria y su distribución por tandas, así como determinar el número final de parejas que pasan a la fase siguiente (véase los Artículos 68, 70 y 71)
- f. Advertir a las parejas que han sido objeto de descalificación por parte de algún juez, así como darlo a conocer al resto del jurado (véase Artículo 76), y también hacer efectivas las descalificaciones en los casos previstos en los Artículos 77, 78 y 79
- g. Llamar la atención a los participantes que no se comporten debidamente y, si es necesario, expulsarlos de la competición.
- h. Decidir sobre cualquier eventualidad que pueda surgir en el curso de la competición.

Norma 60.1. En cada competición, la Comisión Técnica podrá nombrar un delegado con la finalidad de asesorar al Director de Competición en las

cuestiones que puedan surgir en la relación con el presente reglamento. En particular, esta persona colaborara para que se cumplan las normas sobre el atuendo de los concursantes (Artículo 52 y Anexos C y D) Además apoyara técnicamente en las competencias (Anexo G)

Artículo 61.

El Secretario de Competición tiene las funciones siguientes:

- a. Comprobar que la categoría y grupo de las parejas inscritas sean los que corresponden a la competición.
- b. Hacer llegar a la Comisión de Competencias el informe sobre la competición (véase Artículo 84)
- c. Expedir los certificados de participación y resultados a las parejas que lo soliciten.
- d. Poner los resultados intermedios al alcance de los competidores una vez terminada la competición (véase el Artículo 82)

Artículo 62.

El Equipo de Escrutinio tiene a su cargo el recuento de los votos y puntuaciones de los jueces y la aplicación del sistema informático. También es de su competencia dar a conocer inmediatamente al Director de la Competición al “Chairman” si lo hubiera y al delegado de la FEBD, en caso de las parejas afectadas por descalificaciones (véase los Artículos 76 y 78), así como cualquier irregularidad que pueda observar en la votación o puntuación de los jueces.

Artículo 63.

Los miembros del Equipo de Escrutinio tienen que estar reconocido por la FEBD como capacitados para tal función. En el caso en que el escrutinio se realice mediante ordenador, el programa utilizado tendrá que tener la aprobación del Directorio.

Sección 11. Desarrollo de la Competición.

Artículo 64.

El personal de la organización no puede ayudar al desarrollo de la competición o recoger las puntuaciones de los jueces.

Artículo 65.

Cada competición incluye una fase final la cual puede estar precedida de una o más fases eliminatorias previas. Si el número de parejas concursantes es inferior o igual a 6 entonces la competición constara solamente de fase final. Si el número de parejas fuese igual a 7, se realizara un General Look y si es superior a 7, entonces la competición tendrá que incluir forzosamente una o más eliminatorias previas a la final mediante las cuales realiza una selección gradual de las parejas participantes hasta llegar a un cierto número de parejas finalistas. Las fases eliminatorias sucesivas pueden ser designadas según el orden en que tienen lugar: 1ª Eliminatoria, 2ª Eliminatoria, etc., o bien en orden inverso: Semifinal, Cuartos de Final, 1/8 de final, etc.

Artículo 66.

Según el número de parejas concursantes, la competición, fase final incluida constara del número de fases que indica la tabla siguiente:

No. Participantes	4-6	7-12	13-24	25-48	49-96	97-192	193-384	385-768
No. Fases	1	2	3	4	5	6	7	8

(*) En el caso de 7 parejas las dos fases serán General Look y Final

Artículo 67.

En la fase final todas las parejas tendrán que bailar a la vez. En las fases eliminatorias, el conjunto de parejas que toman parte puede ser dividido en varias tandas. Las parejas que componen una tanda bailaran simultáneamente. La distribución por tandas tendrá que ser lo más uniforme posible. En el caso de relevos de distintos equipos de jueces a lo largo de una competición, en ningún caso podrán cambiarse los jueces a lo largo de las diferentes eliminatorias de una competición, entendiéndose

por eliminatoria desde el inicio de la competición hasta el final, inclusive, siempre en referencia al mismo grupo de edad, categoría y modalidad.

Artículo 68.

La selección de parejas que pasan de una fase eliminatoria a la siguiente se determina a partir de las selecciones particulares que efectúa cada juez en cada baile. En estas selecciones particulares en los jueces deben atenerse a las instrucciones que el Director de Competición les dará sobre el número de parejas que tienen que seleccionar y su distribución por tandas. Los resultados de estas selecciones particulares se combinan contando el número total de votos que cada pareja ha obtenido de los distintos jueces y en los distintos bailes. Hecho esto, las parejas participantes se ordenan según valores decrecientes de este número de votos, y resultan seleccionadas aquellas que encabezan esta ordenación hasta el número que determina el director de competición de acuerdo con las normas que siguen. En cualquier caso las parejas que obtengan un mismo número de votos tienen que recibir el mismo tratamiento.

Artículo 69.

Opcionalmente la selección de las parejas que pasan de una fase eliminatoria a la siguiente se puede hacer en dos etapas: en una primera etapa se efectúa una selección parcial, y después las parejas restantes toman parte en una segunda etapa, llamada "repesca", mediante la cual se completa la selección.

Artículo 70.

Cuando la final este precedida de una o más eliminatoria, el número de parejas finalistas tiene que ser igual a 6, salvo en el caso en que la semifinal el sexto puesto forme parte de un empate. En este caso el Director de Competición optara por incluir o excluir a las parejas afectadas. En cualquier caso el número de parejas finalistas no puede ser inferior a 5 ni superior a 7.

Artículo 71.

Siempre que sea posible, en cada eliminatoria el número de parejas seleccionadas para tomar parte en la siguiente tiene que cumplir las condiciones siguientes:

- a. Siempre se debe seleccionar el número máximo de parejas posibles
- b. No ser superior al número que establece la tabla siguiente.
- c. En cualquier caso, las parejas que obtengan el mismo número de votos tienen que recibir siempre el mismo tratamiento.
- d. En casos extremos el Director de Competición puede optar por realizar una eliminatoria más de las estipuladas por el Artículo 70.
- e. Es la facultad del Director de Competición añadir alguna pareja, si las circunstancias lo requieren.
- f. En las semifinales como máximo puede haber 13 parejas y en las finales, como máximo puede haber 7 parejas.

Artículo 72.

En la fase final cada juez ordena las parejas por orden de mérito (sin asignar nunca la misma posición a dos parejas diferentes); esto se realiza por separado en cada baile.

Artículo 73.

La asignación de la posición final de cada pareja se efectúa de acuerdo con el sistema informático tal como se describe en el opúsculo. El sistema Skating, publicado por la FEBD. En los campeonatos y competencias puntuables se puede utilizar la versión tradicional de este sistema o bien la variante mejorada. En el resto de competencias también se puede optar por la variante simplificada. Si no se utiliza la versión tradicional entonces la convocatoria de la competición tiene que especificar la variante que será utilizada.

Artículo 74.

Opcionalmente, la fase final puede ser objeto de repetición, en cuyo caso la asignación de la posición final de cada pareja se hará como si se tratara de una composición con el doble número de bailes. Esta opción solamente podrá ser utilizada a condición de que se haya anunciado antes de dar inicio a la competición.

Artículo 75.

A las parejas no finalistas también se les asigna un puesto según el número de eliminatorias superadas y, a igualdad de este número, según el total de votos obtenidos en la última eliminatoria bailada. En el caso de

eliminadoras con repesca (Artículo 69) solamente contarán los votos obtenidos en la segunda etapa. En caso de empate, entonces a todas las parejas empatadas entre sí se les asigna el promedio de los puestos afectados por el empate.

Artículo 76.

En cada baile de las fases eliminadoras, los jueces que observen alguna infracción de las reglas establecidas en el Artículo 50 tienen que descalificar la pareja correspondiente indicándolo mediante una "D" (y no darle ningún voto). Además también ello comunicara al Director de Competición, quien lo pondrá en conocimiento de la pareja en cuestión si como el resto de los jueces, antes de que tenga lugar la fase siguiente.

Artículo 77.

Si una pareja ha sido avisada de descalificación y en una eliminadora posterior vuelve a ser descalificada en el mismo baile por parte de más de un juez, entonces el Equipo de Escrutinio, a solicitud del Director de Competición, anulara todos los votos que la pareja en cuestión pudiera haber obtenido en aquel baile y eliminadora. El mismo tratamiento se aplicara también si en la semifinal una pareja es descalificada en un baile por una mayoría de jueces, aunque no se trate de una reincidencia.

Artículo 78.

Si la descalificación de una pareja en un baile de la final es compartida por más de un juez, entonces el Equipo de Escrutinio, a solicitud del Director de Competición, modificara la clasificación resultante de combinar las de los distintos jueces trasladando las parejas en cuestión a los últimos puestos de la clasificación, en dicho baile.

Norma 78.1 Si el juez que controla la restricción de pasos descalifica a una pareja, esta quedara automáticamente descalificada, también se les asignara los últimos puestos de la clasificación del baile afectado.

Artículo 79.

El tratamiento descrito en los Artículos 80 y 82 se aplicara también en el caso de que una pareja no baile o lo abandone sin causa justificada antes de que finalice la música.

Artículo 80.

Hasta que no finaliza totalmente la competición, solamente pueden tener acceso a las votaciones y puntuaciones de los jueces el Directorio de Competición, el “Chairman” si lo hubiere y el Equipo de Escrutinio.

Artículo 81.

Una vez finalizada la competición, se reclamarán los resultados de la final y se procederá a la entrega de premios. Opcionalmente, antes de anunciar los resultados globales, se puede proceder a que los miembros del jurado hagan públicas las posiciones que cada uno de ellos ha otorgado a las distintas parejas finalistas dentro de cada baile.

Artículo 82.

En cualquier caso, una vez finalizada la competición y proclamados los resultados los competidores podrán conocer la relación completa de las votaciones y puntuaciones otorgadas por los distintos jueces, tanto en la fase final como en las eliminatorias.

Artículo 83.

El secretario de la Competición conservará las hojas originales de las votaciones y puntuaciones de los jueces durante un periodo de dos meses a fin de que puedan atender las posibles reclamaciones.

Artículo 84.

En el plazo de dos días después de finalizada la competición, el Secretario de Competición hará llegar a la Comisión de competencias un informe, con el visto bueno del Director de Competición en la cual constarán los datos generales del certamen, los resultados de cada competición, es decir, la posición obtenida por cada una de las parejas participantes, y la relación completa de puntuaciones otorgadas por los distintos jueces, tanto en la fase final como en las eliminatorias. Este informe irá acompañado de una copia del programa.

Sección 12. Formas especiales de competencia.

Artículo 85.

Competencias Concurrentes. En estos casos especiales varias competencias se pueden realizar de forma “concurrente”. Esto significa que se procede como si se tratara de una sola competición, pero al final los resultados se utilizan para ordenar por separado las parejas de cada una de las competencias concurrentes. En particular cada una de estas competencias tiene una pareja ganadora.

Artículo 86.

Competencias por equipos. Una competición entre equipos consiste en una combinación de competencias entre componentes homólogos de varios equipos. Cada equipo recibe una valoración conjunta de la actuación de sus componentes y esta valoración conjunta determina un equipo ganador así como una ordenación del resto de equipos participantes. El desarrollo de la competición y la forma en que los jueces emiten sus valoraciones puede diferir del procedimiento habitual.

Artículo 87.

Competición de Formaciones. Es una competición por equipos (Formaciones)

Cada Formación es un conjunto compuesto por 6 u 8 parejas con similar nivel de baile. Con la posibilidad de disponer de parejas de reserva.

Interpretan coreografías concatenadas (rutinas de diferentes bailes en los estilos de:

Bailes Standard.

Bailes Latinos.

Tienen una normativa específica que regula el vestuario, la duración y velocidad de las músicas (Aportadas por los propios equipos), etc. Las competencias deben ser juzgadas por los jueces con experiencia en Formaciones.

Sección 13. Aprobación de competencias y otros aspectos administrativos.

Artículo 88.

Todas las competencias de baile deportivo realizadas en el marco de la FEBD tienen que tener la aprobación previa de la FEBD.

Artículo 89.

Los campeonatos y otras competencias singulares pueden ser organizados directamente por la FEBD o bien pueden ser adjudicadas mediante concursos convocados por el Directorio.

Artículo 90.

Para obtener la aprobación de una competición hay que solicitarlo por escrito, utilizando el Anexo E de este Reglamento, previo pago de las tasas correspondientes, dentro de los plazos siguientes:

- a. Campeonatos y otras competencias adjudicadas mediante concurso: el plazo que se establezca en la convocatoria del concurso de adjudicación.
- b. Competencias internacionales: al menos 4 meses antes de la fecha de celebración.
- c. Competencias puntuables. Al menos 2 meses antes de la fecha de celebración.
- d. Otras competencias. Al menos 1 mes antes de la fecha de celebración.

Artículo 91.

En la solicitud tienen que constar las siguientes especificaciones.

- a. Título del certamen (si lo tiene)
- b. Entidad organizadora, con datos de contacto.
- c. Lugar y fecha.

- d. Competencias programadas. De cada una se especificara la especialidad, el grupo de edad, la categoría, y el área de admisión (si no es todo Ecuador)
 - e. Solicitud del Jurado, excepto el caso de Campeonatos y otras competencias adjudicadas mediante concurso, y el caso de las competencias internacionales, en la que el jurado lo designa el Directorio de la FEBD.
 - f. Posibles premios en metálico o en especie de valor.
 - g. Cualquier otra información que se considere pertinente.
- a. El anexo E contiene un formulario de la solicitud de aprobación de competencias puntuables.

Artículo 92.

Los términos “Campeonato” “Copa” “Ecuador”, y los nombres de las provincias Ecuatorianas solamente pueden figurar en el título de las competencias o certámenes de baile deportivo organizados por la FEBD, o bien que hayan sido adjudicados mediante concurso.

Artículo 93.

En el caso de campeonatos y otras competencias adjudicadas mediante concurso, así como en el caso de competencias nacionales o internacionales, las solicitudes serán atendidas por el Directorio de la FEBD.

Artículo 94.

La aprobación o adjudicación de una competición supone el abono de unas tasas, las cuales serán establecidas por el Directorio de la FEBD y reflejadas en el Anexo E. la aprobación o adjudicación no será efectiva, y por tanto no se hará reserva de la fecha, hasta que no se abonen las tasas correspondientes. El hecho de no llevar a cabo una competición ya aprobada no da derecho a la devolución de las tasas abonadas.

Norma 94.1. Estas tasas se establecen como sigue.

- a. Competencias internacionales el 100% de las tasas establecidas por la IDSF.
- b. Competencias adjudicadas mediante concurso lo que se establezca en la convocatoria.

- c. Certámenes que incluyan competencias puntuables, independientes del número de estas, se decidirá anualmente y se comunicara a los organizadores.

Norma 94.2. Las tasas antedichas pueden ser abonadas al presentar la solicitud e aprobación de una competición, por ejemplo mediante un cheque. Si la aprobación es desestimada se devolverá el importe a la entidad organizadora. Alternativamente, esta puede esperar a recibir comunicación a la resolución del Directorio, a partir de cuyo momento dispondrá de una semana para hacer efectivas aquellas tasas. Pasado este plazo, la fecha en cuestión no se considerara reservada.

Artículo 95.

En todas las competencias aprobadas por la FEBD, la convocatoria, el programa y toda la publicidad tendrán que especificar que la competición cuenta con la aprobación de la FEBD.

Artículo 96.

La invitación de las parejas extranjeras para participar en competiciones corresponde al Presidente de la FEBD. Tales invitaciones se harán a través de las correspondientes asociaciones miembros de la IDSF.

Artículo 97.

De todas las competencias aprobadas por la FEBD el secretario velara para que la convocatoria se haga pública a todos los socios. En la hoja de inscripción a un certamen constaran todas las especificaciones señaladas en el Artículo 91, incluyendo en particular la composición del jurado, así como los bailes incluidos en cada competición y las medidas y tipo de piso de la pista. Ver Anexo F (Hoja de Inscripción y Hoja Informativa).

Sección 14. Grabación, Audiovisual, Televisión y Publicidad.

Artículo 98.

En todas las competencias aprobadas por la FEBD esta entidad se reserva el derecho de grabación audiovisual en todas sus formas, así como el derecho a la posterior explotación comercial de tales grabaciones. El Directorio de la FEBD podrá ceder estos derechos a otras personas o entidades. La entidad organizadora también tendrá derecho a grabación audiovisual. La inscripción de una pareja en una competición lleva implícito su consentimiento a la realización de grabaciones audiovisuales en tales condiciones.

Norma 98.1. En caso de que la grabación no sea gestionada por la FEBD, la entidad organizadora facilitará a la FEBD una copia de la misma, para su utilización en actividades formativas o de divulgación, dentro del ámbito de la FEBD, no pudiendo explotarla comercialmente.

Artículo 99.

En todas las competencias aprobadas por la FEBD esta entidad se reserva con carácter exclusivo el derecho de contratar la retransmisión por televisión. En el caso de que la entidad organizadora sea socio de la FEBD, esta última le cederá un porcentaje a determinar en cada caso del importe de las tasas que pueda percibir en concepto de licencia para la retransmisión.

Artículo 100.

En las competencias adjudicadas mediante concurso y aquella de las cuales se prevea su retransmisión por televisión, la FEBD se puede reservar el derecho de explotación comercial de la publicidad. Esta provisión afecta a la publicidad en todas sus formas exceptuando por una parte la publicidad gráfica o escrita en publicaciones de mano, tickets de entrada y carteles de anuncio, que estará a disposición de la entidad organizadora, y por otra parte la publicidad sobre el atuendo de deportistas, que está regulado por el Artículo 101. La FEBD cederá a la entidad organizadora el 50% de los ingresos netos obtenidos en concepto de publicidad. En el caso de que la entidad organizadora sea socio de la FEBD, entonces esta participación se elevará al 70%.

Artículo 101.

Los deportistas pueden exhibir publicidad sobre su atuendo. Esta publicidad debe ajustarse a las siguientes condiciones:

- a. Cada pareja puede exhibir hasta tres emblemas publicitarios.
- b. Estos no podrán extenderse más allá de un espacio de 40 cm² por cada sponsor.
- c. Tales emblemas podrán estar situados a un lado del pecho, en el brazo o bien en la cintura.
- d. Los emblemas los puede llevar el hombre o la mujer o bien un máximo de dos cada uno sin exceder los tres emblemas por pareja.

Sección 15. Participación en competencias internacionales.

Artículo 102.

Las invitaciones de participación en competencias internacionales serán atendidas por el Directorio. Si el número de parejas que se pueden presentar es limitado, las plazas existentes se ofrecerán a las parejas de la FEBD de la especialidad y grupo que correspondan, de la Selección Nacional de Ecuador.

Artículo 103.

Para las parejas presentadas en Campeonatos del Mundo y de Europa realizados en el marco de la ISDF, la FEBD se hará cargo de los gastos de viaje y alojamiento que no sean cubiertos por la entidad organizadora.

Sección 16. Régimen disciplinario

Artículo 104.

Las siguientes acciones u omisiones tienen la consideración de infracciones muy graves:

- a. Cualquier acuerdo o intimidación dirigida a predeterminar el resultado de una competición
- b. El consumo de sustancias que el COE y/o ISDF haya declarado prohibidas como causantes de un aumento artificial de la capacidad física. También se considera infracción muy grave la negativa a

someterse a los Controles que la Comisión Técnica pueda exigir al respecto, así como cualquier acción u omisión que impida la correcta realización de tales controles.

- c. Los comportamientos agresivos en certámenes de baile deportivo.
- d. La participación en competencias donde la FEBD o la IDSF haya prohibido la participación de sus miembros.
- e. Que una pareja no se presente en una competición internacional para la cual haya sido nombrada, con su consentimiento, como participante en representación de la FEBD.

Artículo 105.

Las siguientes acciones u omisiones tienen la consideración de infracciones graves:

- a. La realización o convocatoria de competencias internacionales sin la aprobación previa de la FEBD y de la IDSF,
- b. La invitación de parejas extranjeras para participar en competencias internacionales cuando esta invitación no se haga a través de la FEBD y de la correspondiente asociación miembro de la IDSF.
- c. El uso indebido de los términos “Campeonato” y “Campeones”
- d. El anuncio de una competición como aprobada por la FEBD o como puntuable, sin que la FEBD haya comunicado tales extremos por escrito.
- e. Que una vez aprobada una competición, esta no se lleve a cabo, o se varié, sin autorización expresa de la FEBD, alguna de las especificaciones a las que se refiere el Artículo 95.
- f. Que los organizadores de una competición rechacen la participación de una pareja que se haya inscrito a tiempo y que según el presente Reglamento tenga derecho a participar.
- g. El incumplimiento de los artículos del presente reglamento relativos a la grabación audiovisual, retransmisión por televisión y publicidad (Artículos 98 al 101).
- h. Que una pareja no se presente en un Campeonato Nacional Provincial donde estaba inscrita,
- i. La pareja que después de la entrega de premio y antes de que finalice este acto, por los motivos que sean, abandone la pista incurrirá en un comportamiento antideportivo y ofensivo hacia los demás competidores.

Las siguientes acciones y omisiones tienen la consideración de infracciones leves.

- a. Que una pareja no se presente en una competición donde estaba inscrita, salvo los casos tipificados en el apartado) del Artículo 104 y el apartado h) del Artículo 105.
- b. El uso de atuendo de baile contrario a las normas establecidas en el Artículo 52.
- c. Cualquier otra acción u omisión contraria al presente Reglamento que no haya sido tipificada en los artículos precedentes.

Artículo 107.

En el caso del autor de la infracción sea un deportista o una pareja de baile, la sanción a imponer consistirá en lo siguiente:

- a. En el caso de infracciones muy graves: inhabilitación para participar en competencias y exclusión del Escalafón durante un periodo de tres meses a un año.
- b. En el caso de infracciones graves: Inhabilitación para participar en competencias y exclusión del Escalafón durante un periodo de uno a tres meses, salvo el Artículo 106 punto H tipificado en la Norma 35.1
- c. En caso de infracciones leves: amonestación, o bien inhabilitación para participar en competencias y exclusión del Escalafón durante un periodo de hasta un mes de duración.

En el caso que la infracción se cometa en el curso de un certamen, el delegado de la FEBD en el mismo podrá excluir a la pareja de las competencias en que pudiera estar concursando.

Artículo 108.

En el caso en que el autor de la infracción sea una entidad organizadora de competencias la sanción a imponer consistirá en lo siguiente:

- a. En el caso de infracciones muy graves: Inhabilitación para organizar competencias durante un periodo de tres meses a un año.
- b. En el caso de infracciones graves: Inhabilitación para organizar competencias durante un periodo de uno a tres meses.
- c. En el caso de infracciones leves: Amonestación, o bien inhabilitación para organizar competencias durante un periodo de hasta un mes.

En los casos contemplados en los apartados (e) y (f) del Artículo 106, la Comisión Técnica podrá optar por anular el carácter puntuable de las competencias afectadas.

Artículo 109.

En el caso de que la entidad organizadora incumpla las obligaciones contractuales por las que se regula su intervención en las competencias (Anexo G) o retribuciones económicas será considerado falta grave o muy grave según determine la Comisión Técnica.

Artículo 110.

Las sanciones serán impuestas por la Comisión Técnica, la cual tendrá en cuenta las circunstancias agravantes, atenuantes o eximentes que puedan darse en el caso. La reincidencia tendrá la consideración de circunstancias agravante. El incumplimiento de una sanción equiparará a una infracción de grado de gravedad inmediatamente superior. (Deportivo F. d., Federación de Baile Deportivo, 2009)

ANEXO V CAPTURA DE PANTALLA Y LEY DE COMUNICACIÓN

Función Legislativa

ASAMBLEA NACIONAL

LEY ORGANICA DE COMUNICACION

Oficio No. T.6369-SNJ-13-543

Quito, 21 de junio de 2013

Ingeniero

HUGO DEL POZO BARREZUETA

Director del Registro Oficial

Presente

De mi consideración:

Mediante oficio No. PAN-GR-2013-0175 de 17 de junio de 2013, recibido el 18 del mismo mes y año, la señora Gabriela Rivadeneira Burbano, Presidenta de la Asamblea Nacional, remitió el proyecto de "LEY ORGANICA DE COMUNICACION", para que la sancione u objete.

En este contexto, una vez que el referido proyecto ha sido sancionado, conforme a lo dispuesto en el

LEY ORGANICA DE COMUNICACION - Páginas 36

LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun-2013

Estado: Vigente

Función Legislativa

ASAMBLEA NACIONAL

LEY ORGANICA DE COMUNICACION

Oficio No. T.6369-SNJ-13-543

Quito, 21 de junio de 2013

Ingeniero

HUGO DEL POZO BARREZUETA

Director del Registro Oficial

Presente

De mi consideración:

Mediante oficio No. PAN-GR-2013-0175 de 17 de junio de 2013, recibido el 18 del mismo mes y año, la señora Gabriela Rivadeneira Burbano, Presidenta de la Asamblea Nacional, remitió el proyecto de "LEY ORGANICA DE COMUNICACION", para que la sancione u objete.

En este contexto, una vez que el referido proyecto ha sido sancionado, conforme a lo dispuesto en el tercer inciso del Artículo 137 de la Constitución de la República y el primer inciso del

Artículo 63 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, le remito a usted la Ley supradicha, en original y copia certificada, junto con el correspondiente certificado de discusión, para su publicación en el Registro Oficial.

Adicionalmente, agradeceré a usted que, luego de realizada la respectiva publicación, se sirva enviar el ejemplar original a la Asamblea Nacional para los fines pertinentes.

Atentamente,
DIOS, PATRIA Y LIBERTAD

f.) Rafael Correa Delgado, PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

Anexo lo indicado

Cc. Sra. Gabriela Rivadeneira Burbano,

PRESIDENTA DE LA ASAMBLEA NACIONAL.REPUBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL
CERTIFICACION

En mi calidad de Secretaria General de la Asamblea Nacional, me permito CERTIFICAR que el Proyecto de LEY ORGANICA DE COMUNICACION, fue discutido y aprobado en las siguientes fechas:

PRIMER DEBATE: 22 de diciembre de 2009 y 5 de enero de 2010.

SEGUNDO DEBATE: 16, 22 y 24 de noviembre de 2011, 11 de abril de 2012 y 14 de junio de 2013.

Quito, 17 de junio de 2013.

f.) DRA. LIBIA RIVAS O., Secretaria General.

REPUBLICA DEL ECUADOR

ASAMBLEA NACIONAL EL PLENO

CONSIDERANDO:

Que, la disposición transitoria primera de la Constitución de la República publicada en el registro oficial No. 449 del 20 de octubre del 2008 dispone que el órgano legislativo apruebe la Ley de Comunicación;

Que, en el Estado constitucional de derechos y justicia, en concordancia con principios y normas de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, se reconocen los derechos a la comunicación, que comprenden: libertad de expresión, información y acceso en igualdad de condiciones al espectro radioeléctrico y las tecnologías de información y comunicación;

Que, el artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana;

Que, es necesario crear los mecanismos legislativos idóneos para el pleno y eficaz ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas, en forma individual o colectiva;

Que, es indispensable adecuar un régimen de legislación especializado que procure el ejercicio de los derechos de una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa, participativa, en todos los la población del país, de acuerdo al último censo nacional; o, si el sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país.

Adquieren la misma condición los medios impresos nacionales siempre que la publicación circule en una o más provincias del territorio de la República del Ecuador cuya población corresponda, individual o conjuntamente, al 30 % o más del total de habitantes del país, de acuerdo con el último censo nacional.

Para contabilizar y verificar la adecuación al parámetro antes establecido, se considerará de forma conjunta a todas las compañías que operen un mismo medio audiovisual o impreso nacional, ya sea de forma directa, a título de ediciones regionales o con cualquier otro mecanismo.

Los medios de comunicación social de carácter nacional no podrán pertenecer en todo o en parte, de forma directa o indirecta, a organizaciones o compañías extranjeras domiciliadas fuera del Estado Ecuatoriano ni a ciudadanos extranjeros, salvo aquellos ciudadanos extranjeros que residan de manera regular en el territorio nacional.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 9.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

TITULO II
Principios y derechos
CAPÍTULO I
Principios

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;

- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.

Art. 11.- Principio de acción afirmativa.- 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.

Tales medidas durarán el tiempo que sea necesario para superar dicha desigualdad y su alcance se definirá para cada caso concreto.

Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación, a crear medios de comunicación, a generar espacios de participación, al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción, las tecnologías y flujos de información.

Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia

lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el

Código de la Niñez y la Adolescencia.

Art. 16.- Principio de transparencia.- Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

CAPÍTULO II

Derechos a la comunicación

SECCION I

Derechos de libertad

Art. 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 18.- Prohibición de censura previa.- Queda prohibida la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, accionista, socio, anunciante o cualquier otra persona que en ejercicio de sus funciones o en su calidad revise, apruebe o desapruuebe los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación, a fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero. Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa.

Quienes censuren previamente o ejecuten actos conducentes a realizarla de manera indirecta, serán sancionados administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 10 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que el autor de los actos de censura responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 19.- Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos

administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;
2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad, o;
3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Art. 21.- Responsabilidad solidaria de los medios de comunicación.- El medio de comunicación será solidariamente responsable por las indemnizaciones y compensaciones de carácter civil a que haya lugar, por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y de respuesta ordenados por la Superintendencia de la Información y Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de todo tipo de contenido que lesione derechos humanos, la reputación, el honor, el buen nombre de las personas y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley.

Art. 22.- Derecho a recibir información de relevancia pública veraz.- Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.

La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente.

Art. 23.- Derecho a la rectificación.- Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública de acuerdo a lo establecido en el artículo 22 de esta Ley.

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de publicar dentro del plazo de 72 horas, contadas a partir de presentado el reclamo de la persona afectada, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones y en el mismo espacio, sección u horario; las rectificaciones a las que haya lugar.

En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia iniciativa el derecho de rectificación, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas:

1. La rectificación y la disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a los afectados directos con copia al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, la cual se publicará en su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos;

2. Lectura o transcripción de la rectificación y la disculpa pública en el mismo espacio, programas, secciones y medio de comunicación en que se difundió la información no demostrada, falsa o inexacta;

3. Solo en caso de reincidencia que tenga lugar dentro de un año se impondrá una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al

Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo; y,

4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.

En el caso de los medios de comunicación públicos o comunitarios que no tengan facturación, la multa será del 10% de la doceava parte de su presupuesto anual.

El cumplimiento de estas medidas administrativas, no excluye las acciones judiciales a las que haya lugar por la difusión de información no demostrada, falsa o inexacta.

Art. 24.- Derecho a la réplica.- Toda persona o colectivo humano que haya sido directamente aludido a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación; tiene derecho a que ese medio difunda su réplica de forma gratuita, en el mismo espacio, página y sección en

medios escritos, o en el mismo programa en medios audiovisuales y en un plazo no mayor a 72 horas a partir de la solicitud planteada por el aludido.

En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia iniciativa el derecho de réplica, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación sobre la pertinencia del reclamo, las mismas medidas administrativas establecidas para la violación del derecho a la rectificación.

Art. 25.- Posición de los medios sobre asuntos judiciales.- Los medios de comunicación se abstendrán de tomar posición institucional sobre la inocencia o culpabilidad de las personas que están involucradas en una investigación legal o proceso judicial penal hasta que se ejecutorie la sentencia dictada por un juez competente.

La violación de esta prohibición será sancionada por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa equivalente al 2% de la facturación promediada de los últimos tres meses del medio de comunicación, presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas.

En caso de reincidencia que se realice en un mismo año, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior.

Art. 26.- Linchamiento mediático.- Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

La Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas:

1. La disculpa pública de la o las personas que produjeron y difundieron tal información.
2. Publicar la disculpa establecida en el numeral anterior en el medio o medios de comunicación, en días distintos, en el mismo espacio, programas, secciones, tantas veces como fue publicada la información lesiva al prestigio o la credibilidad de las personas afectadas.

Estas medidas administrativas se aplicarán sin perjuicio de que los autores de la infracción respondan por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 27.- Equidad en la publicidad de casos judiciales.- En todos los casos en que los medios de comunicación aborden el tratamiento de hechos sometidos a investigación o procesamiento judicial, están obligados a publicar, en igualdad de condiciones, las versiones y argumentos de las partes involucradas.

Esta obligación implica para los medios impresos, proporcionar a todas las partes involucradas el mismo espacio, página y sección para exponer sus argumentos; y, en el caso de los medios audiovisuales implica contar con la presencia de las partes o su representante de manera simultánea o consecutiva en el mismo programa y por el mismo espacio de tiempo, para exponer sus argumentos.

Si cualquiera de las partes se niega a usar el espacio ofrecido por los medios de comunicación, se entenderá que la obligación del medio está debidamente

cumplida con haber extendido la correspondiente invitación, lo cual será señalado expresamente en la nota periodística o en el correspondiente programa.

Sin perjuicio de la negativa de las partes, cualquiera de ellas podrá hacer uso de su derecho a un tratamiento equitativo en cualquier momento posterior, dentro de un año contado a partir de su negativa inicial, en los mismos términos que establece esta Ley en el caso del derecho de réplica.

En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia iniciativa el derecho de las partes al tratamiento equitativo, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previo a la calificación sobre la pertinencia del reclamo, las mismas medidas administrativas establecidas para la violación del derecho a la rectificación.

Art. 28.- Copias de programas o impresos.- Toda persona que se sienta afectada por informaciones de un medio de comunicación, podrá solicitar fundadamente copias de los programas o publicaciones.

Los medios de comunicación tienen la obligación de atender favorablemente, en un término no mayor a 3 días, las solicitudes de entrega de copias de los programas o publicaciones que sean presentadas por escrito.

La falta de cumplimiento de esta obligación, será sancionada administrativamente por la

Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 4 remuneraciones básicas mínimas unificadas del trabajador en general para el medio que no atienda oportunamente este pedido, sin perjuicio de que emita inmediatamente la copia solicitada.

Art. 29.- Libertad de información.- Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido.

Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

Art. 30.- Información de circulación restringida.- No podrá circular libremente, en especial a través de los medios de comunicación, la siguiente información:

1. Aquella que esté protegida expresamente con una cláusula de reserva previamente establecida en la ley;
2. La información acerca de datos personales y la que provenga de las comunicaciones personales, cuya difusión no ha sido debidamente autorizada por su titular, por la ley o por juez competente;
3. La información producida por la Fiscalía en el marco de una indagación previa;
- y,
4. La información acerca de las niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia.

La persona que realice la difusión de información establecida en los literales anteriores será sancionada administrativamente por la Superintendencia de Información y Comunicación con una multa de 10 a 20 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que responda judicialmente, de ser el caso, por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 31.- Derecho a la protección de las comunicaciones personales.- Todas las personas tienen derecho a la inviolabilidad y al secreto de sus comunicaciones personales, ya sea que éstas se hayan realizado verbalmente, a través de las redes y servicios de telecomunicaciones legalmente autorizadas o estén soportadas en papel o dispositivos de almacenamiento electrónico.

Queda prohibido grabar o registrar por cualquier medio las comunicaciones personales de terceros sin que ellos hayan conocido y autorizado dicha grabación o registro, salvo el caso de las investigaciones encubiertas autorizadas y ordenadas por un juez competente y ejecutadas de acuerdo a la ley. La violación de este derecho será sancionada de acuerdo a la ley.

Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna.

Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La revictimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

SECCIÓN II

Derechos de igualdad e interculturalidad

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social.- Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Art. 34.- Derecho al acceso a frecuencias.- Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.- Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos.

Art. 37.- Derecho al acceso de las personas con discapacidad.- Se promueve el derecho al acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad. Para ello, los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas del sistema de comunicación social y la sociedad desarrollarán progresivamente, entre otras, las siguientes medidas: traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema braille.

El Estado adoptará políticas públicas que permitan la investigación para mejorar el acceso preferencial de las personas con discapacidad a las tecnologías de información y comunicación.

Art. 38.- Participación ciudadana.- La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación.

SECCIÓN III

Derechos de los comunicadores

Art. 39.- Derecho a la cláusula de conciencia.- La cláusula de conciencia es un derecho de los comunicadores sociales y las comunicadoras sociales, que tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de sus funciones. Las y los comunicadores sociales podrán aplicar la cláusula de conciencia, sin que este hecho pueda suponer sanción o perjuicio, para negarse de manera motivada a:

1. Realizar una orden de trabajo o desarrollar contenidos, programas y mensajes contrarios al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación;

2. Suscribir un texto del que son autores, cuando éste haya sido modificado por un superior en contravención al Código de Etica del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación.

El ejercicio de la cláusula de conciencia no puede ser considerado bajo ninguna circunstancia como causal legal de despido de la comunicadora o del comunicador social.

En todos los casos, las y los comunicadores sociales tendrán derecho a hacer público su desacuerdo con el medio de comunicación social a través del propio medio.

Art. 40.- Derecho a la reserva de la fuente.- Ninguna persona que difunda información de interés general, podrá ser obligada a revelar la fuente de la información. Esta protección no le exime de responsabilidad ulterior.

La información sobre la identidad de una fuente obtenida ilegal y forzosamente, carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios a los que tal fuente quede expuesta serán imputables a quien forzó la revelación de su identidad, quedando obligado a efectuar la reparación integral de los daños.

Art. 41.- Derecho a mantener el secreto profesional.- Ninguna persona que realice actividades de comunicación social podrá ser obligada a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de estas actividades.

La información obtenida forzosamente carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios que genere a las personas involucradas serán imputables a quien forzó la revelación de los secretos profesionales, quedando obligada a efectuar la reparación integral de los daños.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

Art. 43.- Composición laboral de los medios de carácter nacional.- Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional.

Art. 44.- Derechos laborales de las y los trabajadores de la comunicación.- Las y los comunicadores; y, las y los trabajadores de la comunicación tienen los siguientes derechos:

1. A la protección pública en caso de amenazas derivadas de su actividad como comunicadores;
2. A remuneraciones de acuerdo a las tablas salariales fijadas por la autoridad competente, a la seguridad social y demás derechos laborales, según sus funciones y competencias;
3. A ser provistos por sus empleadores de los recursos económicos, técnicos y materiales suficientes para el adecuado ejercicio de su profesión y de las tareas periodísticas que les encargan tanto en la ciudad, donde habitualmente trabajan, o fuera de ella;
4. A contar con los recursos, medios y estímulos para realizar investigación en el campo de la comunicación, necesarios para el ejercicio de sus funciones;
5. Al desarrollo profesional y capacitación técnica; para lo cual, las entidades públicas y privadas y los medios de comunicación darán las facilidades que fueran del caso; y,
6. A los demás derechos consagrados en la Constitución de la República y en la ley.

TÍTULO III

Sistema de Comunicación Social

CAPÍTULO I

Alcance

Art. 45.- Conformación.- El Sistema de Comunicación Social se conformará por instituciones de carácter público, las políticas y la normativa, así como con los actores privados, comunitarios y ciudadanos que se integren voluntariamente a él, de acuerdo al reglamento de esta Ley.

Art. 46.- Objetivos.- El Sistema Nacional de Comunicación tiene los siguientes objetivos:

1. Articular los recursos y capacidades de los actores públicos, comunitarios y privados que conforman el Sistema para lograr el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación reconocidos en la Constitución, en esta Ley y en otras normas del ordenamiento jurídico ecuatoriano;
2. Desarrollar e implementar mecanismos de planificación pública participativa y descentralizada para la definición, control social y adecuación de todas las políticas públicas de comunicación;
3. Monitorear y evaluar las políticas públicas y los planes nacionales establecidos e implementados por las autoridades con competencias relativas al ejercicio de los derechos a la comunicación contemplados en esta Ley; y, formular recomendaciones para la optimización de la inversión pública y el cumplimiento de los objetivos y metas definidos en el Plan Nacional de Desarrollo relacionados con los derechos a la comunicación; y,
4. Producir permanentemente información sobre los avances y dificultades en la aplicabilidad de los derechos de la comunicación, el desempeño de los medios de comunicación, y el aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación e información, teniendo como parámetros de referencia principalmente los contenidos constitucionales, los de los instrumentos internacionales y los de esta Ley.

CAPÍTULO II

De la institucionalidad para la Regulación y el Control

Art. 47.- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación es un cuerpo colegiado con personalidad jurídica, autonomía funcional, administrativa y financiera, cuyo presidente ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de esta entidad.

Sus resoluciones son de obligatorio cumplimiento.

Art. 48.- Integración.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación estará integrado de la siguiente manera:

1. Un representante de la Función Ejecutiva, quien lo presidirá.
2. Un representante de los Consejos Nacionales de Igualdad.
3. Un representante del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.
4. Un representante de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.
5. Un representante del Defensor del Pueblo.

Art. 49.- Atribuciones.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación tendrá las siguientes atribuciones:

1. Establecer los mecanismos para el ejercicio de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicación e información;
2. Regular el acceso universal a la comunicación y a la información;
3. Regular la clasificación de contenidos y franjas horarias;
4. Determinar mecanismos que permitan la variedad de programación, con orientación a programas educacionales y/o culturales;
5. Establecer mecanismos para difundir las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales;
6. Elaborar y expedir los reglamentos necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones y su funcionamiento;
7. Elaborar estudios respecto al comportamiento de la comunidad sobre el contenido de los medios de información y comunicación;
8. Elaborar el 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 de funcionamiento de los sistemas de audio y video por suscripción;
9. Formular observaciones y recomendaciones a los informes que le presente trimestralmente la autoridad de telecomunicaciones en el proceso de aplicar la distribución equitativa de frecuencias establecida en el Art. 106 de esta Ley;
10. Elaborar el informe para que la autoridad de telecomunicaciones proceda a resolver sobre la terminación de una concesión de radio o televisión por la causal de incumplimiento de los objetivos establecidos en el proyecto comunicacional;
11. Crear las instancias administrativas y operativas que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones; y,
12. Las demás contempladas en la ley.

Art. 50.- Requisitos.- Los integrantes del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación cumplirán los siguientes requisitos:

1. Tener nacionalidad ecuatoriana o ser extranjero legalmente residente en el Ecuador;
2. No tener relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con quienes sean o hayan sido socios o accionistas en un porcentaje superior al 6% del capital social, o con propietarios, directivos y administradores de medios de comunicación social, durante los dos años anteriores a la fecha de su designación;
3. No ejercer funciones de administración o gerencia de los medios de comunicación social o trabajar bajo relación de dependencia en medios de comunicación social, ni haberlo hecho durante los dos años anteriores a la fecha de su designación; y,
4. Estar en goce de los derechos políticos y de participación.

Art. 51.- Destitución.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de Información y Comunicación podrá destituir a una de sus consejeras o consejeros por la comisión de una falta grave, sólo con el voto favorable de al menos tres de sus integrantes.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación conocerá y resolverá sobre la destitución de las consejeras o consejeros por las causas establecidas en esta Ley, a través de un procedimiento que garantice el cumplimiento de las reglas del debido proceso.

La resolución de destitución podrá impugnarse en efecto devolutivo ante la justicia ordinaria.

Art. 52.- Causales de destitución.- Son causas de destitución, sin perjuicio de las acciones y sanciones penales y civiles a que haya lugar:

1. Recibir dádivas o aceptar la promesa de su entrega a cambio de condicionar sus decisiones en el ejercicio de su cargo;
2. Realizar actividades de proselitismo político en el ejercicio de sus funciones;
3. Encontrarse comprendido en una de las causales de incompatibilidad, que existiendo al momento del nombramiento no fue advertida, según lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación;
4. Inasistencia injustificada a más de tres sesiones consecutivas del Consejo; y,
5. Las demás que contemple la ley para los funcionarios públicos en general.

Art. 53.- Financiamiento.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación tendrá financiamiento del Presupuesto General del Estado.

Art. 54.- Consejo Consultivo.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y

Comunicación tendrá un Consejo Consultivo como mecanismo de consulta y asesoría de carácter no vinculante, en los procesos de formulación de políticas en materia de información y comunicación.

Estará conformado por:

1. Un representante de los realizadores audiovisuales;
2. Un representante de los comunicadores sociales;
3. Un representante de organizaciones ciudadanas relacionadas a la promoción de la cultura;
4. Un representante de los catedráticos universitarios de las facultades de comunicación; y,

5. Un representante de los estudiantes de comunicación.

El Consejo Nacional Electoral conformará los colegios electorales para la elección de representantes establecidos en los numerales del 2 al 6.

Art. 55.- Superintendencia de la Información y Comunicación.- La Superintendencia de la Información y Comunicación es el organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa; que cuenta con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación.

La Superintendencia tendrá en su estructura intendencias, unidades, divisiones técnicas, y órganos asesores que se establezcan en la normativa que para el efecto emita.

La o el Superintendente será nombrado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social de una terna que enviará la Presidenta o Presidente de la República de conformidad con lo dispuesto en la Constitución.

Las resoluciones que emita la Superintendencia en el ámbito de su competencia son de obligatorio cumplimiento.

Art. 56.- Atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación.- Serán atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación:

1. Fiscalizar, supervisar y ordenar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre los derechos de la comunicación;
2. Atender, investigar y resolver las denuncias o reclamos formulados por las personas naturales o jurídicas, a través de sus representantes, en materia de derechos de la comunicación;
3. Requerir a los ciudadanos, instituciones y actores relacionados a la comunicación, información sobre sí mismos que fuere necesaria para el cumplimiento de sus atribuciones;
4. Aplicar las sanciones establecidas en el marco de esta Ley y de la regulación que emita la autoridad reguladora; y,
5. Las demás establecidas en la ley.

Art. 57.- Procedimientos administrativos.- Los procedimientos administrativos para que los ciudadanos presenten reclamos y solicitudes sobre el ejercicio de sus derechos a la comunicación, así como los procedimientos para que de oficio se proteja tales derechos o se exija a los administrados el cumplimiento de las obligaciones determinadas en esta Ley, serán establecidos en el Reglamento que emitirá para tales efectos el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.

Además de las sanciones o medidas administrativas fijadas en esta Ley, para cada caso específico, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá realizar comunicaciones y amonestaciones escritas a los administrados para llamar su atención sobre prácticas que deben ser mejoradas o corregidas porque ponen o pueden poner en riesgo el ejercicio de los derechos a la comunicación.

Art. 58.- Resoluciones de la Superintendencia.- Las resoluciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación son vinculantes y su contenido debe ser acatado y cumplido en los plazos establecidos en la ley o en dichas resoluciones.

En caso de que los administrados impugnen judicialmente la resolución de la Superintendencia, tal resolución continuará aplicándose hasta que un juez competente la suspenda o la revoque definitivamente.

Art. 59.- Caducidad y prescripción.- Las acciones para iniciar el procedimiento administrativo caducarán en ciento ochenta días a partir de la fecha de comisión de la presunta infracción contemplada en esta Ley. La potestad para sancionar las infracciones prescribirá en tres años a partir del inicio del procedimiento.

TÍTULO IV

Regulación de contenidos

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

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

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.

Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o

resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Art. 63.- Criterios de calificación.- Para los efectos de esta ley, para que un contenido sea calificado de discriminatorio es necesario que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establezca, mediante resolución motivada, la concurrencia de los siguientes elementos:

1. Que el contenido difundido denote algún tipo concreto de distinción, exclusión o restricción;
2. Que tal distinción, exclusión o restricción esté basada en una o varias de las razones establecidas en el artículo 61 de esta Ley; y,
3. Que tal distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los derechos humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.

Art. 64.- Medidas administrativas.- La difusión de contenidos discriminatorios ameritarán las siguientes medidas administrativas:

1. Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a la persona o grupo afectado con copia a la Superintendencia de la Información y Comunicación, la cual se publicará en su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos;
2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió el contenido discriminatorio;
3. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del 1 al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, considerando la gravedad de la infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo; y,
4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.

La Superintendencia remitirá a la Fiscalía, para la investigación de un presunto delito, copias certificadas del expediente que sirvió de base para imponer la medida administrativa sobre actos de discriminación.

Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.- Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las

06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público;

2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación "A" y "B": Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con "A", "B" y "C": Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Art. 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza.

Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art. 67.- Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 68.- Contenido sexualmente explícito.- Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos.

Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art. 69.- Suspensión de publicidad.- De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.

TÍTULO V

Medios de comunicación social.

Art. 70.- Tipos de medios de comunicación.- Los medios de comunicación social son de tres tipos:

1. Públicos;
2. Privados; y,
3. Comunitarios.

Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas;

8. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación.

Art. 72.- Acceso a los medios de comunicación de los candidatos y candidatas a cargos de elección popular.- Durante la campaña electoral, los medios de comunicación propenderán a que los candidatos y candidatas de todos los movimientos y partidos políticos participen en igualdad de condiciones en los debates, entrevistas y programas de opinión que realicen con la finalidad de dar a conocer a la ciudadanía los perfiles políticos, programas y propuestas para alcanzar los cargos de elección popular.

El Consejo Nacional Electoral promoverá que los medios de comunicación adopten todas las medidas que sean necesarias para tal efecto.

Art. 73.- El Defensor de las audiencias.- Los medios de comunicación de alcance nacional contarán obligatoriamente con un defensor de sus audiencias y lectores, designado mediante concurso público organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social por el medio, quien cumplirá sus funciones con independencia y autonomía.

Además contarán con mecanismos de interactividad con sus audiencias y lectores, y espacios para la publicación de errores y correcciones.

Art. 74.- Obligaciones de los medios audiovisuales.- Los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general:

1. Transmitir en cadena nacional o local, en todos o en varios medios de comunicación social, los mensajes de interés general que disponga el Presidente de la República y/o la entidad de la Función Ejecutiva que reciba esta competencia. Los titulares de las demás funciones del Estado coordinarán con esta entidad de la Función Ejecutiva para hacer uso de este espacio destinado a realizar las cadenas establecidas en este numeral.

Estos espacios se utilizarán de forma coordinada única y exclusivamente para informar de las materias de su competencia cuando sea necesario para el interés público. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad;

2. Transmitir en cadena nacional o local, para los casos de estado de excepción previstos en la Constitución de la República, los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin; y,

3. Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias.

Art. 75.- Obligaciones de los sistemas de audio y video por suscripción.- Los sistemas de audio y video por suscripción suspenderán su programación para enlazarse gratuitamente en cadena nacional o local, para transmitir los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin, en los casos de estado de excepción previstos en la Constitución.

Art. 76.- Transmisión de señal abierta por los sistemas de audio y video por suscripción.- Los sistemas de audio y video por suscripción tienen la obligación de transmitir en su sistema los canales de televisión abierta nacional, zonal y local que sean calificados previamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación para tal efecto, considerando la calidad de sus contenidos y programación, siempre que satisfagan las condiciones técnicas que establezca la autoridad de telecomunicaciones.

La transmisión de televisión abierta por parte de los sistemas de audio y video por suscripción dentro del territorio nacional, estará exenta de pago de derechos de retransmisión a la estación de televisión o al operador del sistema y tampoco será cobrada a los abonados o suscriptores de estos sistemas.

En la transmisión de las señales de televisión abierta por parte de los sistemas de audio y video por suscripción, se respetará la programación original y no se podrá alterar ni incluir publicidad que no cuente con la autorización del propietario de la programación.

Art. 77.- Suspensión de la libertad de información.- La o el Presidente de la República, en uso de sus atribuciones constitucionales, puede disponer la suspensión del derecho a la libertad de información, para lo cual debe cumplir las siguientes condiciones:

1. Que el estado de excepción se haya declarado previamente;
2. Que se verifique la aplicación de los principios, condiciones y alcances que debe satisfacer la declaratoria del estado de excepción, según el Art. 164 de la Constitución;
3. Que se verifique el cumplimiento adecuado del procedimiento establecido en el Art. 166 de la Constitución para declarar el estado de excepción; y,
4. Que se fundamente por escrito y desde los parámetros del Estado de Derecho la necesidad y la finalidad de disponer la suspensión del derecho a la libertad de información y la censura previa a los medios de comunicación, estableciendo los alcances de estas medidas y el plazo que van a durar.

La declaratoria de estado de excepción solo puede suspender el derecho a la libertad de información y establecer la censura previa de los medios de comunicación, y no podrán establecerse restricciones de ningún tipo a los demás derechos de la comunicación establecidos en esta Ley y en la Constitución.

Los funcionarios estatales serán responsables administrativa, civil y penalmente por las afectaciones a los derechos de la comunicación que no se hallen expresamente autorizadas en virtud del estado de excepción.

SECCIÓN I

Medios de Comunicación Públicos

Art. 78.- Definición.- Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público.

Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea.

Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura

de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial. Se garantizará su autonomía editorial.

Art. 79.- Empresas públicas de comunicación.- Si dos o más medios públicos se agrupan por razones estratégicas, de optimización de costos o para facilitar su gestión, éstos se constituirán en una empresa pública de comunicación al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas. En estos casos, cada medio de comunicación público deberá contar necesariamente con un consejo editorial.

Art. 80.- Objetivos.- Los medios de comunicación social públicos tendrán los siguientes objetivos:

1. Producir y difundir contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza;
2. Ofrecer servicios de información de relevancia pública veraz, verificada, oportuna y contextualizada, con respeto a los principios de independencia profesional y pluralismo;
3. Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones;
4. Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad;
5. Impulsar el intercambio de información y el conocimiento mutuo entre los pueblos de América Latina y el mundo;
6. Promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales;
7. Buscar y ejecutar mecanismos de cooperación y enlace con medios públicos a nivel nacional e internacional;
8. Implementar espacios para la promoción de las actividades productivas del país; y,
9. Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir.

Art. 81.- Financiamiento.- Los medios públicos, con excepción de los medios públicos oficiales, se financiarán con recursos de la institución respectiva. Subsidiariamente se financiarán de la siguiente forma:

1. Ingresos provenientes de la venta de publicidad;
2. Ingresos provenientes de la comercialización de sus productos comunicacionales; y,
3. Con los fondos provenientes de donaciones, patrocinios y cooperación nacional e internacional.

Art. 82.- Consejos ciudadanos.- Los consejos ciudadanos de los medios públicos se conformarán obligatoriamente atendiendo las normas previstas en la Ley de Participación y Control Social. Los miembros de estos consejos no serán remunerados.

Art. 83.- Medios de comunicación públicos de carácter oficial.- Las Funciones del Estado y los gobiernos autónomos descentralizados están facultados a crear medios de comunicación públicos de carácter oficial, los cuales tienen como objetivo principal difundir la posición oficial de la entidad pública que los crea en relación a los asuntos de su competencia y los de interés general de la ciudadanía, cumpliendo con las responsabilidades comunes a todos los medios de comunicación establecidas en el Art. 71 de esta Ley.

Los medios oficiales se financiarán exclusivamente con presupuesto de la función o del gobierno autónomo descentralizado que los crea y los ingresos provenientes de la venta de publicidad a instituciones del sector público.

SECCIÓN II

Medios de comunicación privados

Art. 84.- Definición.- Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social.

SECCIÓN III

Medios de comunicación comunitarios

Art. 85.- Definición.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social.

Art. 86.- Acción afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web.

Art. 87.- Financiamiento.- Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos.

Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de

publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas podrán generar fondos concursables para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios.

SECCIÓN IV

Transparencia de los medios de comunicación social

Art. 88.- Registro público.- Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación dicho catastro deberá contener datos generales que se determinarán en el reglamento.

Este registro no constituye una autorización para el funcionamiento del medio de comunicación.

Los medios de comunicación que no cumplan con la obligación de registro no podrán pautar publicidad de ninguna entidad del Estado.

Art. 89.- Actualización.- Los medios de comunicación deberán notificar al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación todo cambio en la información registrada.

Art. 90.- Difusión de tiraje.- Los medios de comunicación social impresos tendrán la obligación de incluir, en cada publicación que editen, un espacio en el que se especifique el número total de ejemplares puestos en circulación, como medida de transparencia y acceso a la información.

La Superintendencia de la Información y la Comunicación podrá auditar en cualquier momento el tiraje de los medios de comunicación social impresos y comprobar la veracidad de las cifras de circulación publicadas, con el fin de precautelar los derechos de los lectores del medio, de sus competidores y de las empresas, entidades y personas que pauten publicidad o propaganda en ellos.

En caso de que se compruebe falsedad o inexactitud en la cifras de circulación de ejemplares de una o más ediciones impresas, la Superintendencia de la Información y la Comunicación ordenará que el medio publique en la primera interfaz de su página web y en la primera plana de sus ediciones en papel, por el plazo de uno a siete días consecutivos, el reconocimiento de que las cifras de su tiraje no corresponden a la realidad, así como la correspondiente disculpa pública dirigida a las empresas, entidades y personas que pautaron publicidad o propaganda en dicho medio.

Quien se considere afectado patrimonialmente por la falsedad en las cifras de circulación de ejemplares por un medio podrá ejercer las acciones legales que correspondan.

Art. 91.- Archivo de soportes.- Toda la programación y la publicidad de los medios de comunicación de radiodifusión sonora y de televisión deberá grabarse y se conservará hasta por ciento ochenta días a partir de la fecha de su emisión.

SECCIÓN V

Publicidad

Art. 92.- Actores de la publicidad.- La interrelación comercial entre los anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación social y demás actores de la gestión publicitaria se regulará a través del reglamento de esta ley, con el objeto de establecer parámetros de equidad, respeto y responsabilidad social, así como evitar formas de control monopólico u oligopólico del mercado publicitario.

La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos;

Que, a través de la promoción y creación de medios de comunicación social se garantiza el acceso de igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias;

Que, es necesario utilizar los mecanismos constitucionales, legales y técnicos para afianzar el acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad;

Que, el fortalecimiento de instrumentos legales destinados a la comunicación, garantizarán la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, precautelando además que en su utilización prevalezca el interés colectivo;

Que, es preciso instituir las herramientas jurídicas que faciliten la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios;

Que, es justo impedir el oligopolio y monopolio, directo e indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico;

Que, por iniciativa del señor Presidente de la República, Eco. Rafael Correa Delgado, las ecuatorianas y los ecuatorianos fueron convocados a expresarse en la consulta popular del 7 de mayo de 2011 sobre temas relacionados con la comunicación y su regulación, y apoyaron masivamente la erradicación de la influencia del poder económico y del poder político sobre los medios de comunicación, así como el mejoramiento de la calidad de contenidos difundidos por los medios de comunicación, y el establecimiento de las consecuencias jurídicas para evitar un uso abusivo e irresponsable de la libertad de expresión; y, En ejercicio de las facultades dispuestas en el numeral 6 del artículo 120; y, numeral 2 del artículo 133 de la Constitución de la República, expide la siguiente.

LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos.- Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Art. 3.- Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 6.- Medios de comunicación social de carácter nacional.- Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llegue al 30% o más de

Los actores de la gestión publicitaria responsables de la creación, realización y difusión de los productos publicitarios recibirán en todos los casos el reconocimiento intelectual y económico correspondiente por los derechos de autor sobre dichos productos.

Art. 93.- Extensión de la publicidad.- La extensión de la publicidad en los medios de comunicación se determinará reglamentariamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y

Comunicación, con base en parámetros técnicos y estándares internacionales en el marco del equilibrio razonable entre contenido y publicidad comercial.

Art. 94.- Protección de derechos en publicidad y propaganda.- La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales.

Se prohíbe la publicidad engañosa así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas.

Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas, el Ministerio de Salud Pública elaborará el listado de estos productos.

La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud deberá tener autorización previa del Ministerio de Salud.

La publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación a través del respectivo reglamento.

El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando ésta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo Superintendente o por juez competente, en las condiciones que determina la ley.

Art. 95.- Inversión pública en publicidad y propaganda.- Las entidades del sector público que contraten servicios de publicidad y propaganda en los medios de comunicación social se guiarán en función de criterios de igualdad de oportunidades con atención al objeto de la comunicación, el público objetivo, a la jurisdicción territorial de la entidad y a los niveles de audiencia y sintonía. Se garantizará que los medios de menor cobertura o tiraje, así como los domiciliados en sectores rurales, participen de la publicidad y propaganda estatal.

Las entidades del sector público elaborarán anualmente un informe de distribución del gasto en publicidad contratado en cada medio de comunicación. Este informe se publicará en la página web de cada institución.

La falta de cumplimiento de esta obligación por parte del titular de cada institución pública se sancionará por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con una multa equivalente al 35% del total de la remuneración mensual de este funcionario, sin perjuicio de que se publique el informe en el plazo de treinta días.

El incumplimiento del deber de publicar el informe en el plazo de treinta días, señalado en el párrafo anterior, será causal de destitución del titular de la institución.

Art. 96.- Inversión en publicidad privada.- Al menos el 10% del presupuesto anual destinado por los anunciantes privados para publicidad de productos, servicios o bienes que se oferten a nivel nacional en los medios de comunicación se invertirá en medios de comunicación de cobertura local o regional.

Se garantizará que los medios de menor cobertura o tiraje, así como los domiciliados en sectores rurales, participen de la publicidad.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá en el Reglamento correspondiente las condiciones para la distribución equitativa del 10% del presupuesto de los anunciantes entre los medios locales.

SECCIÓN VI Producción nacional

Art. 97.- Espacio para la producción audiovisual nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su Programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio.

La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben cumplir los medios de comunicación audiovisual.

Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptuará el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta.

La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional.

Art. 98.- Producción de publicidad nacional.- La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales.

Se prohíbe la importación de piezas publicitarias producidas fuera del país por empresas extranjeras. Para efectos de esta ley, se entiende por producción de publicidad a los comerciales de televisión y cine, cuñas para radio, fotografías para publicidad estática, o cualquier otra pieza audiovisual utilizada para fines publicitarios.

No podrá difundirse la publicidad que no cumpla con estas disposiciones, y se sancionará a la persona natural o jurídica que ordena el pautaaje con una multa equivalente al 50% de lo que hubiese recaudado por el pautaaje de dicha publicidad. En caso de la publicidad estática se multará a la empresa que difunde la publicidad.

Se exceptúa de lo establecido en este artículo a la publicidad de campañas internacionales destinadas a promover el respeto y ejercicio de los derechos humanos, la paz, la solidaridad y el desarrollo humano integral.

Art. 99.- Concentración del espacio para la producción nacional.- Un solo productor no podrá concentrar más del 25% de la cuota horaria o de la cuota de adquisiciones de un mismo canal de televisión.

Art. 100.- Producción nacional.- Una obra audiovisual se considerará nacional cuando al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente residentes en el país hayan participado en su elaboración.

Art. 101.- Productores nacionales independientes.- Productor nacional independiente es una persona natural o jurídica que no tiene relación laboral, vínculo de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad, ni vinculación societaria o comercial dominante con el medio de comunicación audiovisual al que licencia los derechos de difusión de su obra.

Se entenderá que existe vinculación societaria o comercial dominante cuando:

1. El productor nacional independiente y el medio de comunicación audiovisual pertenezcan al mismo grupo económico;
2. Una misma persona sea titular de más del 6% del capital social del medio de comunicación audiovisual y de la empresa productora.

Habrá vínculo entre el productor nacional independiente y los propietarios, representantes legales, accionistas o socios mayoritarios del medio de comunicación audiovisual, cuando haya parentesco de hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Las sociedades productoras, de capital extranjero o que dependan de una empresa extranjera en función de sus órganos ejecutivos, su capital social o su estrategia empresarial, no se considerarán productores nacionales independientes.

Art. 102.- Fomento a la producción nacional y producción nacional independiente.- Los medios de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción que tengan dentro de su grilla de programación uno o más canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano, adquirirán anualmente los derechos y exhibirán al menos dos largometrajes de producción nacional independiente. Cuando la población residente o el número de suscriptores en el área de cobertura del medio de comunicación sean mayores a quinientos mil habitantes, los dos largometrajes se exhibirán en estreno televisivo y sus derechos de difusión deberán adquirirse con anterioridad a la iniciación del rodaje.

Para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente, los medios de comunicación de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción destinarán un valor no menor al 2% de los montos facturados y percibidos por el medio o sistema y que hubiesen declarado en el ejercicio fiscal del año anterior. Cuando la población residente en el área de cobertura del medio de comunicación sea mayor a quinientos mil habitantes, el valor que destinará el medio de comunicación no podrá ser inferior al 5% de los montos facturados y percibidos por el medio o sistema.

Para el caso de los sistemas de audio y video por suscripción, el cálculo para la determinación de los montos destinados a la adquisición de los derechos de difusión se realizará en base a los ingresos percibidos por la comercialización de espacios publicitarios realizados por medio de los canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano.

En el caso de medios de comunicación públicos, este porcentaje se calculará en relación a su presupuesto.

Cuando el volumen de la producción nacional independiente no alcance a cubrir la cuota prevista en este artículo, las producciones iberoamericanas la suplirán,

en consideración a principios de reciprocidad con los países de origen de las mismas.

Para los canales de televisión que no sean considerados de acuerdo a esta ley como medios de comunicación social de carácter nacional, la producción nacional independiente incluye la prestación de todos los servicios de producción audiovisual.

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley.

Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado.

SECCIÓN VII

Espectáculos públicos

Art. 104.- Protección a niñas, niños y adolescentes.- El Consejo Nacional de la Niñez y la

Adolescencia emitirá el reglamento para el acceso a los espectáculos públicos que afecten el interés superior de niñas, niños y adolescentes, de conformidad con el artículo 13 numeral 4 de la

Convención Americana de Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño.

El reglamento referido en el párrafo anterior será de uso obligatorio por las autoridades locales y nacionales que tengan competencia, en su respectiva jurisdicción, de autorizar la realización de espectáculos públicos.

TÍTULO VI

Del espectro radioeléctrico

Art. 105.- Administración del espectro radioeléctrico.- El espectro radioeléctrico es un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable.

La administración para el uso y aprovechamiento técnico de este recurso público estratégico la ejercerá el Estado central a través de la autoridad de telecomunicaciones.

En ningún caso, la administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación.

Art. 106.- Distribución equitativa de frecuencias.- Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios.

Esta distribución se alcanzará de forma progresiva y principalmente mediante:

1. La asignación de las frecuencias todavía disponibles;
2. La reversión de frecuencias obtenidas ilegalmente, y su posterior redistribución;

3. La reversión de frecuencias por incumplimiento de las normas técnicas, jurídicas para su funcionamiento o fines para los que les fueron concesionadas, y su posterior redistribución;
 4. La distribución de frecuencias que regresan al Estado conforme a lo dispuesto por la ley; y,
 5. La distribución equitativa de frecuencias y señales que permitirá la digitalización de los sistemas de transmisión de radio y televisión.
- En todos estos casos, la distribución de frecuencias priorizará al sector comunitario hasta lograr la distribución equitativa que establece este artículo.

Art. 107.- Reconocimiento por inversión y experiencia acumuladas.- Las personas jurídicas o naturales concesionarias de las frecuencias de radio y televisión abierta, cuyo plazo expiró, podrán concursar para obtener o renovar su propia frecuencia u otra diferente respetando la distribución que haga la autoridad de telecomunicaciones para medios privados y comunitarios. A estas personas se les reconocerá un puntaje adicional equivalente al 20% de la puntuación total establecida en el correspondiente concurso como reconocimiento a la experiencia e inversión acumulada en la gestión de un medio de comunicación.

Art. 108.- Modalidades para la adjudicación de concesiones.- La adjudicación de concesiones o autorizaciones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación es potestad exclusiva de la autoridad de telecomunicaciones y se hará bajo las siguientes modalidades:

1. Adjudicación directa de autorización de frecuencias para los medios públicos.
2. Concurso público, abierto y transparente para la adjudicación de frecuencias para los medios privados y comunitarios.

Art. 109.- Adjudicación directa.- La adjudicación directa de autorización de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación social públicos se realizará previo el cumplimiento de los requisitos establecidos por la autoridad de telecomunicaciones mediante el correspondiente reglamento que, sin perjuicio de otros requisitos, necesariamente incluirá la presentación de la planificación estratégica del medio de comunicación.

En caso de que dos o más instituciones del sector público soliciten la autorización de una misma frecuencia, la adjudicación se definirá por el informe vinculante del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación en el que, previo a la evaluación de la planificación estratégica de los respectivos medios de comunicación, se definirá a quién de ellos debe otorgarse la concesión de acuerdo con una priorización social, territorial e institucional.

Art. 110.- Adjudicación por concurso para medios privados y comunitarios.- La adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación social privados y comunitarios de radio y televisión de señal abierta se realizarán mediante concurso público abierto y transparente en el que podrán intervenir todas las personas naturales y jurídicas que no tengan inhabilidades o prohibiciones legales.

Los requisitos, criterios de evaluación y formas de puntuación del concurso público serán definidos mediante reglamento por la autoridad de telecomunicaciones, teniendo en consideración las normas establecidas en la presente Ley y la Ley de Telecomunicaciones; sin perjuicio de lo cual en todos los casos el solicitante deberá presentar:

1. El proyecto comunicacional, con determinación del nombre de medio, tipo de medio, objetivos, lugar de instalación, cobertura, propuesta de programación e impacto social que proyecta generar;
2. El plan de gestión y sostenibilidad; y,
3. El estudio técnico.

Realizado el concurso, se remitirá al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación los expedientes de hasta los 5 solicitantes mejor puntuados.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación volverá a revisar el plan de comunicación de cada uno de ellos y en base a su evaluación emitirá el informe vinculante para la adjudicación de la concesión, con el cual la Autoridad de Telecomunicaciones procederá a realizar los trámites administrativos para la correspondiente adjudicación.

Art. 111.- Inhabilidades para concursar.- Se prohíbe la participación en los concursos públicos de adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones privadas y comunitarias de radio y televisión de señal abierta a las personas naturales o jurídicas postulantes que se hallen incursas en las siguientes circunstancias:

1. Quienes tengan relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad con cualquiera de los miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y con la autoridad de telecomunicaciones;
2. Quienes estén asociados o tengan acciones o participaciones superiores al 6% del capital social en una empresa en la que también son socios cualesquiera de los miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación o la autoridad de telecomunicaciones;
3. Quienes personalmente se encuentren en mora o estén impedidos de contratar con instituciones, organismos y entidades del sector público;
4. Quienes tengan acciones o participaciones de una empresa que se encuentre en mora o esté impedida de contratar con instituciones, organismos y entidades del sector público;
5. Quienes personalmente o como accionistas de una empresa hayan sido concesionarios de una frecuencia de radio o televisión y se la haya revertido al Estado por las infracciones determinadas en la ley; y,
6. Las demás que establezcan la ley.

Art. 112.- Terminación de la concesión de frecuencia.- La concesión de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta terminará por las siguientes causas:

1. Por vencimiento del plazo de la concesión;
2. A petición del concesionario;
3. Por extinción de la persona jurídica;
4. Por pérdida de la capacidad civil del concesionario o disolución de la sociedad concesionaria;
5. Por incumplimiento comprobado de las disposiciones que impiden la concentración de frecuencias y medios de comunicación;
6. Por hallarse incurso de manera comprobada en alguna inhabilidad o prohibición para concursar en los procesos de adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta, que no fue detectada oportunamente;

7. Por hallarse incurso de manera comprobada en la disposición que prohíbe la transferencia, arrendamiento o enajenación de la concesión;
8. Por incumplimientos técnicos o falta de pago de las obligaciones de la concesión;
9. Por incumplimiento de los objetivos establecidos en el proyecto comunicacional; y,
10. Por las demás causas establecidas en la ley.

La autoridad de telecomunicaciones, previo el debido proceso, resolverá la terminación de la concesión de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión. En el caso del numeral 9 de este artículo, será necesario contar previamente con un informe del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación para tales efectos.

Art. 113.- Prohibición de concentración.- Está prohibido que las personas naturales o jurídicas concentren o acumulen las concesiones de frecuencias o señales para el funcionamiento de estaciones matrices de radio y televisión.

La autoridad de telecomunicaciones no podrá adjudicar más de una concesión de frecuencia para matriz de radio en AM, una frecuencia para matriz de radio en FM y una frecuencia para matriz de televisión a una misma persona natural o jurídica en todo el territorio nacional.

Quien sea titular de una concesión de radio, ya sea en AM o FM, puede participar en los concursos públicos para la adjudicación de no más de una frecuencia de onda corta.

En una misma provincia no podrá concesionarse una frecuencia para el funcionamiento de una matriz de radio o televisión a familiares directos de un concesionario con el que tengan parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

Art. 114.- Concesiones para repetidoras de medios privados y comunitarios.- Para fomentar la formación y permanencia de sistemas nacionales o regionales de radio y televisión privados y comunitarios, las personas naturales o jurídicas a quienes se ha adjudicado una concesión para el funcionamiento de una estación matriz de radio o de televisión pueden participar en los concursos públicos organizados por la autoridad de telecomunicaciones, y obtener frecuencias destinadas a funcionar exclusivamente como repetidoras de su estación matriz en otras provincias. Para favorecer el desarrollo de medios y contenidos locales, siempre que se concurse por la concesión de una frecuencia de radio o televisión, tendrán prioridad las solicitudes para el funcionamiento de estaciones matrices, las cuales recibirán una puntuación adicional equivalente al 20% de la puntuación total del concurso en relación a las solicitudes para el funcionamiento de estaciones repetidoras.

Art. 115.- Autorizaciones para repetidoras de medios públicos nacionales.- La autoridad de telecomunicaciones reservará del tercio de frecuencias asignadas a los medios públicos el número necesario de frecuencias para que operen las repetidoras de los medios públicos de alcance nacional.

Art. 116.- Plazo de concesión.- La concesión para el aprovechamiento de las frecuencias de radio y televisión se realizará por el plazo de quince años y será renovable para el mismo concesionario por una vez mediante concesión directa, debiendo para las posteriores renovaciones ganar el concurso organizado por la autoridad de telecomunicaciones.

Art. 117.- Intransferibilidad de las concesiones.- Las concesiones de frecuencias que sean adjudicadas a cualquier persona natural o jurídica para el funcionamiento de medios de comunicación no forman parte de su patrimonio, y por lo tanto está prohibido todo acto que esté orientado a que otra persona natural o jurídica distinta disfrute o se beneficie del uso de dichas concesiones de frecuencias.

Si alguna persona natural o jurídica, usando cualquier formato legal, pretende vender, revender, trasladar, transferir o alquilar las concesiones de frecuencias otorgadas en su favor por el Estado, tales transacciones serán nulas y no generan ningún derecho para quien supuestamente las adquiere; por el contrario, esto será causa suficiente para que las concesiones queden inmediatamente revocadas y las frecuencias concesionadas vuelvan a la administración del Estado.

Los propietarios de las acciones de la persona jurídica concesionaria, no podrán transferir o ceder sus acciones sin la autorización previa y por escrito de la autoridad de telecomunicaciones.

El beneficiario de la concesión deberá además pagar una multa al Estado equivalente al 50% de todo lo que hubiese obtenido o pactado obtener por la supuesta venta, transferencia o alquiler de la frecuencia concesionada, sin perjuicio de responder civil y penalmente por los perjuicios ocasionados a los particulares que aparentemente adquirirían derechos por estas transacciones ilegales.

Art. 118.- Concesiones al sector comunitario.- Dado que las concesiones de frecuencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión comunitarias se otorgan a organizaciones con personería jurídica y sin finalidad de lucro, cuyos directorios cambian periódicamente, se establece que dicho cambio no afecta el derecho de concesión que la organización ha adquirido al ganar el correspondiente concurso público, ni puede interpretarse como una transferencia de la concesión de unas a otras personas.

Art. 119.- Enlaces de programación.- Para asegurar la comunicación intercultural y la integración nacional, los medios de comunicación podrán constituirse, sin necesidad de autorización, en redes eventuales o permanentes que libremente compartan una misma programación hasta por dos horas diarias.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Las instituciones y autoridades que deben designar miembros para el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación cumplirán esta obligación en un plazo no mayor de 30 días, contados a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial.

SEGUNDA.- Los contratos privados relacionados con el uso y aprovechamiento de las frecuencias en el espectro radioeléctrico de radio y televisión abierta, legítimamente celebrados de conformidad con las normas legales y constitucionales anteriores a la publicación de esta Ley en el Registro Oficial, serán respetados hasta la terminación del plazo del contrato de concesión.

TERCERA.- Las personas que consten como concesionarios de frecuencias del servicio de radiodifusión sonora y de televisión abierta, en el plazo de treinta días

a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial, deberán presentar a la Autoridad de Telecomunicaciones una declaración juramentada en la que conste que la persona natural o jurídica concesionaria es quien utiliza la concesión y/u opera la estación autorizada por lo menos en los dos últimos años. El incumplimiento a esta disposición dará lugar al inicio del proceso de reversión de la concesión de frecuencia por la Autoridad de Telecomunicaciones. Las declaraciones juramentadas serán entregadas por la Autoridad de Telecomunicaciones al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación en cuanto éste entre en funcionamiento.

CUARTA.- El registro de los medios de comunicación social ante el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación deberá cumplirse en un plazo no mayor a ciento ochenta días a partir de su conformación.

QUINTA.- El Ministerio de Finanzas, en un plazo no mayor a 90 días desde la publicación de esta Ley en el Registro Oficial, provisionará los recursos del Presupuesto General del Estado para que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación pueda funcionar; y transferirá dichos recursos una vez que los miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación sean posesionados.

SEXTA.- Los medios de comunicación audiovisual deberán alcanzar de forma progresiva las obligaciones que se establecen para la producción nacional y producción nacional independiente en el plazo de tres años a partir de la entrada en vigor de esta ley, empezando en el 20% en el primer año, 40% en el segundo y 60% en el tercero.

La misma gradualidad se aplicará para la difusión de contenidos musicales que establece el artículo 102, en el plazo de tres años a partir de la entrada en vigor de esta Ley, empezando en el 20% en el primer año, 35% en el segundo, 50% en el tercero.

SEPTIMA.- Los medios de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y organizaciones sociales que adoptaron la figura jurídica de empresas o corporaciones de derecho privado para obtener frecuencias de radio y televisión podrán convertirse en medios comunitarios en el plazo de hasta 180 días, luego de expedida la correspondiente reglamentación por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación tiene un plazo no mayor a 60 días a partir de su conformación para expedir la reglamentación correspondiente.

OCTAVA.- Dentro del plazo de hasta 180 días, contados a partir de la publicación de esta ley en el Registro Oficial, las personas naturales que son concesionarias de una frecuencia de radio o televisión de señal abierta podrán constituirse en una compañía mercantil o una persona jurídica sin finalidad de lucro, la cual previa autorización de la autoridad competente pasará a ser titular de dicha concesión de frecuencia, en los términos y plazos previstos en el contrato original de concesión a nombre de la persona natural; para tales efectos la autoridad de telecomunicaciones elaborará el reglamento respectivo.

NOVENA.- Los trámites y procesos administrativos que se encuentren en conocimiento del CONATEL y la Superintendencia de Telecomunicaciones que tengan relación con las competencias del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, o de la Superintendencia de la Información y la Comunicación, establecidas en la presente ley, serán sustanciados y resueltos por el CONATEL y la Superintendencia de Telecomunicaciones hasta la conformación de dichas entidades. Una vez conformadas las entidades previstas en esta ley, se les remitirá todos los trámites y procesos administrativos que sean de su competencia.

DÉCIMA.- De conformidad con el informe presentado el 18 de mayo de 2009 por la Comisión para la Auditoría de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión, creada por disposición constitucional las frecuencias de radio y televisión que no hayan sido otorgadas por autoridad competente; las que no han iniciado la operación en el plazo señalado en el contrato de concesión; las que no hayan pagado las tarifas de uso de concesión durante seis meses consecutivos; las que se hayan arrendado por más de dos años o transferido bajo cualquier modalidad el uso de la frecuencia a terceros; y, las que han convertido estaciones repetidoras en matrices o viceversa, serán revertidas al Estado por la autoridad de telecomunicaciones, aplicando el debido proceso establecido en el reglamento que para estos efectos dicte la autoridad de Telecomunicaciones.

UNDÉCIMA.- A efectos de avanzar progresivamente en la redistribución de las frecuencias de radio y televisión de señal abierta, las estaciones de radio y televisión, cuya concesión de frecuencia se extinga dentro del plazo de un año contado desde la publicación de la Ley Orgánica de Comunicación en el Registro Oficial, quedarán prorrogadas hasta la fecha en que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establezca el procedimiento para optar por una nueva concesión. Dicha prórroga no podrá ser mayor a un año contado desde la publicación de esta Ley en el Registro Oficial.

DUODÉCIMA.- Las concesiones de radio y televisión abierta que han sido otorgadas a personas jurídicas de derecho público para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión continuarán funcionando hasta que se cumpla el plazo establecido en el respectivo contrato de concesión. En lo futuro se someterán a las reglas establecidas para la conformación de medios públicos establecidos en esta Ley.

DÉCIMA TERCERA.- La publicidad que hasta la fecha en que se publique esta Ley en el Registro Oficial haya sido producida y difundida en los medios de comunicación en territorio ecuatoriano, que no cumpla las reglas para la producción de publicidad establecidas en esta ley, podrá seguirse difundiendo hasta por un plazo de un año. Una vez promulgada la Ley Orgánica de Comunicación se establece el plazo de 30 días para que productores y medios de comunicación cumplan con las normas establecidas para la producción y difusión de publicidad en el territorio ecuatoriano.

DÉCIMA CUARTA.- En caso de fallecimiento de una persona natural concesionaria de una frecuencia de radio o televisión de señal abierta, el o la cónyuge y sus herederos continuarán haciendo uso de los derechos de concesión hasta que finalice el plazo de la misma. Si estas personas quieren

participar en el concurso para renovar la concesión de la frecuencia se constituirán en una persona jurídica, en un plazo de hasta 180 días, y recibirán el beneficio del 20% del puntaje total al que hace referencia el Art. 105 de esta Ley.

DÉCIMA QUINTA.- Los medios de comunicación incluirán en su programación o ediciones, contenidos en las lenguas de relación intercultural, en un porcentaje de al menos el 5% de su programación en un plazo de un año, contado a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial.

DÉCIMA SEXTA.- Quienes estén trabajando en medios de comunicación social o entidades públicas tienen plazo de 6 años para cumplir las obligaciones establecidas en el segundo párrafo del Art. 42 de esta Ley. Los medios de comunicación y las entidades públicas otorgarán las facilidades de horario y de cualquier otra índole que se requieran para tal efecto.

DÉCIMA SÉPTIMA.- Las concesiones entregadas a organizaciones religiosas y que constan como públicas o privadas, podrán transformarse en concesiones comunitarias, sin fines de lucro.

Dentro de estas organizaciones, las personas jurídicas que sean concesionarias de más de una matriz, a partir de la fecha en que esta ley sea publicada en el Registro Oficial y hasta que terminen los contratos de concesión suscritos anteriormente a la entrada en vigencia de esta ley, podrán solicitar al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación que, las frecuencias que corresponden a la o las matrices, sean asignadas a entidades que tengan u obtengan personería jurídica, y pertenezcan a la misma familia religiosa que las estaba operando, siempre que estas frecuencias sean destinadas por la organización religiosa al funcionamiento de medios de comunicación locales o provinciales.

DÉCIMA OCTAVA.- A efectos de canalizar la prohibición establecida en el inciso final del Art. 6 de esta Ley, los medios de comunicación de carácter nacional que pertenezcan a organizaciones o compañías extranjeras; que tengan accionistas, o socios extranjeros; y, aquellas personas jurídicas extranjeras que se hayan domiciliado en el Ecuador para gestionar medios de comunicación social de carácter nacional; aplicarán, dependiendo de su situación el siguiente procedimiento:

1. Los accionistas, socios o propietarios extranjeros de los medios de comunicación social de carácter nacional, ya sean personas naturales o jurídicas que no residan legalmente en el territorio ecuatoriano tendrán que enajenar la totalidad de sus acciones, participaciones o equivalentes, a personas naturales o jurídicas que residan legalmente en el Ecuador.

2. Las compañías extranjeras que únicamente se encuentren domiciliadas en el Ecuador y a cuyo cargo esté la gestión de un medio de comunicación social de carácter nacional, deberán transferir el patrimonio del medio de comunicación a personas naturales o jurídicas ecuatorianas o personas naturales extranjeras que residan legalmente en el país, con la correspondiente autorización de la autoridad de telecomunicaciones cuando se trate de medios audiovisuales que sean concesionarios de una o más frecuencias de radio o televisión.

El plazo para ajustarse a esta norma es de dos años contados a partir de la publicación de la presente ley en el Registro Oficial.

En caso de que se incumpla con esta disposición transitoria, la autoridad competente aplicará las siguientes medidas, según el caso:

Las compañías ecuatorianas se encontrarán en causal de disolución de pleno derecho y seguirán el procedimiento establecido en el artículo 367 y siguientes de la Ley de Compañías.

El Estado Ecuatoriano procederá a cancelar el permiso de operación concedido a la compañía extranjera siguiendo el procedimiento contemplado en los artículos 406 al 410 de la Ley de Compañías.

DÉCIMA NOVENA.- Las compañías que tengan a su cargo la gestión de medios de comunicación social en las que el Estado, a través de las instituciones definidas en el artículo 225 de la Constitución de la República, sea accionista mayoritario, adoptarán en un plazo no mayor a 180 días contados a partir de la publicación de esta ley en el Registro Oficial, cualquiera de las figuras jurídicas establecidas en la presente Ley para la conformación de medios de comunicación públicos o empresas públicas de comunicación.

Los accionistas o socios privados minoritarios de compañías que tengan a su cargo medios de comunicación deberán enajenar de forma obligatoria su porción del capital social a favor de los accionistas o socios estatales que tienen la mayoría del paquete accionario o de las participaciones. Si dicha venta no se concreta por voluntad de las partes en el plazo establecido en el inciso anterior, la titularidad de las acciones o participaciones en cuestión pasará a un fideicomiso constituido por la Superintendencia de Compañías y administrado por la Corporación Financiera Nacional, previa resolución de incautación de dicho organismo de control. En un plazo adicional de hasta 120 días, un perito designado por la Superintendencia de Compañías fijará el justo precio de las acciones o participaciones transferidas al fideicomiso, precio que deberá ser cancelado al fideicomiso por parte de los accionistas mayoritarios. Una vez cumplido lo anterior, el fideicomiso transferirá la titularidad de las acciones o participaciones a los accionistas e estatales mayoritarios y entregará a los antiguos accionistas privados minoritarios los fondos recibidos por su justo precio.

Se exceptúan de esta disposición las compañías cuyo paquete accionario ha sido incautado por el Estado ecuatoriano con posterioridad al año 2007 y que se encuentren en proceso de venta.

VIGÉSIMA.- El número de nuevas frecuencias y señales de radio y televisión que se obtengan de la transición de la tecnología analógica a la digital será administrado por el Estado.

VIGÉSIMA PRIMERA.- Todas las concesiones de frecuencias que hayan sido obtenidas ilegalmente volverán a la administración de la autoridad de telecomunicaciones una vez que ésta haya realizado el debido proceso.

En todos los casos en que se declare judicialmente la ilegalidad de una concesión, el Estado, a través de la Procuraduría General del Estado, reclamará obligatoriamente la reparación integral de los daños causados y la devolución al Estado de todos los beneficios económicos generados por el usufructo de una concesión ilegalmente obtenida. El incumplimiento de esta obligación será causal de juicio político de la o el Procurador General del Estado.

Los terceros afectados por las transacciones ilegales realizadas con frecuencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión podrán reclamar por la vía judicial a quienes los perjudicaron.

VIGÉSIMA SEGUNDA.- Todas las personas que recibieron frecuencias de forma ilegal hasta la entrada en vigencia de esta ley podrán devolverlas voluntariamente al Estado en el plazo de seis meses. En estos casos, el Estado se abstendrá de reclamar reparación alguna ni devolución de los beneficios obtenidos por los concesionarios. Esta exención no afecta el derecho de terceros para formular los reclamos judiciales que consideren convenientes.

VIGÉSIMA TERCERA.- Hasta la fecha en que se conformen los Consejos Nacionales de Igualdad, el o la presidenta del Consejo Nacional de la Niñez y la Adolescencia actuará temporalmente en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.

Una vez que sean conformados los Consejos Nacionales de Igualdad, sus titulares elegirán su representante al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación en un plazo no mayor de 30 días.

VIGÉSIMA CUARTA.- Las atribuciones y funciones establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión para el CONARTEL que no hayan sido expresamente atribuidas por esta ley al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación o a la Superintendencia de la Información y Comunicación, serán asumidas y ejercidas, en los términos establecidos en el Decreto

Ejecutivo No. 8, del 13 de agosto de 2009, por el CONATEL hasta la expedición de una nueva Ley de Telecomunicaciones o una reforma de este cuerpo legal, por medio de la cual se legisle permanentemente sobre la administración estatal de las frecuencias del espectro radioeléctrico destinado a los servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción.

DISPOSICIONES REFORMATARIAS

PRIMERA.- Se suprime la expresión: "delitos y", del Art. 4 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

SEGUNDA.- Se suprime la expresión "su transferencia a otros concesionarios, el arrendamiento de las estaciones y la cancelación de las concesiones" del literal d) del quinto artículo innumerado, añadido a continuación del Art. 5 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

TERCERA.- Se suprime la expresión "Administrar y", del literal a) del sexto artículo innumerado, añadido a continuación del artículo 5 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

CUARTA.- Se añade "y económicos" al final del Art. 37 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

QUINTA.- Se añade "y administrativo" del literal d) del Art. innumerado añadido a continuación del Art. 5 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

SEXTA.- Se sustituye el 1er. párrafo del Artículo 3 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, por el siguiente:

"Art. 3.- Con sujeción a esta Ley, las personas naturales concesionarias de canales o frecuencias de radiodifusión y televisión, deben ser ecuatorianas o extranjeros residentes legalmente en el Ecuador. Las personas jurídicas deben ser ecuatorianas.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS

PRIMERA.- Deróguense las siguientes disposiciones de la Ley de Radiodifusión y Televisión:

El artículo 5; Los artículos primero, segundo, tercero y cuarto innumerados, añadidos a continuación del artículo 5; Los literales f), g), h) e i) del quinto artículo innumerado, añadido a continuación del artículo 5; Los literales b) y c) del sexto artículo innumerado, añadido a continuación del Art. 5; Los artículos 6, 7, 8, 9, 10 y el primer artículo innumerado, añadido a continuación del Art. 10;

El último párrafo del Art. 14; Los artículos 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24;

El segundo párrafo del Art. 27; Los artículos 35, 39, 40, 41, 43, 43-A, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55;

Los tres últimos párrafos del artículo innumerado, añadido a continuación del artículo 55;

Los artículos 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65 y 66; Los literales a), b), c), f), g), h) y j) y los párrafos penúltimo y último del Art. 67; y, Los artículos 68 y 69.

SEGUNDA.- Deróguense la Disposición Transitoria Sexta de la Ley de Propiedad Intelectual, el artículo 16 y 31 de la Ley de Defensa Profesional de Artistas, y todas aquellas disposiciones de igual o menor jerarquía que creen preasignaciones a favor de la Sociedad General de Autores y

Compositores -SAYCE- y la Federación Nacional de Artistas Profesionales del Ecuador -FENARPE.

DISPOSICION FINAL

La presente ley entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y suscrito en la sede de la Asamblea Nacional, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, a los catorce días del mes de junio de dos mil trece.

f.) GABRIELA RIVADENEIRA BURBANO, Presidenta.

f.) DRA. LIBIA RIVAS O., Secretaria General.

PALACIO NACIONAL, EN SAN FRANCISCO DE QUITO, DISTRITO METROPOLITANO, A VEINTIUNO DE JUNIO DE DOS MIL TRECE.

SANCIONASE Y PROMULGASE.

f.) Rafael Correa Delgado, PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA.

Es fiel copia del original.- LO CERTIFICO.- Quito, 24 de junio de 2013.

f.) Dr. Alexis Mera Giler, SECRETARIO NACIONAL JURIDICO.

ANEXO VI ENCUESTAS REALIZADAS A LOS ESTUDIANTES DEL CLUB SMIRNOV.

ENCUESTA ESTUDIANTES BAILE DEPORTIVO "CLUB SMIRNOV"

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador egresada de la carrera de Comunicación Corporativa.

Por favor responda las siguientes preguntas que nos permitirán medir el grado de satisfacción con la práctica de este deporte dentro del Plan piloto de Comunicación para visibilizar los beneficios y potencialidades del baile deportivo en el Club SMIRNOV en el Batán.

Datos Personales:

Edad:	28
Género:	MASCULINO
Sector donde vive:	Kennedy

1. ¿Hace cuánto tiempo practica este deporte?

- 3 meses ()
6 meses (X)
1 año ()

2. ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?

- Si (X) No ()

3. ¿Conoce los beneficios del baile deportivo en la niñez?

- Si (X) No ()

4. ¿Cree que el baile deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes?

- Si () No (X)

5. ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo?

- Si (X) No ()

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

2

ENCUESTA ESTUDIANTES BAILE DEPORTIVO "CLUB SMIRNOV"

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador egresada de la carrera de Comunicación Corporativa.

Por favor responda las siguientes preguntas que nos permitirán medir el grado de satisfacción con la práctica de este deporte dentro del Plan piloto de Comunicación para visibilizar los beneficios y potencialidades del baile deportivo en el Club SMIRNOV en el Batán.

Datos Personales:

Edad:	15
Género:	Masculino
Sector donde vive:	Batán

1. ¿Hace cuánto tiempo practica este deporte?

- 3 meses ()
6 meses ()
1 año

2. ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?

- Si No ()

3. ¿Conoce los beneficios del baile deportivo en la niñez?

- Si No ()

4. ¿Cree que el baile deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes?

- Si () No

5. ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo?

- Si No ()

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

ENCUESTA ESTUDIANTES BAILE DEPORTIVO "CLUB SMIRNOV"

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador egresada de la carrera de Comunicación Corporativa.

Por favor responda las siguientes preguntas que nos permitirán medir el grado de satisfacción con la práctica de este deporte dentro del Plan piloto de Comunicación para visibilizar los beneficios y potencialidades del baile deportivo en el Club SMIRNOV en el Batán.

Datos Personales:

Edad: 29	29
Género:	Masculino
Sector donde vive:	Batón

1. ¿Hace cuánto tiempo practica este deporte?

3 meses

6 meses

1 año

2. ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?

Si No

3. ¿Conoce los beneficios del baile deportivo en la niñez?

Si No

4. ¿Cree que el baile deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes?

Si No

5. ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo?

Si No

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.



ENCUESTA ESTUDIANTES BAILE DEPORTIVO "CLUB SMIRNOV"

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador egresada de la carrera de Comunicación Corporativa.

Por favor responda las siguientes preguntas que nos permitirán medir el grado de satisfacción con la práctica de este deporte dentro del Plan piloto de Comunicación para visibilizar los beneficios y potencialidades del baile deportivo en el Club SMIRNOV en el Batán.

Datos Personales:

Edad:	18
Género:	Femenino
Sector donde vive:	Cotacolpa

1. ¿Hace cuánto tiempo practica este deporte?

- 3 meses ()
6 meses ()
1 año (X)

2. ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?

- Si (X) No ()

3. ¿Conoce los beneficios del baile deportivo en la niñez?

- Si (X) No ()

4. ¿Cree que el baile deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes?

- Si (X) No ()

5. ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo?

- Si (X) No ()

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

2

ENCUESTA ESTUDIANTES BAILE DEPORTIVO "CLUB SMIRNOV"

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador egresada de la carrera de Comunicación Corporativa.

Por favor responda las siguientes preguntas que nos permitirán medir el grado de satisfacción con la práctica de este deporte dentro del Plan piloto de Comunicación para visibilizar los beneficios y potencialidades del baile deportivo en el Club SMIRNOV en el Batán.

Datos Personales:

Edad:	18
Género:	Femenino
Sector donde vive:	Ponceano

1. ¿Hace cuánto tiempo practica este deporte?

3 meses ()

6 meses

1 año ()

2. ¿Ha notado beneficios físicos y emocionales durante este tiempo que realiza Baile Deportivo?

Si No ()

3. ¿Conoce los beneficios del baile deportivo en la niñez?

Si () No

4. ¿Cree que el baile deportivo es un deporte costoso o es igual que otros deportes?

Si No ()

5. ¿Falta información sobre la práctica de este deporte y los beneficios del Baile Deportivo?

Si No ()

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

ANEXO VII ENCUESTAS REALIZADAS A LOS POBLADORES Y VIANDANTES DEL SECTOR DE EL BATÁN.

5

ENCUESTA BAILE DEPORTIVO POBLADORES BARRIO EL BATÁN

Esta encuesta servirá para medir el conocimiento del Baile Deportivo expuesto en el proyecto de tesis "Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de Quito: en el Club SMIRNOV en el Batán."

Datos Personales:

Edad:	25
Género	Masculino
Sector donde vive:	El Batán

- 1) ¿Sabe lo que es el baile deportivo?
SI () NO
- 2) ¿Conoce usted que el baile deportivo beneficia física, social y emocionalmente a quien lo practica?
SI NO ()
- 3) ¿Sabe usted que el baile deportivo es un deporte completo?
SI NO ()
- 4) ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
SI () NO
- 5) ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para los cursos de baile deportivo?
SI NO ()
- 6) ¿Sabía que el club Smirnov tiene cursos de baile deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores y a todos quienes estén interesados?
SI () NO
- 7) ¿Conoce del apoyo del gobierno a los deportistas de baile deportivo?
SI () NO

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

ENCUESTA BAILE DEPORTIVO POBLADORES BARRIO EL BATÁN

Esta encuesta servirá para medir el conocimiento del Baile Deportivo expuesto en el proyecto de tesis "Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de Quito: en el Club SMIRNOV en el Batán."

Datos Personales:

Edad:	48
Género	Masculino
Sector donde vive:	Cochapata

- 1) ¿Sabe lo que es el baile deportivo?
SI NO
- 2) ¿Conoce usted que el baile deportivo beneficia física, social y emocionalmente a quien lo practica?
SI NO
- 3) ¿Sabe usted que el baile deportivo es un deporte completo?
SI NO
- 4) ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
SI NO
- 5) ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para los cursos de baile deportivo?
SI NO
- 6) ¿Sabía que el club Smirnov tiene cursos de baile deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores y a todos quienes estén interesados?
SI NO
- 7) ¿Conoce del apoyo del gobierno a los deportistas de baile deportivo?
SI NO

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

2

ENCUESTA BAILE DEPORTIVO POBLADORES BARRIO EL BATÁN

Esta encuesta servirá para medir el conocimiento del Baile Deportivo expuesto en el proyecto de tesis "Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de Quito: en el Club SMIRNOV en el Batán."

Datos Personales:

Edad:	22
Género	Masculino
Sector donde vive:	El Batán

- 1) ¿Sabe lo que es el baile deportivo?
SI () NO (X)
- 2) ¿Conoce usted que el baile deportivo beneficia física, social y emocionalmente a quien lo practica?
SI () NO (X)
- 3) ¿Sabe usted que el baile deportivo es un deporte completo?
SI () NO (X)
- 4) ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
SI () NO (X)
- 5) ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para los cursos de baile deportivo?
SI (X) NO ()
- 6) ¿Sabía que el club Smirnov tiene cursos de baile deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores y a todos quienes estén interesados?
SI () NO (X)
- 7) ¿Conoce del apoyo del gobierno a los deportistas de baile deportivo?
SI () NO (X)

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

ENCUESTA BAILE DEPORTIVO POBLADORES BARRIO EL BATÁN

Esta encuesta servirá para medir el conocimiento del Baile Deportivo expuesto en el proyecto de tesis "Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de Quito: en el Club SMIRNOV en el Batán."

Datos Personales:

Edad:	73
Género	Masculino
Sector donde vive:	Cochapata

- 1) ¿Sabe lo que es el baile deportivo?
SI () NO (✓)
- 2) ¿Conoce usted que el baile deportivo beneficia física, social y emocionalmente a quien lo practica?
SI (✓) NO ()
- 3) ¿Sabe usted que el baile deportivo es un deporte completo?
SI () NO (✓)
- 4) ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
SI (✓) NO ()
- 5) ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para los cursos de baile deportivo?
SI (✓) NO ()
- 6) ¿Sabía que el club Smirnov tiene cursos de baile deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores y a todos quienes estén interesados?
SI () NO (✓)
- 7) ¿Conoce del apoyo del gobierno a los deportistas de baile deportivo?
SI () NO (✓)

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

ENCUESTA BAILE DEPORTIVO POBLADORES BARRIO EL BATÁN

Esta encuesta servirá para medir el conocimiento del Baile Deportivo expuesto en el proyecto de tesis "Plan de Comunicación piloto para visibilizar los beneficios y potencialidad del baile deportivo en El Distrito Metropolitano de Quito: en el Club SMIRNOV en el Batán."

Datos Personales:

Edad:	31 AÑOS
Género	MASCULINO
Sector donde vive:	COCHAPATA.

- 1) ¿Sabe lo que es el baile deportivo?
SI (x) NO ()

- 2) ¿Conoce usted que el baile deportivo beneficia física, social y emocionalmente a quien lo practica?
SI (x) NO ()

- 3) ¿Sabe usted que el baile deportivo es un deporte completo?
SI (x) NO ()

- 4) ¿Estaría interesado en practicar este deporte?
SI (x) NO ()

- 5) ¿En el caso de tener niños, le inscribiría para los cursos de baile deportivo?
SI (x) NO ()

- 6) ¿Sabía que el club Smirnov tiene cursos de baile deportivo para niños con síndrome de Down, adultos mayores y a todos quienes estén interesados?
SI () NO (x)

- 7) ¿Conoce del apoyo del gobierno a los deportistas de baile deportivo?
SI () NO (x)

Gracias por su tiempo y colaboración, la información proporcionada será confidencial y manejada éticamente.

ANEXO VIII ENTREVISTA PRESIDENTA LILIANA SERRANO CLUB SMIRNOV

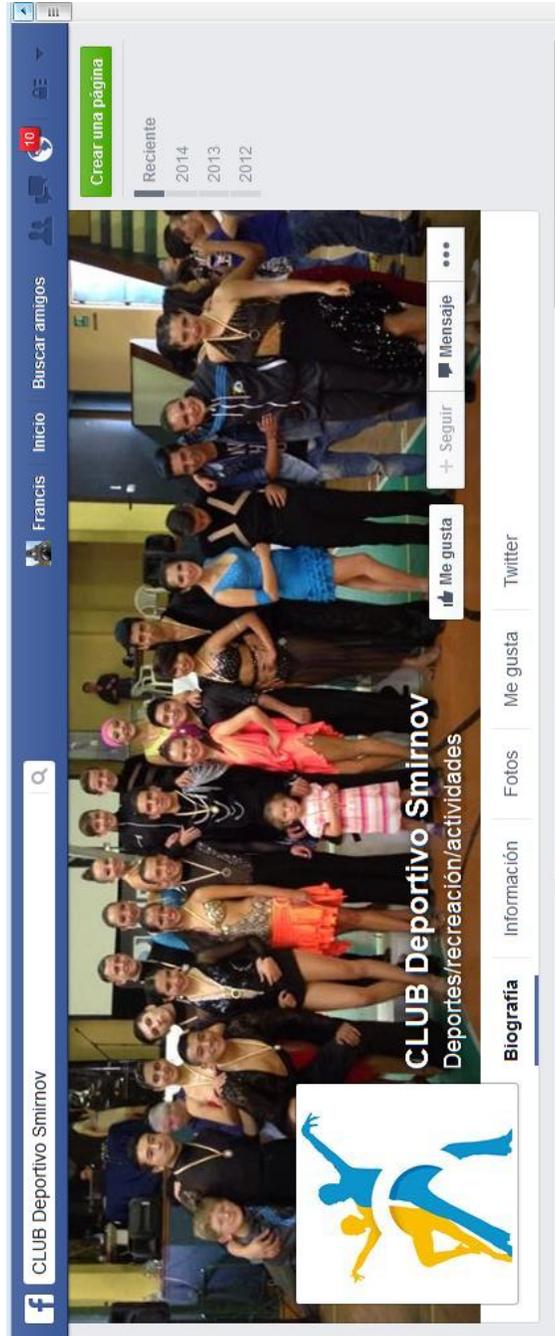
ENTREVISTA Sra. Liliana Serrano

PRESIDENTA CLUB SMIRNOV

- 1) ¿Qué es el Baile Deportivo?
- 2) ¿Hace cuánto tiempo se practica Baile Deportivo en Ecuador?
- 3) ¿Hace cuánto tiempo existe el Club Smirnov?
- 4) ¿Por qué el nombre de Smirnov?
- 5) ¿Qué les motivó a abrir un club de Baile Deportivo y no de otro deporte?
- 6) ¿Qué beneficios tiene este deporte?
- 7) ¿Este deporte beneficia a niños, adultos mayores y personas con discapacidad como el Síndrome de Down?
- 8) ¿Existen leyes que amparen al Baile Deportivo?
- 9) ¿Con cuántos alumnos cuenta hasta el momento?
- 10) ¿Cuál es el horario de clases y qué precio tiene?
- 11) ¿Qué es lo que les hace diferentes de otros Clubes?
- 12) ¿Qué se necesita para estar dentro de los Clubes de Alto Rendimiento?
- 13) ¿Podemos decir que el Baile Deportivo es un deporte accesible para todos?
- 14) ¿Cómo es el vestuario y cuánto cuesta?
- 15) ¿Qué quiere decir ser de Alto Rendimiento?
- 16) ¿Cómo se puntúa para tener posibilidades y ser de Alto Rendimiento?

- 17) ¿Cuáles son los deportistas destacados que han salido de este Club?
- 18) ¿Cuál es el apoyo que tienen los estudiantes por parte del Gobierno?
- 19) ¿Cuántos tipos de baile se practican reglamentariamente en el Baile Deportivo?
- 20) ¿Cómo es el desempeño de nuestros representantes y en qué lugar estamos a nivel de la región?
- 21) ¿Cree que el Baile Deportivo es conocido por la población ecuatoriana?
- 22) ¿Qué les falta como Club, para llegar a ser conocidos como otros deportes?
- 23) ¿Cree que se ha cumplido con las expectativas de la gente en cuanto a este deporte?
- 24) ¿Qué se puede mejorar según su experiencia para llegar a estar en los primeros lugares de deportes que se practican en Ecuador?
- 25) ¿Dónde se ven en un futuro cercano?
- 26) ¿Cómo manejan la parte comunicacional, existe algún experto que maneje este espacio?
- 27) ¿Hay material que puedan entregar para darse a conocer en sus presentaciones?
- 28) ¿Hay manejo de relaciones públicas?
- 29) ¿Cómo se presenta el club, en eventos, tienen imagen promocional?
- 30) ¿Cómo manejan la parte comunicacional?

ANEXO VIII CAPTURA DE PANTALLA PÁGINA DE FACEBOOK DEL CLUB SMIRNOV



ANEXO IX BANCO DE IMÁGENES DE COMPETICIONES DE BAILE DEPORTIVO (Autora: Francis Salas)



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.
Bailarines: Adriana Chávez y José María Zuquilanda (pareja destacada del Ecuador)



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.

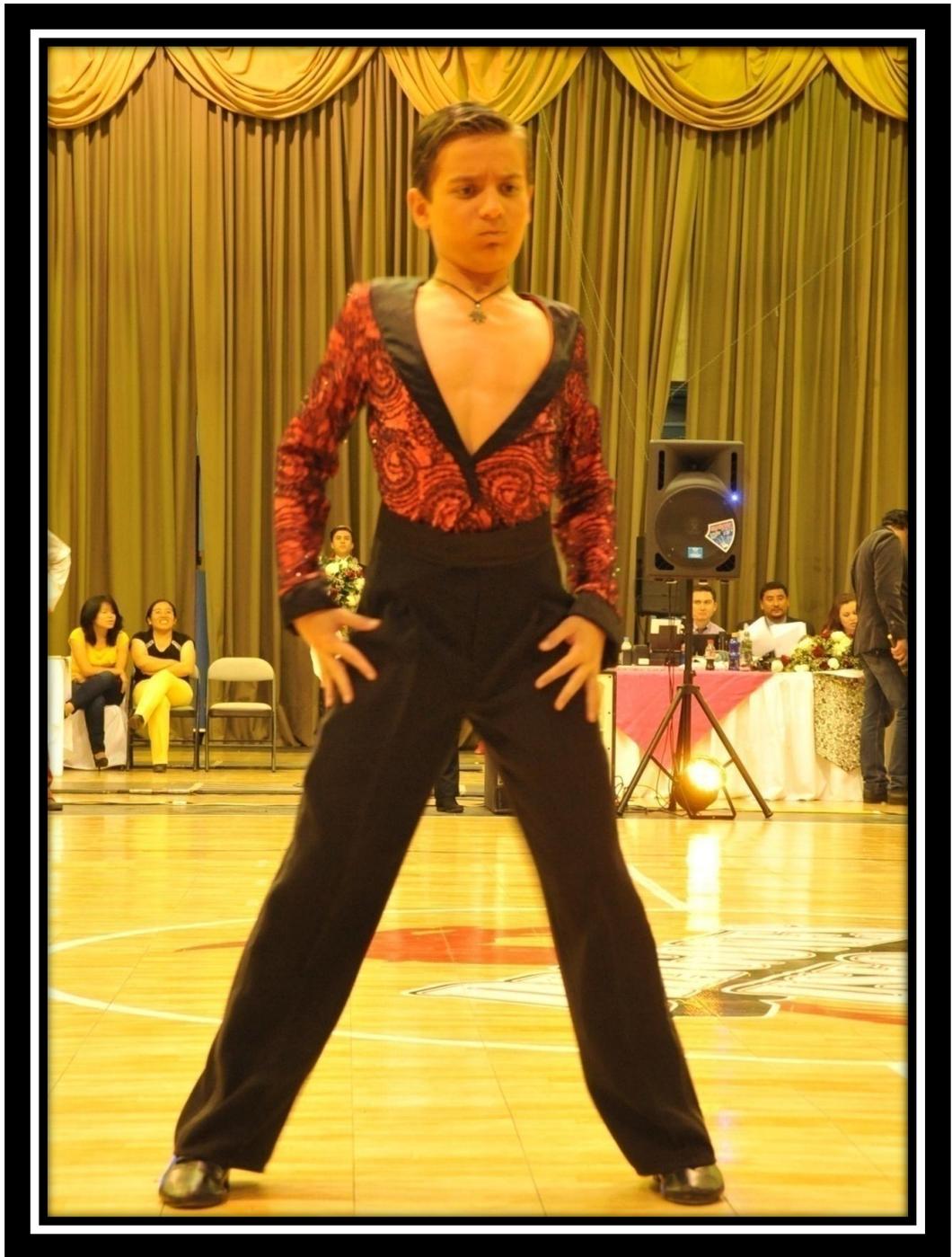


Autora: Francis Salas

Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013, Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito.



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013
Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013
Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito



Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013
Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito

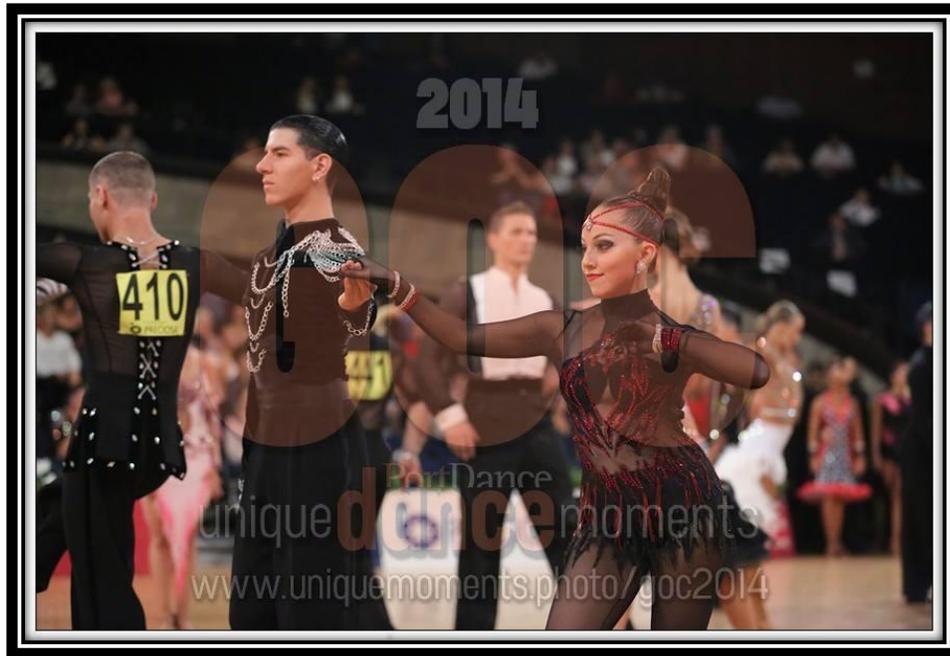


Autora: Francis Salas
Evento: Campeonato Nacional de Baile Deportivo 2013
Coliseo de la Universidad San Francisco de Quito





Cortesía Club Smirnov
Evento: Al ritmo del cielo
WDSF Open Cali-Colombia 2012



Cortesía: Club Smirnov
Campeonato GOC Alemania 2014