

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN
DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FR04-PRO.PM-CM.001 / Versión: 3.0

INFORME



Consejo de
Comunicación

Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos
Coordinación General de Desarrollo de la Información y Comunicación
Marzo- 2024

ÍNDICE Y CONTENIDO

1.	Antecedentes.....	3
	1.1 Metodología.....	3
2.	Diagnóstico de la Información del Registro Público de Medios.....	5
3.	Resultados (diciembre - 2023).....	8
	3.1 Distribución de medios por provincia.....	11
	3.2 Información General.....	14
	3.3 Tipo de Medios.....	16
	3.3.1 Medios según su clasificación y tipo de medio.....	18
	3.3.2 Medios de Comunicación Social por Regiones.....	19
4.	Medios en la Región Sierra.....	20
5.	Medios en las Regiones Costa e Insular.....	21
6.	Medios en la región Amazónica.....	22
7.	Conclusiones.....	25
8.	Recomendaciones.....	25

1. Antecedentes

Desde la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013, en Ecuador se estableció la obligatoriedad para los medios de comunicación social de registrarse en un catastro a cargo del Consejo de Comunicación. En este contexto, se creó el Registro Público de Medios de Comunicación Social, en el cual se registran aquellos medios contemplados en el artículo 5 de la mencionada ley.

El Registro Público de Medios de Comunicación Social se ha constituido como la principal fuente de información sobre los medios de comunicación del país, convirtiéndose en una herramienta esencial para el seguimiento, la toma de decisiones y la creación de indicadores que reflejen los avances en la democratización del Sistema de Comunicación Social, proporcionando así transparencia y acceso a la información para la ciudadanía.

El Registro Público de Medios de Comunicación Social fue desarrollado e implementado por primera vez en 2015, inscribiendo los medios de comunicación en el sistema. A lo largo de los años, este sistema ha experimentado actualizaciones y modificaciones. En 2022, el Consejo de Comunicación introdujo un nuevo sistema, más práctico y accesible para los usuarios.

1.1 Metodología

En el año 2023, se llevaron a cabo campañas de promoción para incentivar el proceso de registro. Además, la metodología empleada para el procesamiento de los datos del Registro se dividió en dos fases:

- I. Cualitativa: Se revisó minuciosamente la información registrada por cada medio de comunicación, centrándose en la calidad de la información proporcionada por los medios contenidos e información general. Se prestó especial atención a los medios que se contactaron con la institución para obtener información y brindar retroalimentación sobre el proceso.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

II. Cuantitativa: Se analizaron los resultados proporcionados por los medios de comunicación, los cuales se reflejaron en un informe estadístico detallado.

Con corte al 31 de diciembre de 2023, se emitió el reporte de los medios de comunicación que, por primera vez, completaron y enviaron su solicitud de registro, incluyendo la información general requerida. En el año 2023, el Registro Público de Medios de Comunicación Social consta con un total de 943 medios de comunicación, que constituyen el universo abordado en el presente informe.

La información recopilada en el registro incluyó lo siguiente:

- Información general (datos generales del medio, tipo de medio, información domiciliaria, sitio web y redes sociales, código de ética);
- Información societaria (datos de los administradores, socios o accionistas);
- Clasificación del medio (impresos, radio, televisión, audio y video por suscripción, medios en internet (registrados previo al 24 de mayo de 2021); su cobertura);
- Datos de contenido (parrilla de programación y contenido);
- Datos laborales y de responsabilidad social (número de trabajadores, número de hombres y mujeres/ con discapacidad)

2. Diagnóstico de la Información del Registro Público de Medios

El presente informe ofrece datos estadísticos sobre la situación de los medios de comunicación social en el año 2023. Estos datos fueron suministrados por los propietarios y administradores de medios de radio, televisión, impresos, servicios de audio y video por suscripción, así como de medios en internet registrados hasta mayo de 2021.

Durante el primer semestre del 2023, se realizó la validación y depuración de información. Para lo cual, se implementó las siguientes fases:

a) Fase Técnica:

Como primer paso para adecuar el sistema a las necesidades institucionales y a las demandas surgidas de la reforma a la Ley Orgánica de Comunicación, se llevaron a cabo pruebas de implementación de nuevas variables en el sistema del Registro Público de Medios de Comunicación Social.

Una vez completadas las pruebas técnicas del sistema, se procedió a la implementación de la **Estrategia de Comunicación**, la cual se puso en marcha en abril de 2023 y constó de dos etapas:

1. Convocatoria al proceso de registro dirigida a los medios de comunicación social.
2. Campaña de actualización comunicacional, que involucró la utilización de diversos canales de difusión en colaboración con la Dirección de Comunicación, tales como boletines informativos y redes sociales.

b) Fase de Validación y Depuración

La fase de validación de datos implica revisar y depurar la información proporcionada por los medios de comunicación para garantizar que los datos registrados sean precisos y confiables.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Validación de datos: El área del Registro Público de Medios inició el proceso de validación y depuración de la información consignada por los medios en el aplicativo, con el fin de garantizar la fiabilidad de los datos registrados.

El área del Registro Público de Medios solicitó el reporte de los medios de comunicación social que han realizado su actualización y han renovado sus certificados a la Dirección de Tecnología e Información. El periodo solicitado para este control posterior abarcó los meses de enero a julio, y como resultado se obtuvieron 214 medios.

A continuación, se detallan los 214 medios de comunicación según su clasificación y tipo:

MEDIOS VALIDADOS

CLASIFICACIÓN DE MEDIO	TIPO DE MEDIO			
	COMUNITARIO	PRIVADO	PÚBLICO	TOTAL
AVS	.	1	.	1
IMPRESO	.	25	.	25
INTERNET	1	16	.	17
RADIO	9	140	3	152
TELEVISIÓN	2	14	3	19
TOTAL	12	196	6	214

Fuente: Registro Público de Medios (Base General corte julio 2023)
Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DESCRIPCIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº MEDIO
MEDIOS VALIDADOS	214
MEDIOS CON INCONSISTENCIAS	169
MEDIOS SIN INCONSISTENCIAS	45
MEDIOS SUBSANADOS	26

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

De los 214 medios validados, se encontró que 169 presentaban al menos una inconsistencia que debe ser corregida por parte de los propios medios. Aquellos clasificados como radio, especialmente los de servicio AM, así como algunos de televisión y AVS, son los que mostraron una mayor incidencia de inconsistencias.

Es importante destacar que, para garantizar la precisión del catastro, la responsabilidad recae completamente en los medios de comunicación. Si bien el área del Registro Público de Medios (RPM) brinda apoyo, únicamente los medios pueden modificar y corregir las inconsistencias.

Es relevante mencionar que los medios suscriben un documento en el que se comprometen a proporcionar información veraz y fidedigna.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3. Resultados (diciembre - 2023)

El Sistema de Registro Público de Medios se estableció en el año 2015. Es relevante mencionar que, en el 2022, el Consejo de Comunicación lanzó un nuevo sistema del Registro Público de Medios, lo que implicó que los medios de comunicación social previamente registrados realizaran un nuevo registro en este sistema, en total se registraron 893 medios en el año 2022.

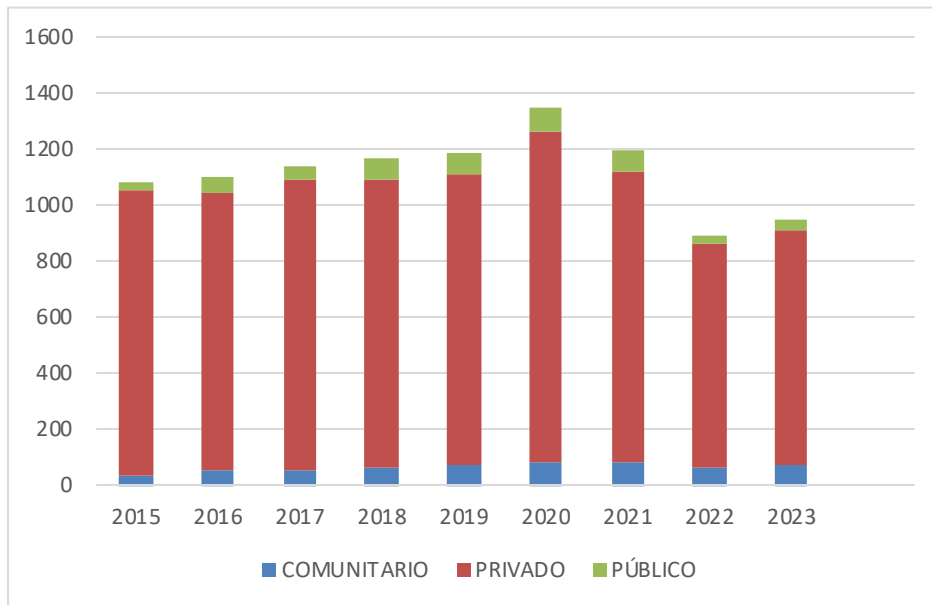
En el proceso correspondiente al año 2023 del Registro Público de Medios de Comunicación Social, se contabilizan un total de 943 medios de comunicación social registrados.

AÑO	COMUNITARIO	PRIVADO	PÚBLICO	TOTAL
2015	39	1009	33	1081
2016	54	984	61	1099
2017	57	1028	48	1133
2018	65	1027	67	1159
2019	74	1031	82	1187
2020	80	1181	87	1348
2021	83	1032	75	1190
2022	60	804	29	893
2023	71	839	33	943

Fuente: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Gráfico 1.- Medios de Comunicación Social RPM 2015 – 2023



Fuente: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM

Período (diciembre - 2023)

Con corte al 31 de diciembre de 2023, el área del RPM descargó la base de datos, que permitió conocer la información general de los medios de comunicación que cumplieron con el registro de toda su información.

Este informe presenta los datos estadísticos de la realidad de los medios de comunicación, con corte al 31 de diciembre de 2023 y que fue consignada por cada uno de los propietarios o administradores de la radio, televisión, impresos, servicios de audio y video por suscripción y medios en internet que registraron previo al 24 de mayo de 2021.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El catastro arroja el número de medios públicos, privados, comunitarios y el total de medios por provincia. Se conoce quiénes son los concesionarios de los medios de comunicación; su programación y contenidos; cuántas personas están vinculadas en los medios; entre otros.

Datos que permitirán al Consejo de Comunicación y a varios sectores de la sociedad desarrollar, aplicar política pública para la equidad de derechos.

En el art. 5 para efectos de la Ley Orgánica de Comunicación se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a personas naturales que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan los medios impresos o servicio de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Clasificación de los medios y su herramienta de difusión

Gráfico 2.- Clasificación de los medios: radio, televisión, impresos, AVS, medios en internet



Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

De los 943 medios registrados en el sistema del RPM, 627 son medios radiales que representa el 66.49% del total, constituyéndose en la mayor propuesta comunicacional en el país; 117 son medios impresos, que corresponde al 12.41%; le sigue la clasificación de medios de audio y video que suman 67 que representan el 7.10%, al igual que televisión con 67 medios, que representa el 7.10%; finalmente, existen 65 medios en internet, representando el 6.89% del universo.

3.1 Distribución de medios por provincia

Otro elemento a considerar, es la información según el domicilio de los medios de comunicación.

En el país, dos provincias destacan por contar con un mayor número de medios: Guayas, con 131, y Pichincha, con 112. Les siguen Manabí, con 64, y Azuay, con 57. En contraste, encontramos una menor presencia de medios registrados en Morona Santiago, con 15, y en Galápagos, con 5.

NÚMERO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR PROVINCIA

Tabla 1.- Distribución geográfica de los medios de comunicación

PROVINCIA	CLASIFICACIÓN DEL MEDIO					
	AVS	IMPRESO	INTERNET	RADIO	TELEVISIÓN	TOTAL
AZUAY	4	2	2	45	4	57
BOLÍVAR	2	1	1	18		22
CAÑAR	1	3	2	21	2	29
CARCHI	1	3	1	17	1	23

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

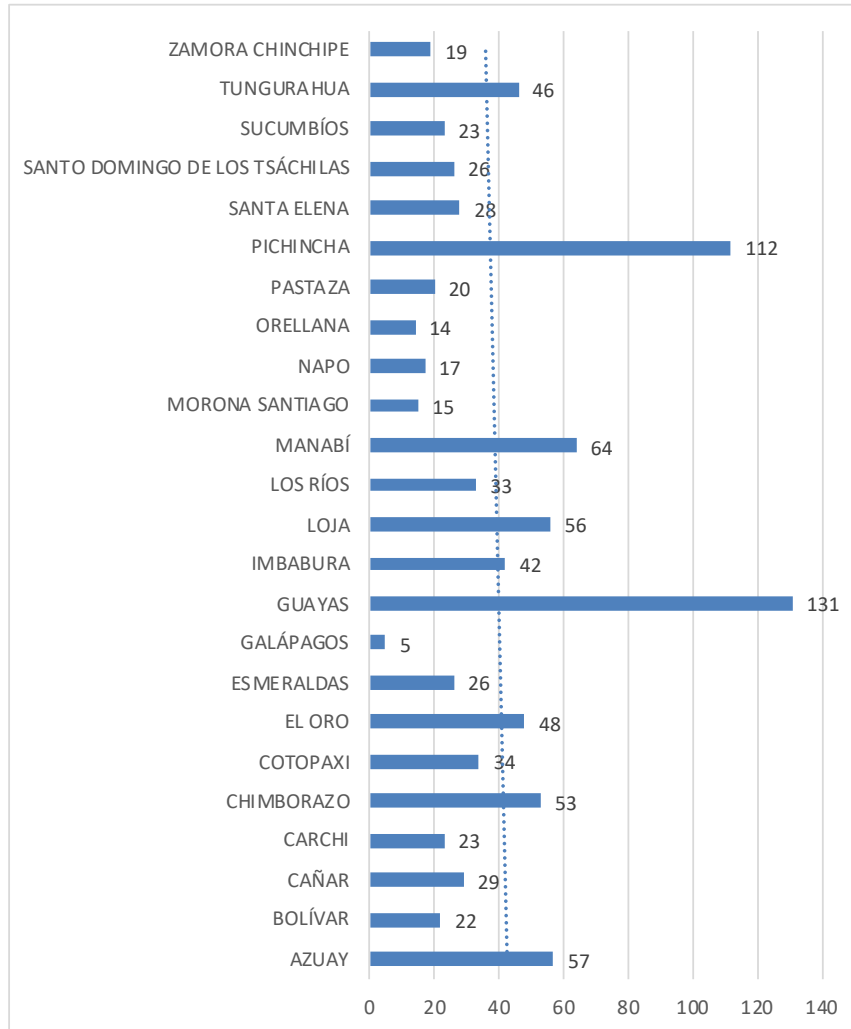
CHIMBORAZO	1	3	4	43	2	53
COTOPAXI	3	2	6	19	4	34
EL ORO	4	2	2	37	3	48
ESMERALDAS	5	1	1	15	4	26
GALÁPAGOS			1	4		5
GUAYAS	9	24	18	69	11	131
IMBABURA		1	4	35	2	42
LOJA	7	2	1	43	3	56
LOS RÍOS	5	5	6	16	1	33
MANABÍ	5	5	1	50	3	64
MORONA SANTIAGO	1	1		12	1	15
NAPO	3	3	1	10		17
ORELLANA	3	1		9	1	14
PASTAZA	1	1		17	1	20
PICHINCHA	6	27	11	56	12	112
SANTA ELENA	1	10		15	2	28
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS		3	1	19	3	26
SUCUMBÍOS	4	5	1	9	4	23
TUNGURAHUA		10	1	33	2	46
ZAMORA CHINCHIPE	1	2		15	1	19
TOTAL	67	117	65	627	67	943

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Gráfico 3.- Tendencia de medios de comunicación por provincia



Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.2 Información General

El artículo 49 literal e) de la Ley Orgánica de Comunicación, vigente hasta noviembre de 2022, establecía entre las atribuciones del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación: *“Desarrollar procesos de monitoreo y seguimiento de la calidad de contenidos de los medios de Comunicación”*.

El Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, expedido mediante Resolución No. CRDPIC-PRC-2019-0000077 de fecha 20 de diciembre de 2019 y vigente hasta la presente fecha, establece como Atribuciones y Responsabilidades de la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos, entre otras, las siguientes:

- a. *Desarrollar metodologías o sus actualizaciones para los procesos de monitoreo y seguimiento de la calidad de contenidos;*
- b. *Realizar el monitoreo y seguimiento de la calidad de los medios de comunicación social; así como el seguimiento de la publicidad que se transmite en los programas infantiles de los medios de comunicación televisivos y radiales;*
- c. *Administrar el Registro Público de los Medios de comunicación social;*
- d. *Elaborar reportes estadísticos del Registro Público de Medios de comunicación social;*
- e. *Observar y proponer recomendaciones a los informes trimestrales presentados por la autoridad de telecomunicaciones sobre el proceso de distribución equitativa de frecuencias”*.

En concordancia a la Ley Orgánica de Comunicación, en el artículo 88 sobre Registro Público de Medios, estipula que:

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“(...) Registro público. - Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Desarrollo y Promoción 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. (...)”

Por otro lado, el Reglamento para el Registro Público de los Medios de Comunicación Social en su artículo 2, indica que *“(...) Ámbito. - La obligación de registrarse en el Registro Público de Medios se extiende a aquellos medios de comunicación definidos en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación. (...)”*

Mediante Decreto Ejecutivo No. 32, de 24 de mayo de 2021, se derogó el Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación.

Con fecha 21 de mayo de 2022, el Consejo de Comunicación lanzó el nuevo sistema del Registro Público de Medios. Con este antecedente, la información que fue recabada desde el año 2015 en el sistema de RPM anterior, se convirtió en archivo histórico.

De acuerdo al Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 54 determina;

“(...) Registro Público de Medios de Comunicación Social. - Para el registro de los medios de comunicación en el catastro, el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, considerará al menos, los siguientes datos generales:

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. *Razón social del medio de comunicación social;*
2. *Nombre comercial del medio de comunicación;*
3. *Nombre del representante legal;*
4. *Número de Registro Único de Contribuyente;*
5. *Dirección, teléfono y correo electrónico del medio de comunicación;*
6. *Frecuencia(s) del espectro radioeléctrico;*
7. *Fecha de otorgamiento y vencimiento de la concesión;*
8. *Clase de medio de comunicación según su alcance territorial. (...)*

El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación deberá implementar un sistema informático para el registro.

Los medios de comunicación social deberán registrar o actualizar su información anualmente.

A través del sistema informático que establezca el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, emitirá un certificado digital único que avale su registro en el registro público de medios. La información del registro podrá ser cruzada con las bases de datos de las instituciones públicas. (...)

Según el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por procesos, la dirección deberá:

- “(...) c) Administrar el Registro Público de los Medios de comunicación social;
d) Elaborar reportes estadísticos del Registro Público de Medios de comunicación social (...)*”

Con base a lo expuesto, el Registro Público de Medios se convirtió desde su creación en el año 2015, en el primer catastro a nivel nacional que permite conocer la situación de los medios de comunicación.

3.3 Tipo de Medios

A continuación, se presentan los medios registrados en el Catastro del Registro Público de Medios, según su tipo:

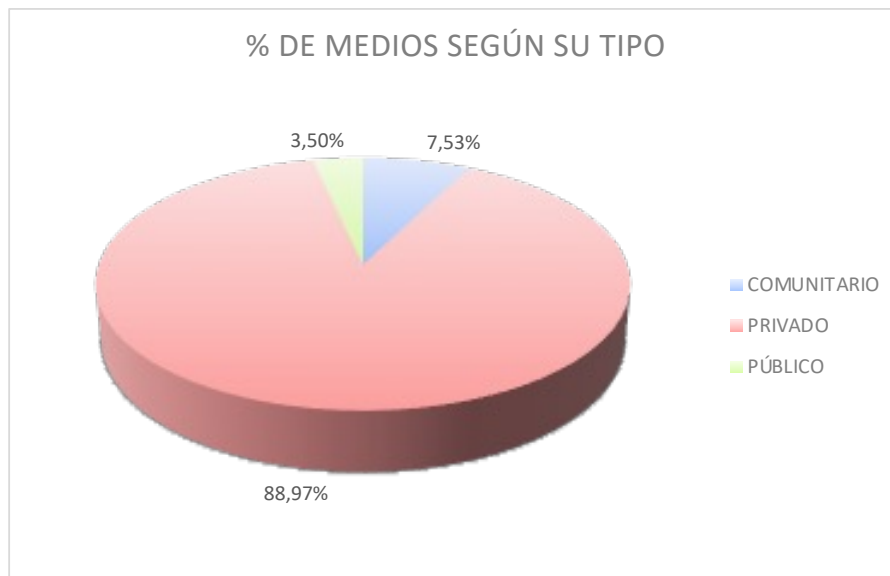
REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN TIPO

Tabla 2.- Medios de comunicación según su tipo

TIPO DE MEDIO	TOTAL
COMUNITARIO	71
PRIVADO	839
PÚBLICO	33
TOTAL	943

Gráfico 4.- Tendencia de medios de comunicación por provincia



Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

De los 943 medios de comunicación registrados en el catastro, se observa que la mayoría, 839 (88.97%), se clasifican como medios privados, seguidos por 33 medios públicos (3.5%) y 71 medios comunitarios (7.53%), según se detalla en la Tabla 2 y Gráfico 4.

Un desafío significativo que plantea la Ley Orgánica de Comunicación es la asignación equitativa de frecuencias, tal como lo establece el artículo 106 de la Ley Orgánica de Comunicación: “Art. 106.- Reserva del espectro radioeléctrico. - *La autoridad de telecomunicaciones planificará el uso del espectro radioeléctrico para difusión de señal abierta para medios públicos, privados y comunitarios. Se reservará hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario en función de la demanda y de la disponibilidad, porcentaje máximo que deberá alcanzarse progresivamente. El 66% del espectro restante será asignado para el sector público y privado en función de la demanda, no debiendo exceder la asignación de frecuencias al sector público un porcentaje del 10% del espectro.*”

Respecto al porcentaje actual de distribución de frecuencias, este dato resulta fundamental como indicador para evaluar el cumplimiento de la ley. Según los datos del Registro Público de Medios, se evidencia que el 88.97% del espectro está ocupado por radio y televisión de tipo privados, mientras que el 7.53% corresponde a medios comunitarios y solo el 4% a medios públicos, como se muestra en el Gráfico 4.

3.3.1 Medios según su clasificación y tipo de medio

A continuación, se detalla el total de medios según su clasificación y tipo de medio:

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CLASIFICACIÓN Y TIPO DE MEDIO

Tabla 3.- Medios de comunicación según su clasificación y tipo

CLASIFICACIÓN DEL MEDIO	COMUNITARIO	PRIVADO	PÚBLICO	TOTAL
AVS	.	67	.	67
IMPRESO	.	115	2	117
INTERNET	1	63	1	65
RADIO	64	536	27	627
TELEVISIÓN	6	58	3	67
TOTAL	71	839	33	943

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

3.3.2 Medios de Comunicación Social por Regiones

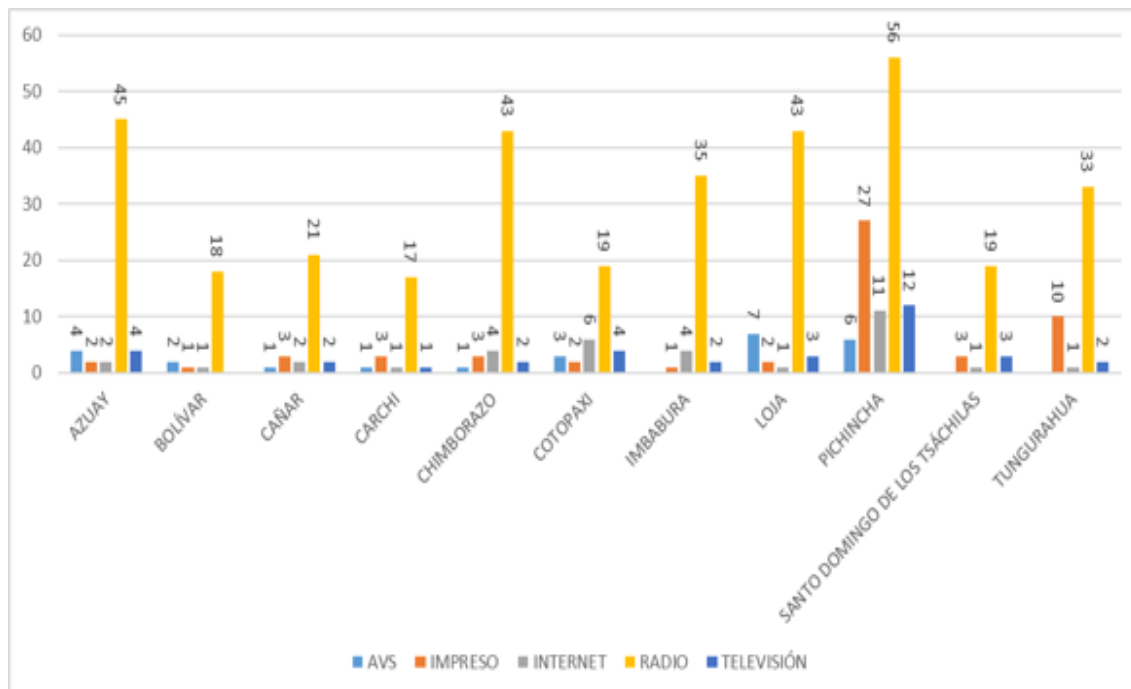
Para analizar la distribución de medios por su clasificación, como radio, televisión, impresos, AVS y medios en internet, se proporciona más adelante la información de manera organizada en los Gráficos 5, 6 y 7, clasificada por regiones naturales de Ecuador: Costa, Sierra, Amazonía y región Insular.

Tanto en las provincias de Pichincha como en Guayas, se registra la mayor cantidad de medios de comunicación. Estas provincias producen contenidos comunicacionales utilizando diversas tecnologías o herramientas de difusión. Aunque la radio sigue siendo el medio predominante en ambas regiones, es relevante considerar también la presencia de medios impresos y medios en internet.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

4. Medios en la Región Sierra

Gráfico 5.- Ubicación domiciliar de medios de comunicación en la región Sierra



Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

En el gráfico Nro. 5, se muestra cómo está clasificado el uso de las herramientas de difusión en cada provincia de la Sierra. En ocho de las once provincias se cuentan con todas las clasificaciones de los medios de comunicación (radio, impresos, AVS, televisión y medios en internet).

De las once provincias, la única clasificación de los medios de comunicación ausente por son los AVS, corresponden a la provincia de Imbabura y de Santo Domingo de los Colorados y Bolívar.

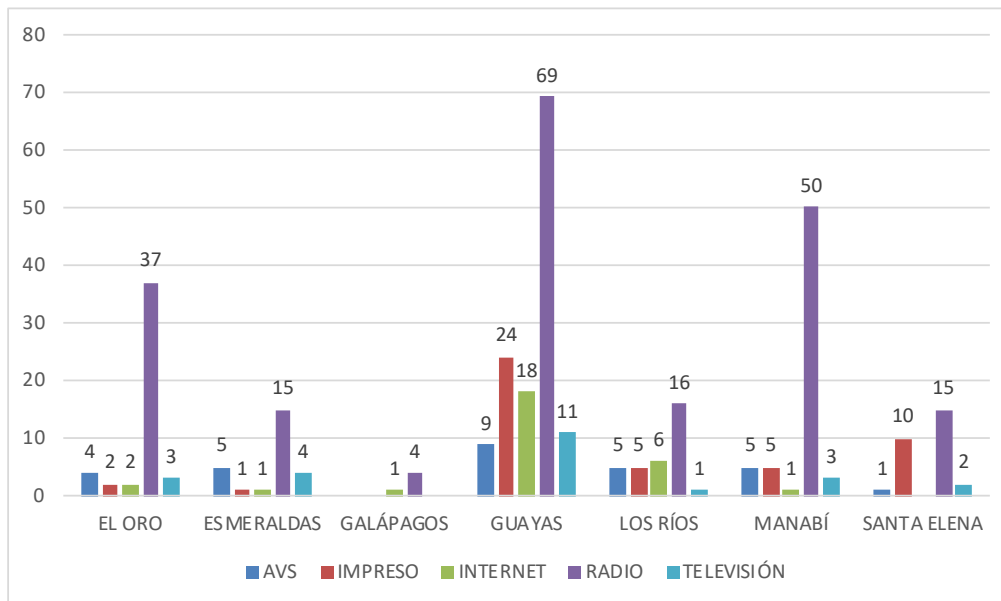
REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Así también, según el gráfico, en las once provincias de la Sierra, la radio representa la mayor propuesta comunicacional con relación a la clasificación de los medios. En segundo lugar, están los impresos. Aquí, encabezando la lista, está la provincia de Pichincha con 27 medios registrados entre periódicos y revistas, le sigue Tungurahua con 10 medios.

El tercer lugar, corresponde a los medios de internet, Pichincha es la provincia con 11 medios de comunicación, mientras que la provincia de Cotopaxi cuenta con 6 medios, seguido por la provincia de Chimborazo e Imbabura con 4 medios.

5. Medios en las Regiones Costa e Insular

Gráfico 6.- Ubicación domiciliar de medios de comunicación en la región Costa e Insular



Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

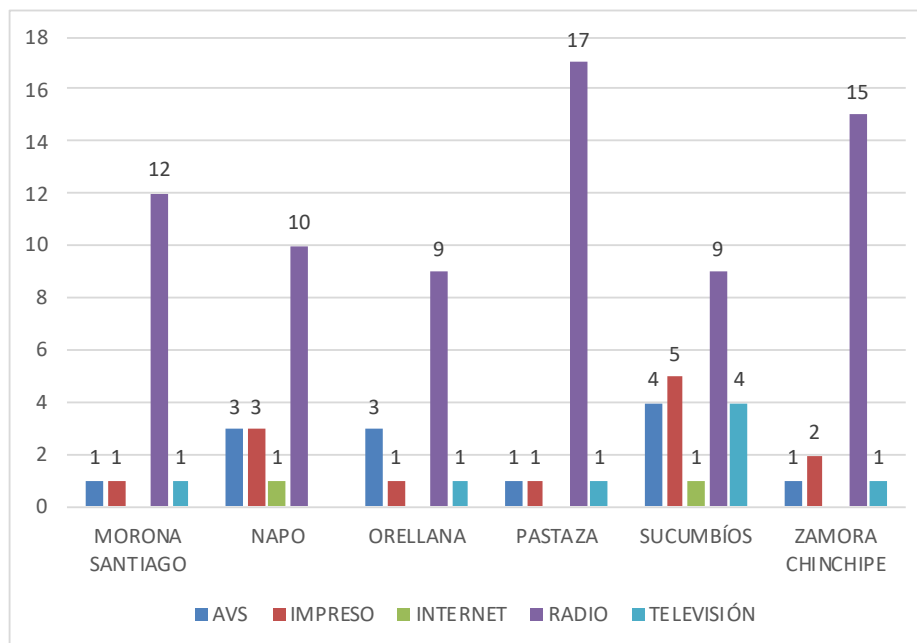
REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En la región Costa, precisamente en la provincia de Guayas, existe un predominio en cuanto a los medios de comunicación de clasificación radial, con un total de 69 medios, seguida por Manabí con 50 medios.

Por otro lado, en la región insular, se observa una ausencia total de medios impresos, televisivos y AVS, contando únicamente con la presencia de 4 medios radiales y 1 medio en internet.

6. Medios en la región Amazónica

Gráfico 7.- Ubicación domiciliar de medios de comunicación en la región Costa e Insular



Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En la región Amazónica, se destaca la mayor participación de las radios. La provincia que registra las cinco clasificaciones de los medios es Sucumbíos, donde 9 de ellos son radios. Por otro lado, Pastaza cuenta con el mayor número de medios radiales registrados, con un total de 17. Además, es importante mencionar que únicamente en las provincias de Napo y Sucumbíos se encuentran medios en internet.

TIPO DE MEDIOS SEGÚN SU DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Tabla 4.- Distribución geográfica según tipo de medios

PROVINCIA	TIPO DE MEDIO						
	COMUNITARIO	%	PRIVADO	%	PÚBLICO	%	TOTAL
AZUAY	5	0,5%	51	5,4%	1	0,1%	57
BOLÍVAR	5	0,5%	17	1,8%	.	0,0%	22
CAÑAR	4	0,4%	25	2,7%	.	0,0%	29
CARCHI	1	0,1%	22	2,3%	.	0,0%	23
CHIMBORAZO	11	1,2%	41	4,3%	1	0,1%	53
COTOPAXI	4	0,4%	27	2,9%	3	0,3%	34
EL ORO	1	0,1%	45	4,8%	2	0,2%	48
ESMERALDAS	3	0,3%	23	2,4%	.	0,0%	26
GALÁPAGOS	1	0,1%	4	0,4%	.	0,0%	5
GUAYAS	2	0,2%	126	13,4%	3	0,3%	131
IMBABURA	4	0,4%	33	3,5%	5	0,5%	42
LOJA	6	0,6%	46	4,9%	4	0,4%	56
LOS RÍOS		0,0%	33	3,5%	.	0,0%	33

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MANABÍ	3	0,3%	60	6,4%	1	0,1%	64
MORONA SANTIAGO	1	0,1%	14	1,5%	.	0,0%	15
NAPO	2	0,2%	15	1,6%	.	0,0%	17
ORELLANA	1	0,1%	12	1,3%	1	0,1%	14
PASTAZA	4	0,4%	15	1,6%	1	0,1%	20
PICHINCHA	5	0,5%	98	10,4%	9	1,0%	112
SANTA ELENA		0,0%	28	3,0%	.	0,0%	28
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	1	0,1%	25	2,7%	.	0,0%	26
SUCUMBÍOS	2	0,2%	21	2,2%	.	0,0%	23
TUNGURAHUA	3	0,3%	42	4,5%	1	0,1%	46
ZAMORA CHINCHIPE	2	0,2%	16	1,7%	1	0,1%	19
TOTAL	71	7,53%	839	89,0%	33	3,5%	943

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 31/12/2023)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

Distribuidos entre las 24 provincias, son los medios privados los que destacan por su mayor participación, según lo revela la tendencia del Registro Público de Medios. Ello se evidencia claramente en Pichincha, con 98 medios, Guayas, con 126 medios, y Manabí, con 60 medios.

Por otro lado, se evidencia la ausencia de medios comunitarios en dos provincias del país: Los Ríos y Santa Elena.

El conocimiento de esta realidad, tanto en términos numéricos como territoriales, permitirá sentar las bases para políticas públicas que fortalezcan las iniciativas de comunicación comunitaria.

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En cuanto a los medios públicos, es importante señalar que no se encuentran registrados en todas las provincias del país, siendo Pichincha la que presenta la mayor cantidad de medios de comunicación de este tipo.

7. Conclusiones

La información recopilada proporciona una visión detallada de la situación actual de los medios de comunicación en cuatro aspectos principales: Establecimiento del punto de partida del país en su camino hacia la democratización de los medios de comunicación, análisis de la gestión administrativa de los medios de comunicación, evaluación de la participación de los medios de comunicación en la sociedad de la información e identificación de las características generales de los medios de comunicación en el país.

Esta herramienta de recopilación de datos ofrece una comprensión profunda de las características en las que se producen los contenidos comunicativos. Con base en esta información, se pueden diseñar estrategias de fortalecimiento que promuevan prácticas de responsabilidad social y mecanismos para mejorar la calidad de los contenidos comunicativos.

8. Recomendaciones

Promover la inclusión y representación de una amplia gama de sectores sociales en la gestión administrativa de los medios de comunicación con el objeto de contribuir a enriquecer la diversidad de perspectivas y garantizar una mayor pluralidad en la información difundida.

Desarrollar programas de formación y sensibilización específicos a dirigidos a los medios de comunicación, orientados a promover prácticas de responsabilidad social y ética en la producción y difusión de contenidos, con el propósito de elevar la calidad de la información proporcionada.



Consejo de
Comunicación