

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FR04-PRO.PM-CM.001 / Versión: 1.0

REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS



Consejo de
Comunicación

Coordinación General de la Información y Comunicación
Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos
Primer semestre 2024

ÍNDICE Y CONTENIDO

1. Antecedentes.....	3
2. Diagnóstico de la Información del Registro Público de Medios.....	4
3. Resultados (corte 15 de noviembre).....	5
3.1. Clasificación de medios.....	6
3.2. Distribución de medios de comunicación por provincia.....	7
3.3 Tipo de medios.....	8
3.4 Medios Comunitarios que pertenecen a Pueblos y Nacionalidades.....	10
4. Conclusiones.....	11
5. Recomendaciones.....	12
6. Firmas de Responsabilidad:.....	12

1. Antecedentes

Ecuador se perfila a una comunicación incluyente y participativa

En Ecuador, desde la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013, se dispuso la creación del Registro Público de Medios -RPM, en el cual se catastran los medios de comunicación considerados en el artículo 5.

El Registro Público de Medios se constituyó en la primera fuente de información de la existencia de los medios de comunicación, convirtiéndose en una herramienta de trabajo para el seguimiento, la toma de decisiones y la creación de indicadores para mostrar a la ciudadanía los avances de la democratización del Sistema Comunicación Social.

El sistema del Registro Público de Medios fue desarrollado y registro por primera vez a medios de comunicación en el 2015, a través de los años, este sistema ha tenido actualizaciones, modificaciones y para el año 2022 el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación implementó un nuevo sistema, más amigable y accesible para los usuarios.

En el primer semestre de 2024, con el objetivo de generar un registro completo y fiable de los medios de comunicación, se llevaron a cabo campañas comunicacionales dirigidas a estos, enfocadas en el proceso de registro en el Catastro. Asimismo, para el seguimiento y control de la información registrada, se empleó la metodología de control posterior que se dividió en dos fases:

I) Cualitativa: Para lo cual se revisó la información ingresada por cada medio de comunicación en particular de los contenidos de información general y se tomó como línea base para validación de la información a todos los medios que se registraron o actualizaron su información en el período de enero a junio de 2024.

Se prestó especial atención a los medios que se contactaron con la institución para obtener información y brindar retroalimentación sobre el proceso.

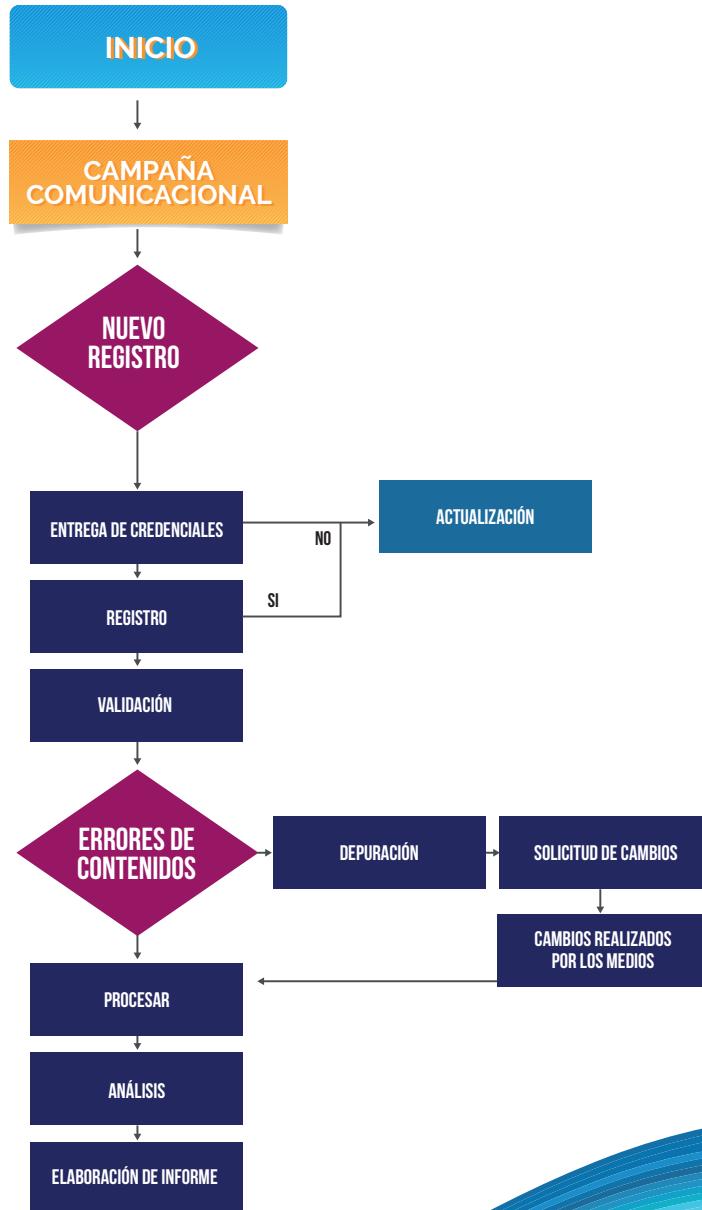
II) Cuantitativa: Se analizaron los resultados proporcionados por los medios de comunicación, los cuales se reflejaron en un informe estadístico detallado.

Con corte al 15 de noviembre de 2024, se generó el reporte con la información consolidada de los medios de comunicación que constan en el Catastro del Registro Público de medios. El análisis determinó un total de 980 medios de comunicación registrados desde el año 2022 en el sistema actual, constituyendo este el universo considerado en el presente informe.

Hay que mencionar que la información recogida en el registro es:

- 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)

PROCESO DE
REGISTRO AL
INGRESO



2. Diagnóstico de la Información del Registro Público de Medios

Este informe presenta los datos estadísticos de los medios de comunicación inscritos en el Registro Público de Medios, con corte al 15 de noviembre de 2024. La información es consignada por los propietarios y administradores de dichos medios, radio, televisión, medios impresos, servicios de audio y video por suscripción, así como medios en internet, estos últimos fueron registrados antes de la derogatoria del Reglamento General de la Ley Orgánica de Comunicación.

3. Resultados (corte 15 de noviembre)

Con fecha 22 de mayo de 2022, el Consejo de Comunicación lanzó el nuevo sistema del Registro Público de Medios, esto implicó que los medios de comunicación social previamente catastrados, realicen su nuevo registro en dicho sistema.

Desde el año 2015 al 2022, y tomando en cuenta que contamos con un nuevo sistema, un total de 823 medios de comunicación se registraron por primera vez y cumplieron con lo estipulado en el Art. 88 de la Ley Orgánica de Comunicación y ahora forman parte de la

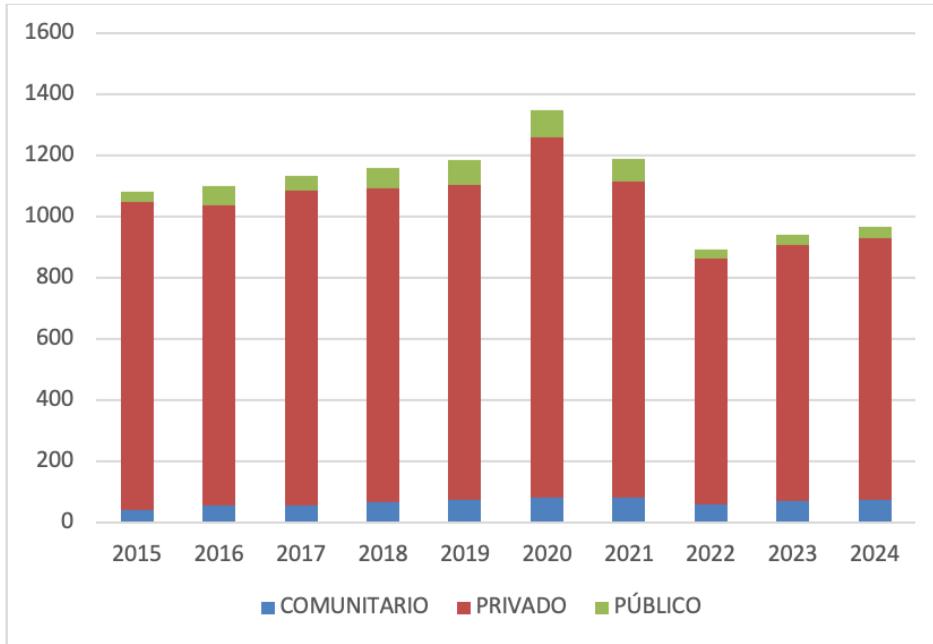
información histórica del Consejo de Comunicación. Sin embargo, para el proceso de la información del Registro Público de Medios al 15 de noviembre de 2024, el actual sistema consta de 980 medios de comunicación, de los cuales 14 medios de comunicación no han completado su registro y la información sobre su medio, por lo cual se trabajó sobre el total de 966 medios de comunicación.

DATOS GENERALES HISTÓRICOS HASTA LA ACTUALIDAD RPM

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	838	34	943
2024	75	857	34	966

Fuente: Registro Público de Medios

Gráfico 1.- Medios de Comunicación Social RPM 2015 – 2024



Fuente: Registro Público de Medios

3.1. Clasificación de medios

Con corte 15 de noviembre de 2024, el área del Registro Público de Medios descargó la base de datos, que permitió conocer la información general de los medios de comunicación que cumplieron con el registro.

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

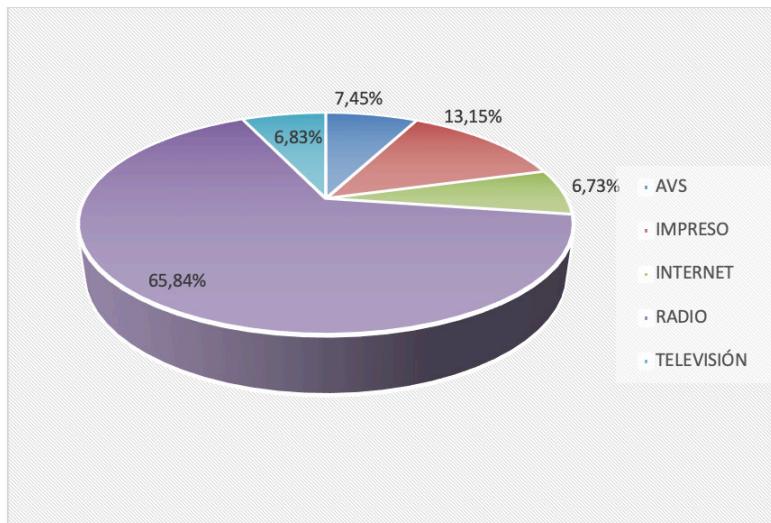
TIPO DE MEDIO				
CLASIFICACIÓN	COMUNITARIO	PRIVADO	PÚBLICO	TOTAL
AVS	.	72	.	72
IMPRESO	.	125	2	127
INTERNET	1	63	1	65
RADIO	68	541	27	636
TELEVISIÓN	6	56	4	66
TOTAL	75	857	34	966

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 15/11/2024)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

Con base a este reporte de 966 medios de comunicación, se realizó el cruce de información para determinar:

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



Fuente: Registro Público de Medios

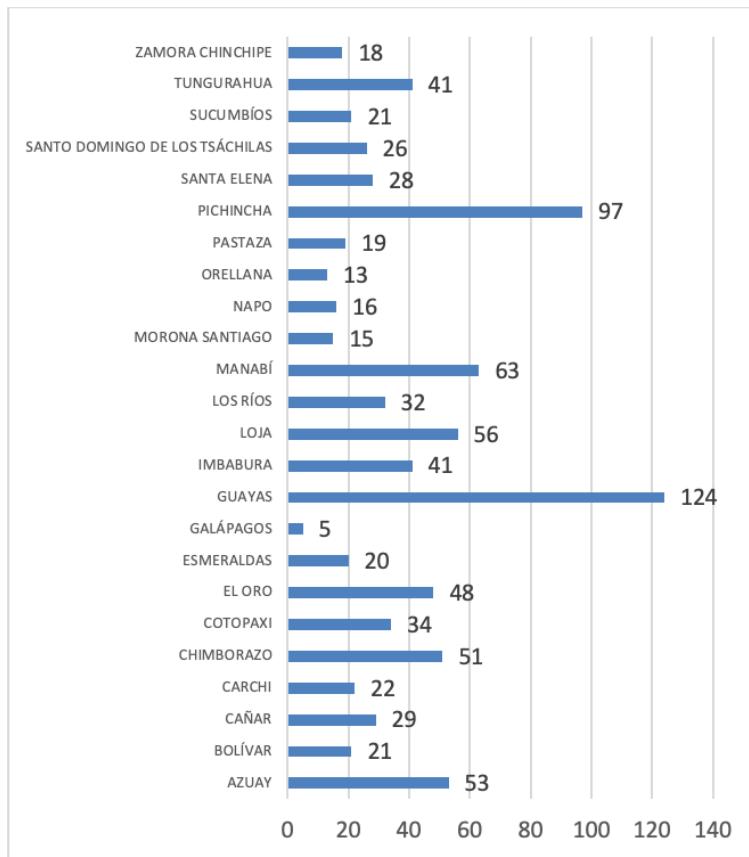
Base: 966 medios de comunicación

Fecha de corte: 15.11.2024

De los 966 medios registrados en el sistema del Registro Público de Medios, 636 son radios que representa el 65,84% del total, constituyéndose en la mayor propuesta comunicacional en el país; 127 son impresos, que corresponde al 13,15%; le sigue la clasificación de medios de AVS con 72 registros representando el 7,45%; por su parte, televisión cuenta con 66 medios, representa el 6,83%; finalmente, existen 65 medios en internet, representando el 6,73% del universo.

3.2 Distribución de medios de comunicación por provincia

Gráfico 3.- Número de medios de comunicación por provincia



Fuente: Registro Público de Medios

Base: 966 medios de comunicación

Fecha de corte: 15.11.2024

REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CLASIFICACIÓN						
PROVINCIA	AVS	IMPRESO	INTERNET	RADIO	TELEVISIÓN	TOTAL
AZUAY	4	3	2	45	4	58
BOLÍVAR	2	1	1	19	.	23
CAÑAR	1	3	2	22	2	30
CARCHI	.	3	1	17	1	22
CHIMBORAZO	1	4	4	43	2	54
COTOPAXI	3	3	6	21	4	37
EL ORO	6	2	2	37	2	49
ESMERALDAS	5	1	1	15	4	26
GALÁPAGOS	.	.	1	4	.	5
GUAYAS	10	25	18	71	11	135
IMBABURA	.	1	4	35	2	42
LOJA	7	2	1	44	3	57
LOS RÍOS	5	6	6	16	1	34
MANABÍ	7	5	1	51	3	67
MORONA SANTIAGO	1	2	.	12	1	16
NAPO	3	3	1	10	.	17
ORELLANA	3	1	.	9	2	15
PASTAZA	1	1	.	17	1	20
PICHINCHA	6	31	11	55	12	115
SANTA ELENA	2	10	.	15	1	28
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	.	3	1	20	3	27
SUCUMBÍOS	4	5	1	9	4	23
TUNGURAHUA	.	10	1	33	2	46
ZAMORA CHINCHIPE	1	2	.	16	1	20
TOTAL	72	127	65	636	66	966

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 15/11/2024)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

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

Así, dos provincias cuentan con mayor número de medios: Guayas con 135 y Pichincha con 115 medios. Le siguen Manabí con 67 medios y Loja con 57. Contraria a esta situación, existen menos medios registrados en Orellana con 15 y Galápagos, con 5 medios.

3.3 Tipo de medios

Para entender las definiciones de los tipos de medios que existen en el país: público, privado y comunitario, vamos a detallar los conceptos que se estiman en la Ley Orgánica de Comunicación.

“Sección I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

Art. 78.- Definición. - (Sustituido por el Art. 22 de la Ley s/n, R.O. 188-25, 14-XI-2022). - Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público.

Por su naturaleza, su misión es prestar servicios públicos relacionados con la información, la comunicación, la educación y la formación cultural.

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.

Los medios públicos siempre contarán con un consejo editorial y un consejo consultivo Ciudadano.

Se garantizará su autonomía financiera y editorial.”

“Sección II

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS

Art. 84.- Definición. - (Sustituido por el Art. 66 de la Ley s/n, R.O. 432-S, 20-II-2019; Sustituido por el Art. 24 de la Ley s/n, R.O. 188-2S, 14-XI-2022). - 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 comerciales de divulgación o intercambio de contenidos, de su propia creación o provistas por terceros, a través de diversas plataformas tecnológicas de comunicación.

Sección III

MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS

Art. 85.- Definición. - (Sustituido por el Art. 68 de la Ley s/n, R.O. 432-S, 20-II-2019; Sustituido por el Art. 25 de la Ley s/n, R.O. 188-2S, 14-XI-2022). - Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya dirección y administración corresponden a colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, movimientos sociales, y organizaciones de la sociedad civil.

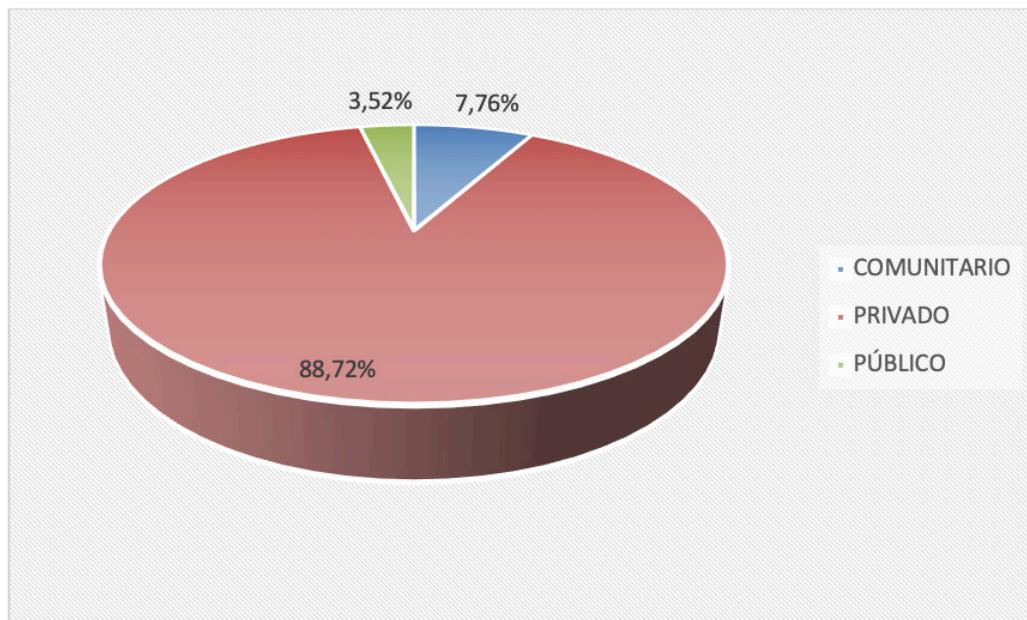
Cuentan con un proyecto comunicacional que promueve la amplia participación y fortalecimiento de la comunidad a la que sirven y de la que son parte.

Estos medios se definen por su programación pluralista, inclusiva, intercultural, con enfoque de género, defensora de los Derechos Humanos y de la Naturaleza, orientada hacia la transformación social, el sistema de vida comunitario y el Buen Vivir.

Los medios de comunicación comunitarios tienen fines de rentabilidad social; sin perjuicio de que su financiamiento sea a través de la comercialización de productos, servicios y proyectos para cumplir con su objetivo social.

Su gestión técnica y administrativa será de carácter comunitario.”

Gráfico 4.- Tipos de medios de comunicación en Ecuador



Fuente: Registro Público de Medios

Base: 966 medios de comunicación

Fecha de corte: 15.11.2024

De los 966 medios de comunicación, 857 medios que representa el 88,72%, se definen como medios de tipo privado, 34 como medios de tipo públicos que representa el 3,52% y 75 como medios comunitarios que representa el 7,76%.

3.4 Medios Comunitarios que pertenecen a Pueblos y Nacionalidades

Los medios de comunicación social de tipo comunitarios son aquellos administrados por colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, movimientos sociales, y organizaciones de la sociedad civil.

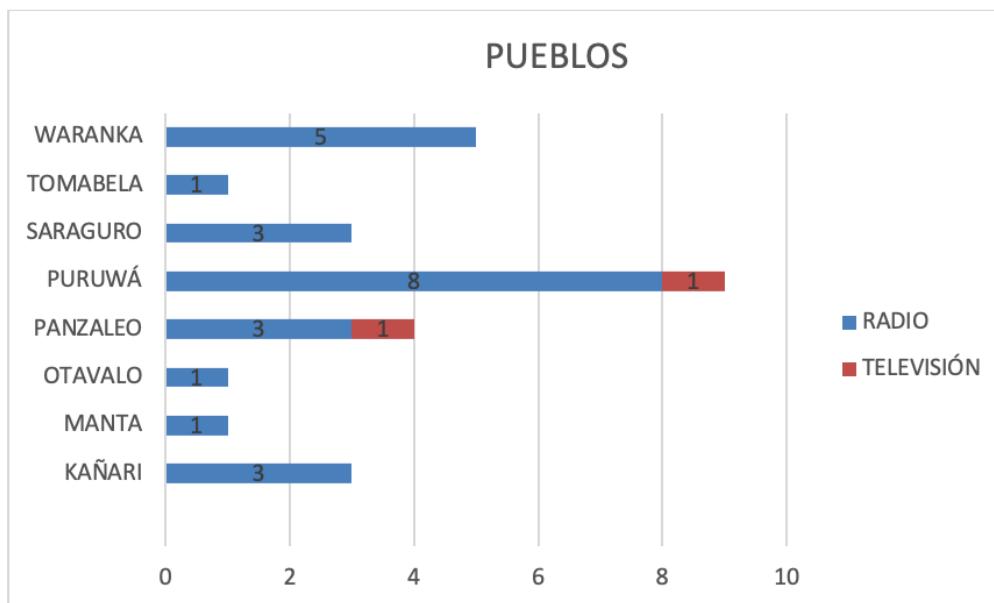
El sistema del Registro Público de Medios recoge la información de los medios que pertenecen a pueblos y nacionalidades, de los 75 medios de tipo comunitarios, 27 han registrado lo siguiente:

PUEBLOS	CLASIFICACIÓN		
	RADIO	TELEVISIÓN	TOTAL
KAÑARI	3	.	3
MANTA	1	.	1
OTAVALO	1	.	1
PANZALEO	3	1	4
PURUWÁ	8	1	9
SARAGURO	3	.	3
TOMABELA	1	.	1
WARANKA	5	.	5
TOTAL	25	2	27

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 15/11/2024)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

Gráfico 5.- Clasificación de medios según su Pueblo



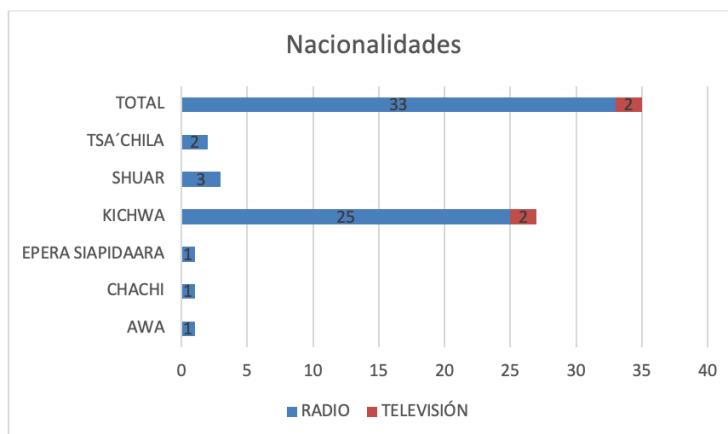
De los 966 medios que constan en el catastro, 75 medios pertenecen a medios de tipo comunitario, de los cuales 27 tienen una administración que corresponde a un pueblo; de los cuales, 9 medios de comunicación se registran como Pueblo Puruwá, 5 medios como Waranka, 4 medios como Panzaleo, como Kañari y Saraguro 3 medios, Manta, Otavalo y Tomabela con 1 medio.

NACIONALIDADES	RADIO	TELEVISIÓN	TOTAL
AWA	1	.	1
CHACHI	1	.	1
EPERA SIAPIDAARA	1	.	1
KICHWA	25	2	27
SHUAR	3	.	3
TSA'CHILA	2	.	2
TOTAL	33	2	35

Fuente: Registro Público de Medios (Base General, corte 15/11/2024)

Elaborado por: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

Gráfico 6.- Clasificación de medios según su Nacionalidad



De los 966 medios que constan en el catastro, 75 medios pertenecen al tipo comunitario, de los cuales 35 tienen una administración que corresponde a una nacionalidad; de los cuales, 27 son de Nacionalidad Kichwa, 3 pertenece a la Nacionalidad Shuar, 2 como Tsachila y 1 de cada una como Awa, Chachi y Epera Siapidaara.

4. Conclusiones

El Registro Público de Medios se ha consolidado como la principal fuente de información sobre los medios de comunicación que cumplen con lo dispuesto en el artículo 88 de la Ley Orgánica de Comunicación. Aunque el Catastro no incluye a la totalidad de los medios del país, su utilidad radica en ser una herramienta clave para el seguimiento, la toma de decisiones y la elaboración de indicadores. Actualmente, el Catastro cuenta con información validada de 980 medios de comunicación, de los cuales 966 han completado su registro e información.

Las radios representan el 65,84% de los medios registrados, consolidándose como la principal propuesta comunicacional en el país. Les siguen los medios impresos (13,15%), servicios de audio y video por suscripción (7,45%), televisión (6,83%) y medios en internet (6,73%).

La distribución de medios por provincia evidencia una mayor concentración en Guayas y Pichincha, con 135 y 115 medios respectivamente. En contraste, provincias como Orellana y Galápagos presentan una baja representación, con 15 y 5 medios registrados, lo que refleja disparidades regionales de medios de comunicación.

De los 966 medios registrados, el 88,72% son de tipo privado, mientras que los medios públicos y comunitarios representan el 3,52% y 7,76%, respectivamente. Esto evidencia una estructura dominada por el sector privado, con una menor proporción de medios públicos y comunitarios.

Entre los 75 medios comunitarios registrados, 27 están administrados por pueblos indígenas, destacando los medios de los pueblos Puruwá (9), Waranka (5), y Panzaleo (4). Asimismo, 35 medios están vinculados a nacionalidades indígenas, de los cuales 27 pertenecen a la Nacionalidad Kichwa. Esta representación refuerza el papel de los medios comunitarios en preservar y visibilizar la diversidad cultural del país.

5. Recomendaciones

Establecer y optimizar los mecanismos de seguimiento y control para garantizar la actualización constante, oportuna, transparente y veraz de la información en el Registro Público de Medios, así como mejorar los procesos de orientación y acompañamiento a los medios durante todo el proceso de registro hasta su completa finalización.

Brindar capacitaciones, y asesoría técnica a los medios comunitarios para fortalecer su rol en la preservación cultural y su impacto social. Asimismo, fomentar la inclusión de más medios administrados por pueblos y nacionalidades que aún no están representados de manera significativa.

REGISTRO
PÚBLICO
DE MEDIOS



Consejo de
Comunicación