

INFORME



Consejo de **Desarrollo** y
Promoción de la **Información**
y **Comunicación**

***Informe Semestral del cumplimiento de
obligaciones de los medios de comunicación
determinadas en la Ley Orgánica de
Comunicación***

Coordinación General de Desarrollo de la Información y Comunicación

Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

enero - junio 2024

Tabla de contenido

1	ANTECEDENTES.....	2
2	OBJETIVO	2
3	DESARROLLO.....	2
3.1	APORTES EN CUÁNTO AL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DETERMINADAS EN LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	2
3.1.1	Prevalencia en la difusión de contenidos	3
3.1.2	Derecho a recibir información de calidad.....	3
3.1.3	Derecho a la rectificación	4
3.1.4	Derecho a la réplica o repuesta	5
3.1.5	Posición de los medios sobre asuntos judiciales	5
3.1.6	Protección a la identidad e imagen	6
3.1.7	Información de circulación restringida.....	7
3.1.8	Protección integral de las niñas, niños y adolescentes	7
3.1.9	Derecho al acceso de las personas con discapacidad.....	8
3.1.10	Composición laboral de los medios de carácter nacional	9
3.1.11	Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.....	9
3.1.12	Prohibición de contenido discriminatorio.....	10
3.1.13	Prohibición de contenido violento	11
3.1.14	Prohibición de contenido sexualmente explícito	11
3.1.15	Obligaciones de los medios audiovisuales	12
3.1.16	Registro Público de Medios.....	13
3.1.17	Actualización	14
3.1.18	Difusión de tiraje	14
3.1.19	Protección de derechos en publicidad y propaganda	15
3.1.20	Espacio para la producción audiovisual nacional	16
4	CONCLUSIONES.....	17
5	FIRMAS DE RESPONSABILIDAD	17

1 ANTECEDENTES

El artículo 49 literal j) de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), reformada en noviembre de 2022, establece como una de las funciones del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación: “Elaborar informes semestrales respecto al cumplimiento de las obligaciones de los medios de comunicación determinadas en la presente Ley, los mismos que deben ponerse en conocimiento de la ciudadanía a través de sus diferentes plataformas digitales o en un instrumento a disposición del público en general (...)”.

2 OBJETIVO

Informar los principales aportes en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de los medios de comunicación determinados en la Ley Orgánica de Comunicación en el período enero - junio 2024, por la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos, en el ámbito de sus competencias.

3 DESARROLLO

El presente informe consolida las actividades desarrolladas durante el ejercicio enero - junio 2024, en el mismo se describe la gestión de la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos en relación a sus competencias relacionadas a la Ley Orgánica de Comunicación y normativa conexas.

3.1 APORTES EN CUÁNTO AL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DETERMINADAS EN LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Entre enero - junio 2024, la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos ha realizado el monitoreo de un total de 34 medios de comunicación: 14 medios televisivos, 16 medios radiales y 4 medios impresos, según el siguiente detalle:

Tabla 1. Medios de comunicación monitoreados Enero-Junio 2024

TELEVISIÓN	RADIO	IMPRESOS
Asomavisión	Armónica	El Universo
Canela TV	Evolución	Expreso
Ecuador TV	Francisco Stéreo	Extra
Ecuavisa	HCJB	Metro
Gamavisión	La Otra Fm	
Oromar TV	Majestad	
RTS	María	
RTU	Metro Stéreo	
TC Televisión	Pichincha Universal	
Telemazonas	Platinum	
Telerama	Pública FM	
Telesucesos	Radio de la Asamblea Nacional	
Televisión TVC	Sonorama	
TV Legislativa	Vigía	
	Visión de Quito	
	Zaracay	

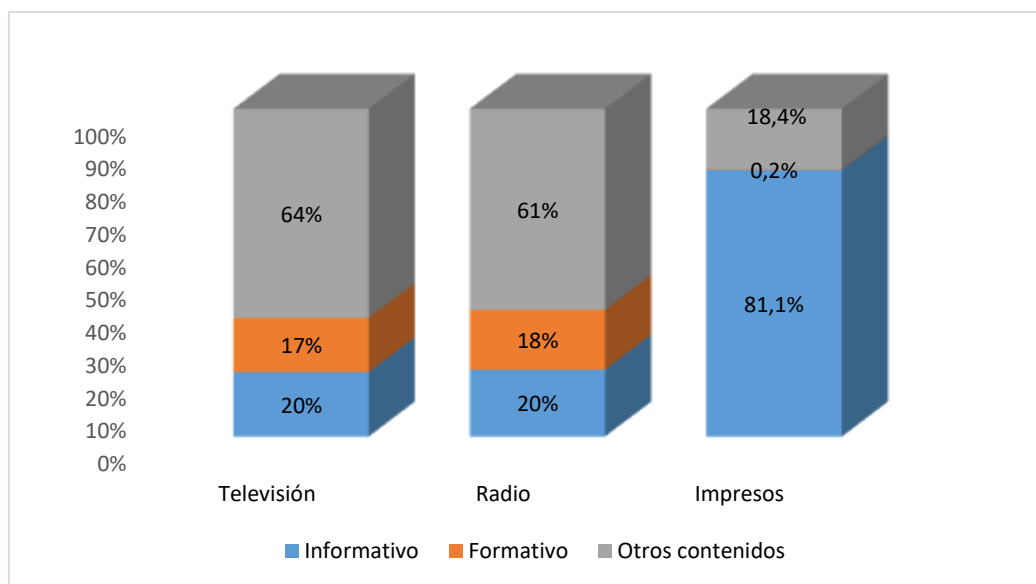
Fuente y Elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

De este monitoreo se ha observado el siguiente comportamiento de los medios de comunicación, en cuanto al cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación.

3.1.1 Prevalencia en la difusión de contenidos

El Art. 8 de la Ley Orgánica de Comunicación señala: “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 contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador”.

Gráfico 1. Difusión de contenidos informativos y formativos



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

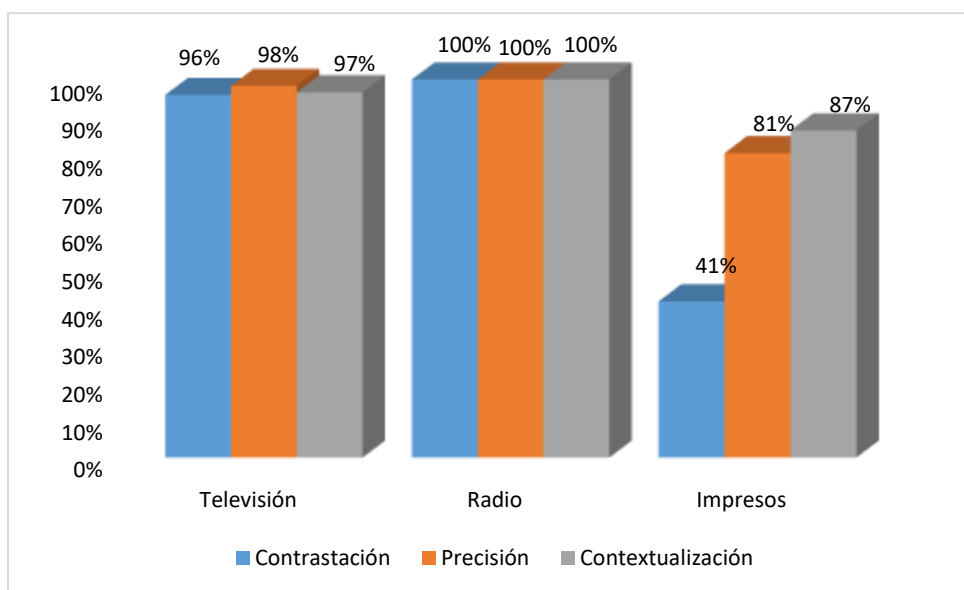
Entre enero y junio de 2024, la difusión de contenidos Informativo y Formativo/Educativo/Cultural en los programas o publicaciones de los medios de comunicación alcanzó los siguientes porcentajes:

- En televisión llegó al 37%, correspondiendo el 20% a contenido Informativo y el 17% a contenido Formativo/Educativo/Cultural.
- En radio fue del 38%, siendo el 20% contenido Informativo y el 18% contenido Formativo/Educativo/Cultural.
- En medios impresos alcanzó el 81,3%, de los cuales el 83,1% es contenido Informativo y el 0,2% contenido Formativo/Educativo/Cultural.

3.1.2 Derecho a recibir información de calidad

El Art. 22 de la Ley Orgánica de Comunicación establece: “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. (...)”.

Gráfico 2. Información de calidad



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

El cumplimiento de la contrastación, precisión y contextualización en los contenidos informativos que difundieron los programas o publicaciones de los medios de comunicación monitoreados se desarrollaron de la siguiente manera:

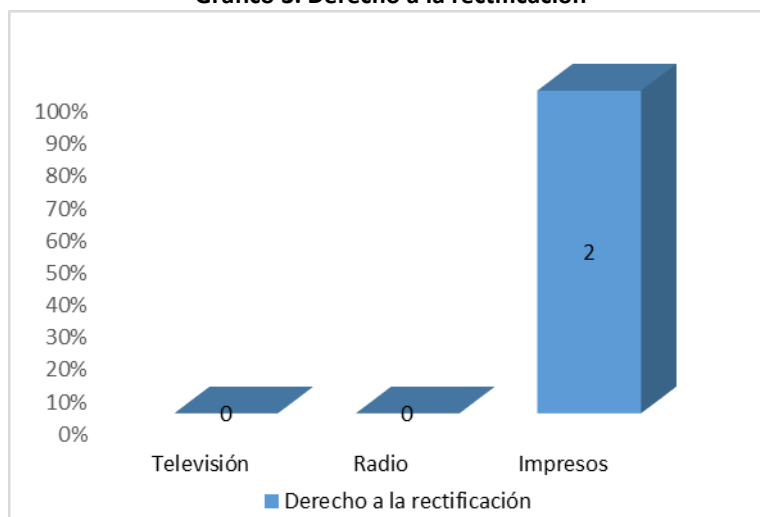
- En televisión, el 96% de los programas informativos realizaron contrastación de fuentes; el 98% tienen precisión informativa; y, el 97% hicieron una contextualización de los hechos informativos.
- En radio, la contrastación de fuentes, precisión informativa y contextualización en los programas informativos fue del 100%.
- En impresos, el 41% de su contenido informativo fue contextualizado; el 81% fue preciso; y, el 87% fue adecuadamente contextualizado.

3.1.3 Derecho a la rectificación

El Art. 23 de la Ley Orgánica de Comunicación dice: *“Las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, o sobre asuntos a su cargo por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de comunicación legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general.*

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de realizar o publicar según el caso, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página y sección en medios escritos o en el mismo programa, horario o espacio en medios audiovisuales, para las rectificaciones que haya lugar en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, contadas a partir de presentado el reclamo por escrito de la persona afectada”

Gráfico 3. Derecho a la rectificación



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

El uso del derecho de rectificación por parte de los ciudadanos en los medios de comunicación se desarrolló de la siguiente forma:

- En los medios televisivos y radiales no se identificó el uso del derecho de rectificación.
- En los medios impresos se presentó dos pedidos de rectificación (Diarios Expreso y Extra).

3.1.4 Derecho a la réplica o repuesta

El Art. 24 de la Ley Orgánica de Comunicación manifiesta: *“Toda persona que haya sido directamente aludida a través Art. 24 de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación, tiene derecho a que ese medio publique o brinde acceso para que se realice su réplica o respuesta de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página o sección en medios escritos, o en el mismo programa, espacio y horario en medios audiovisuales, en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, a partir de la solicitud escrita planteada por la persona afectada”.*

El uso del derecho de réplica o repuesta por parte de los ciudadanos en los medios de comunicación se desarrolló de esta manera:

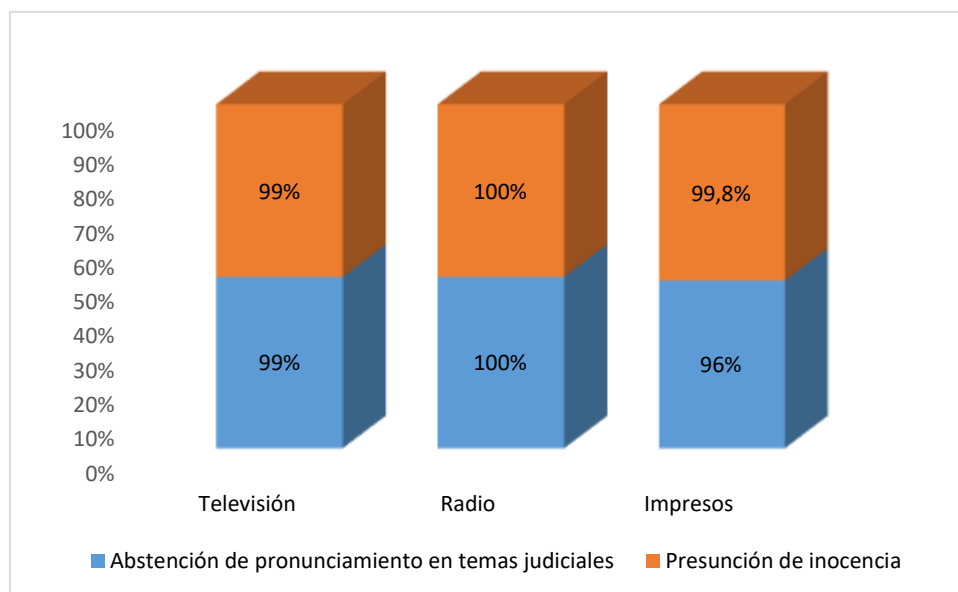
- En los medios televisivos, radiales e impresos no se identificó el uso del derecho a la réplica o respuesta.

3.1.5 Posición de los medios sobre asuntos judiciales

El Art. 25 de la Ley Orgánica de Comunicación manifiesta: *“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.*

Los medios de comunicación están obligados a comunicar los hechos noticiosos bajo criterios de presunción y en caso de que la persona sea declarada inocente en sentencia ejecutoriada, a solicitud de la misma, estarán obligados a informar sobre este hecho, en el mismo programa, horario o espacio en medios audiovisuales o con las mismas características, página y sección en medios escritos. (...).”

Gráfico 5. Posición en asuntos judiciales



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

La posición de los medios de comunicación sobre asuntos judiciales fue el siguiente:

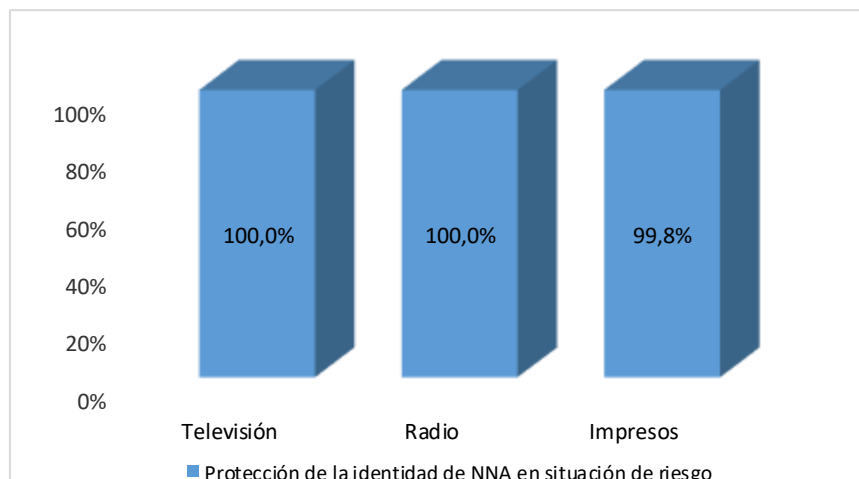
- La abstención de pronunciamiento sobre la inocencia o culpabilidad de las personas involucradas en un tema judicial alcanzó el 99% en televisión, 100% en radio y un 96% en los medios impresos.
- La presunción de inocencia llegó al 99 % de los medios televisivos, 100% en medios radiales y 99,8% en medios impresos.

3.1.6 Protección a la identidad e imagen

El artículo innumerado posterior al Art. 25 de la Ley Orgánica de Comunicación señala: “No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho constitutivo de infracción penal, sea que se haya iniciado o no un proceso judicial.

La misma prohibición opera para proteger la identidad e imagen de cualquier persona que haya sido víctima de una infracción penal de violencia de género. Se exceptúan los testimonios de las víctimas directas e indirectas que voluntaria y explícitamente dan su autorización para que los medios de comunicación cubran sus casos, siempre que sean estos mayores de edad).”

Gráfico 6. Protección a la identidad de NNA



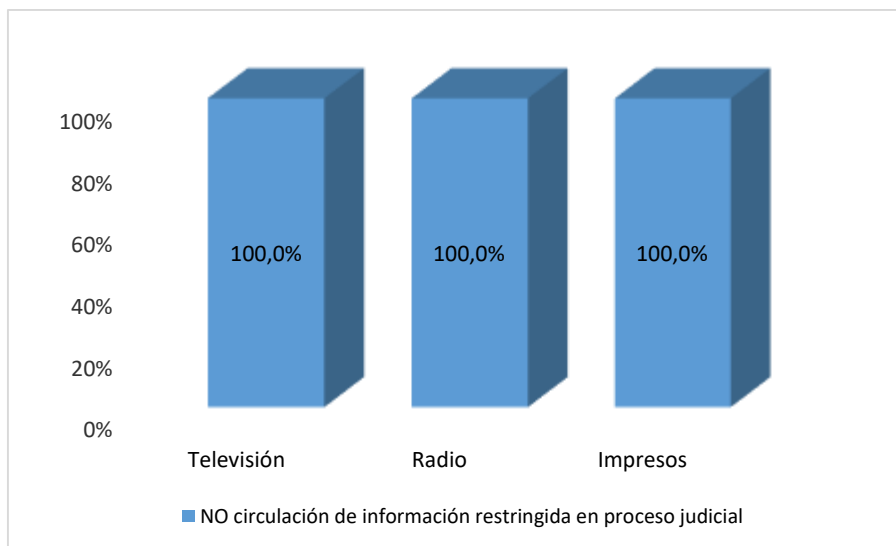
Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

La protección de la identidad e imagen de las niñas, niños y adolescentes (NNA) en situación de riesgo tienen un cumplimiento del 100% en los programas monitoreados en los medios televisivos; 100% en los medios radiales; y, el 99,8% en las publicaciones de los medios impresos.

3.1.7 Información de circulación restringida

El Art. 30 de la LOC señala: “No podrá circular libremente a través de los medios de comunicación información que esté protegida expresamente en la ley”.

Gráfico 7. Abstención de circulación de información restringida



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

La abstención de los medios de comunicación de difundir información de circulación restringida fue cumplida en un 100% por los medios televisivos, radiales e impresos.

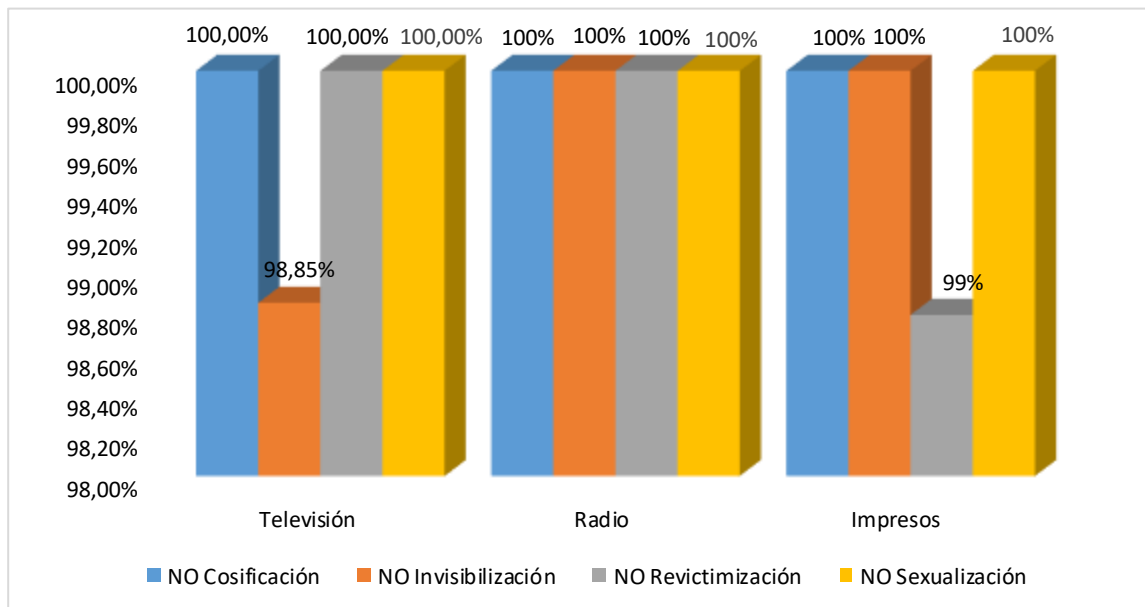
3.1.8 Protección integral de las niñas, niños y adolescentes

El Art. 32 de la Ley Orgánica de Comunicación señala: “Las niñas, niños y adolescentes Art. 32 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 contenidos 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, se tratarán de acuerdo con lo establecido en las leyes referentes a la materia.”.

Gráfico 8. Protección de NNA



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

La protección integral de los NNA en los contenidos difundidos por los medios de comunicación monitoreados fue cumplida en el 98,85% o más de los programas televisivos; en un 100% de los programas radiales; y, en el 99% o más de las publicaciones de los medios impresos.

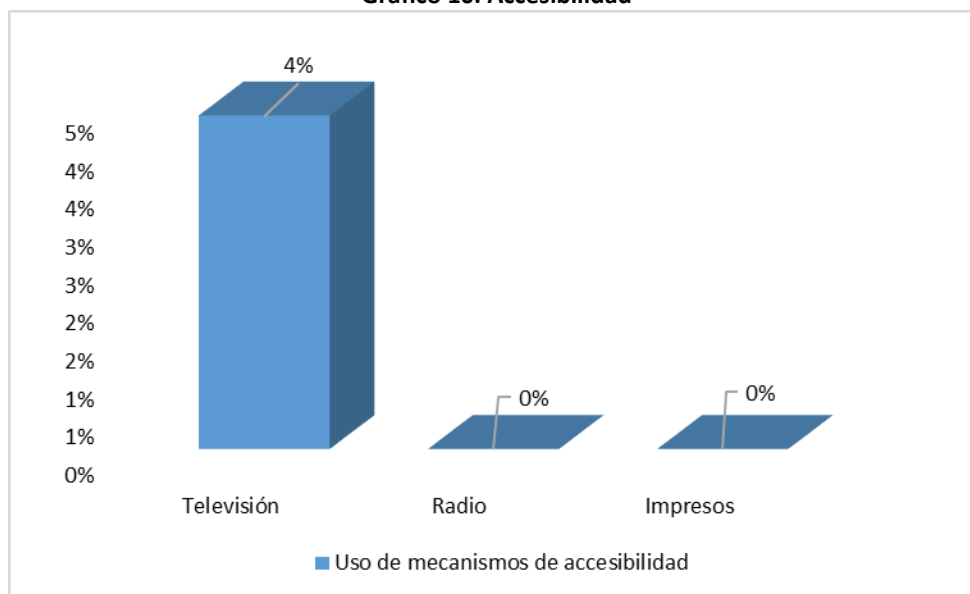
3.1.9 Derecho al acceso de las personas con discapacidad

El Art. 37 de la LOC señala: “Se garantiza 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 que conforman el sistema de comunicación social desarrollarán progresivamente, entre otros, los siguientes mecanismos:

- a) Uso de subtítulos;
- b) Incorporación de un recuadro adecuado para la interpretación de lengua de señas ecuatoriana;
- c) Sistema braille; y,
- d) Otros sistemas desarrollados o a desarrollarse. (...)

Estos mecanismos serán incorporados prioritariamente en los contenidos de programas educativos, noticias, campañas electorales e información emergente sobre riesgos, desastres y anuncios de estados de excepción. Los portales web de los medios de comunicación del país, incorporarán normas técnicas de accesibilidad al contenido web.”.

Gráfico 10. Accesibilidad



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

El cumplimiento del uso de los mecanismos de accesibilidad para las personas con discapacidad fue del 4% en los programas televisivos que implementaron en su mayor parte lengua de señas; y, 0% en los programas radiales y publicaciones impresas.

3.1.10 Composición laboral de los medios de carácter nacional

El Art. 43 de la LOC establece: “(...) 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”.

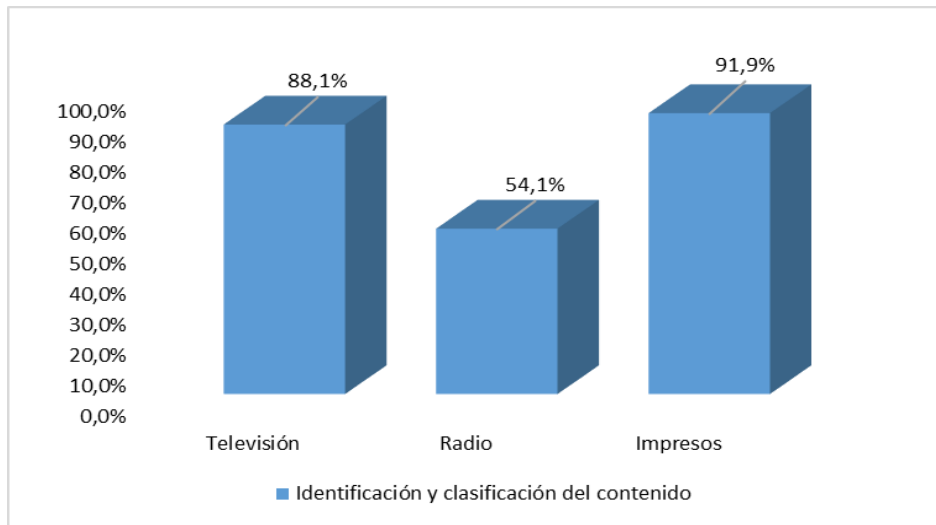
3.1.11 Identificación y clasificación de los tipos de contenidos

El Art. 60 de la LOC señala: “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:

- a. Informativos -I;
- b. De opinión -O;
- c. Formativos/educativos/culturales -F;
- d. Entretenimiento -E;
- e. Deportivos -D; y,
- f. 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 determinados por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. (...).”.

Gráfico 11. Identificación y clasificación del contenido



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

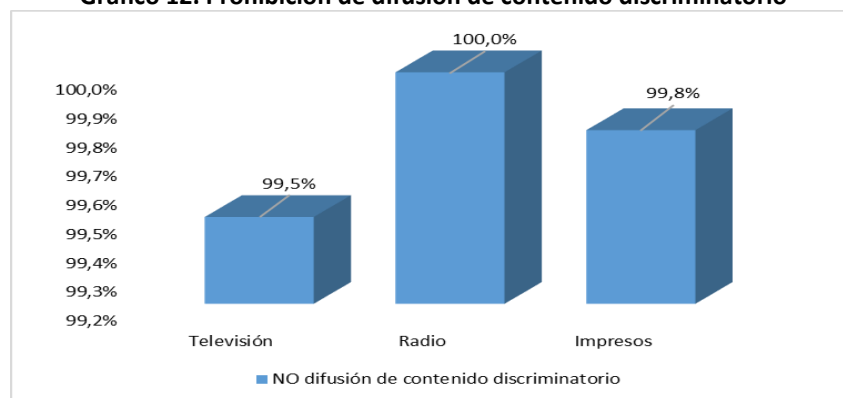
La identificación y clasificación del contenido difundido por los medios de comunicación fue cumplida en un 88.1% en los programas televisivos; 54.1% en los programas radiales; y, un 91.9% en las publicaciones de los medios impresos.

3.1.12 Prohibición de contenido discriminatorio

El Art. 62 de la LOC señala: *“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 ratificados por el Ecuador.*

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.”.

Gráfico 12. Prohibición de difusión de contenido discriminatorio



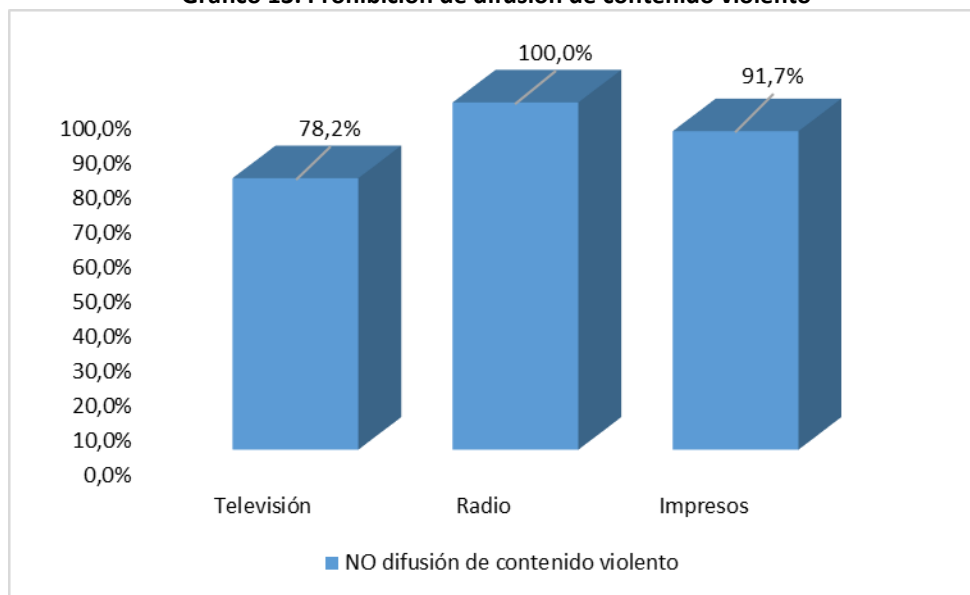
Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

La prohibición de difusión de contenido discriminatorio fue cumplida por el 99.5% de los programas televisivos monitoreados; el 100% de los programas radiales; y, el 99.8% de las publicaciones de los medios impresos.

3.1.13 Prohibición de contenido violento

El Art. 67 de la LOC señala: “Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación social 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 persona, la explotación, el abuso sexual, violencia contra los animales, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso y de cualquier otra naturaleza.”.

Gráfico 13. Prohibición de difusión de contenido violento



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

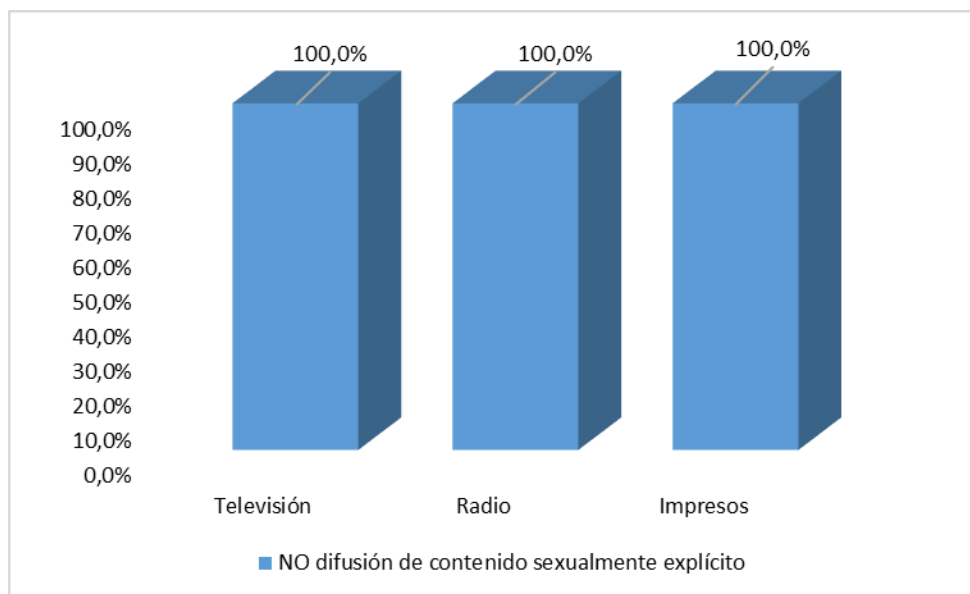
La prohibición de difusión de contenido violento fue cumplida por el 78.2% de los programas televisivos monitoreados; 100% de los programas radiales; y, 91.7% de las publicaciones impresas.

3.1.14 Prohibición de contenido sexualmente explícito

El Art. 68 de la LOC señala: “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. (...)”.

Gráfico 14. Prohibición de difusión de contenido sexualmente explícito



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

La prohibición de difusión de contenido sexualmente explícito fue cumplida al 100% en los medios televisivos, impresos y radiales.

3.1.15 Obligaciones de los medios audiovisuales

El Art. 74 de la LOC indica: “Los medios de comunicación, radio y televisión de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general:

a. 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 o la entidad de la Función Ejecutiva que reciba esta competencia, siempre y cuando se haya notificado al medio con al menos 24 horas de anticipación. 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 general, de acuerdo con los parámetros establecidos en el reglamento general de esta Ley. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad;

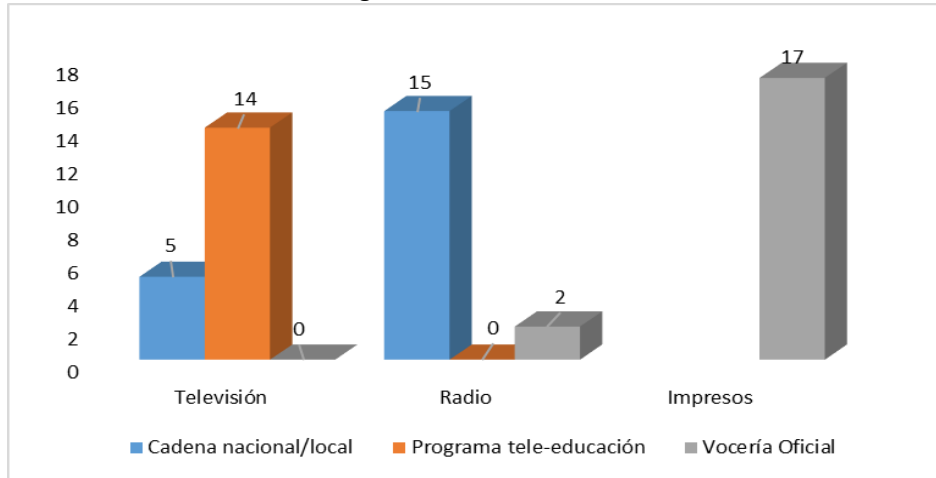
b. Transmitir en cadena nacional o local, para los casos de estado de excepción previstos en la Constitución de la República, los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin;

c. 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; y,

d) Transmitir la vocería oficial designada, con el fin de mantener informada a la población sobre el desarrollo de los eventos peligrosos conocidos como desastres y catástrofes de niveles 4, 5 y con alerta roja, declarados por el ente rector del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos, mediante el enlace de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios; sin que medie necesariamente la declaratoria del estado de excepción.

Se entenderá como interés general aquel conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los ciudadanos y ciudadanas del país.

Gráfico 15. Obligaciones de los medios audiovisuales



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

Los medios de comunicación monitoreados, en referencia a la prestación gratuita de servicios sociales de información de interés general, se comportaron de la siguiente manera:

- Los medios televisivos transmitieron 5 cadenas nacionales/locales, 14 programas de tele-educación y ninguna vocería oficial.
- Los medios radiales difundieron 15 cadenas nacionales/locales, ningún programa de tele-educación y 2 vocerías oficiales.
- Los medios impresos publicaron 17 contenidos relacionados con vocería oficial.

3.1.16 Registro Público de Medios

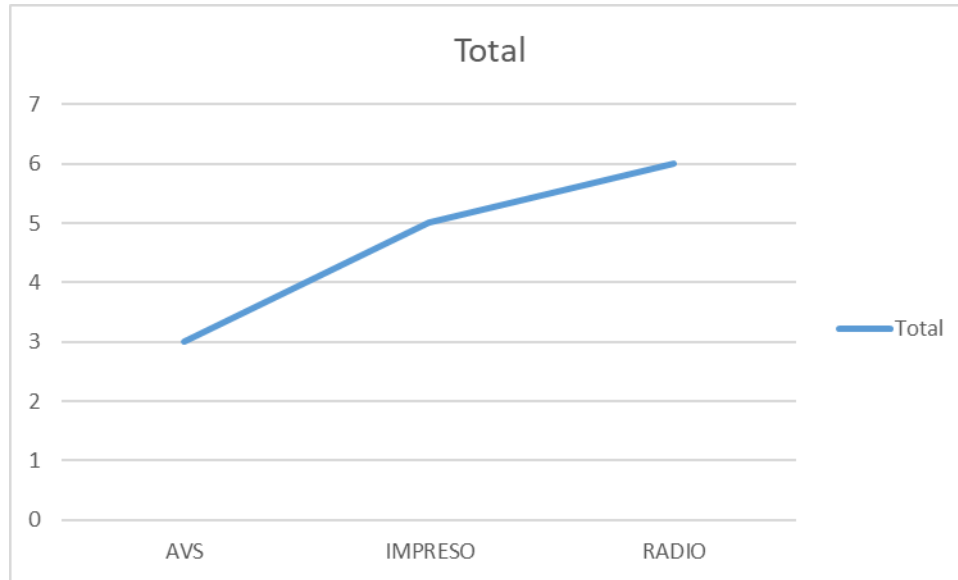
El Art. 88 de la LOC manifiesta: “(...) *Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación dicho catastro deberá contener datos generales que se determinarán en el reglamento. Este registro no 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. (...)*”.

Durante los meses de enero a junio del 2024, catorce (14) medios de comunicación, solicitaron su registro por primera vez en el Registro Público de Medios (RPM), esto significó que los medios cumplieron los requisitos establecidos en el Reglamento del RPM, dichos requisitos varían según la clasificación del medio.

Medios nuevos entre los meses enero - junio

CLASIFICACIÓN DE MEDIOS	Nº DE MEDIOS NUEVOS
AVS	3
IMPRESO	5
RADIO	6
TOTAL	14

Durante el primer semestre, en abril fue el mes con mayores solicitudes, mientras que, en enero, se registró un medio en el sistema del RPM.



Reporte Registro Público de Medios corte 22.07.2024

De los catorce medios registrados, únicamente trece medios registraron completamente su información y posterior descargaron su información.

3.1.17 Actualización

El artículo 89 de la LOC establece: “(...) *Los medios de comunicación deberán notificar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación todo cambio en la información registrada. (...)*”

En el actual sistema del Registro Público de Medios se implementó la función que los medios puedan actualizar su información las 24 horas, esto significa que los medios pueden actualizar su información en cualquier momento, sin una solicitud previa. Con este antecedente para junio 2024, el sistema del RPM contó con 417 medios de comunicación, que actualizaron su información y que descargaron certificados.

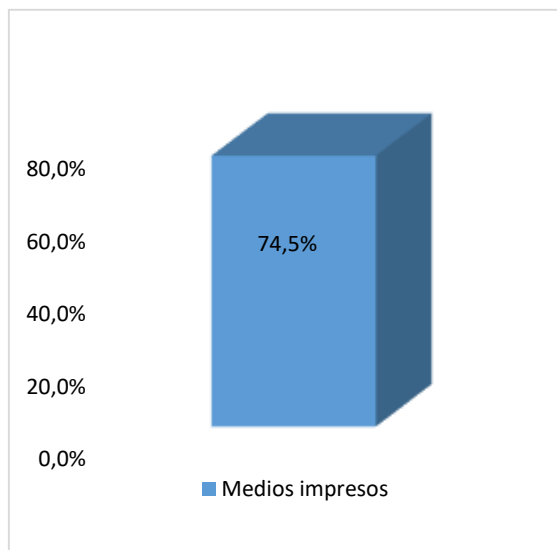
Servicio	Número de usuarios que accedieron al servicio (2024)						
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Acumulado
Emisión de certificado de registro o actualización de información en el Registro Público de Medios	72	53	98	37	81	76	417

Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos RPM.

3.1.18 Difusión de tiraje

El Art. 90 de la Ley Orgánica de Comunicación señala: “*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*”.

Gráfico 16. Difusión de tiraje



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

El 74.5% de los medios impresos monitoreados cumplió con la obligación de incluir en su publicación el número total de ejemplares puestos en circulación.

3.1.19 Protección de derechos en publicidad y propaganda

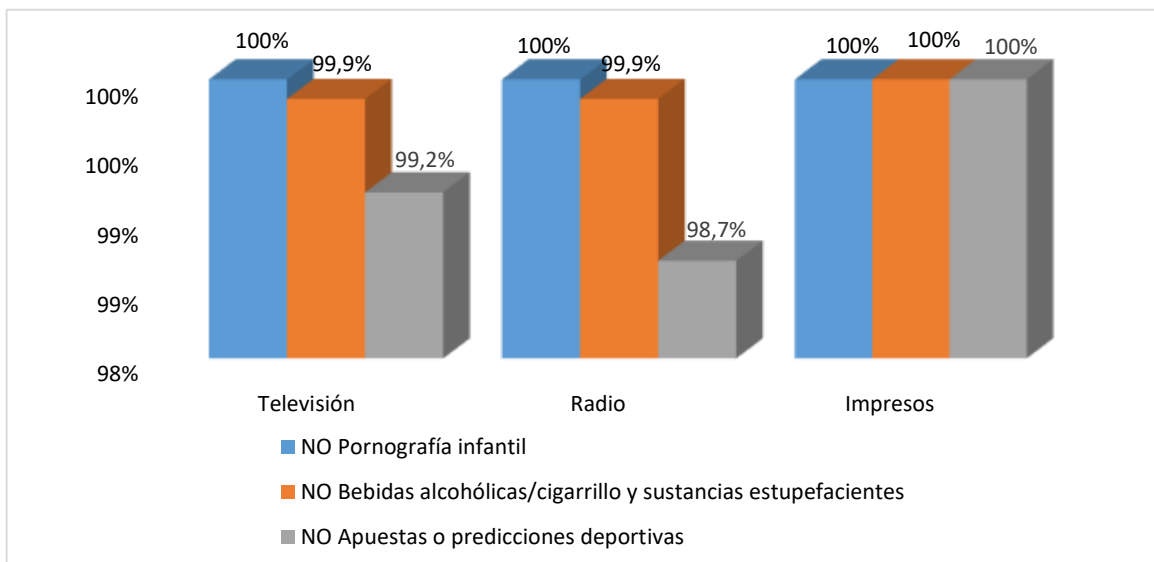
El Art. 94 de la Ley Orgánica de Comunicación establece: *“La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los instrumentos internacionales.*

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.”.

El Art. 56 del Reglamento General a la LOC establece: *“Se prohíbe la publicidad engañosa, así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de cigarrillo, sustancias sujetas a fiscalización y todo tipo de sistema de apuestas o predicciones deportivas.*

Las bebidas que no sobrepasen el 5% de grado alcohólico se podrá publicitar”.

Gráfico 17. Protección de derechos de publicidad y propaganda



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

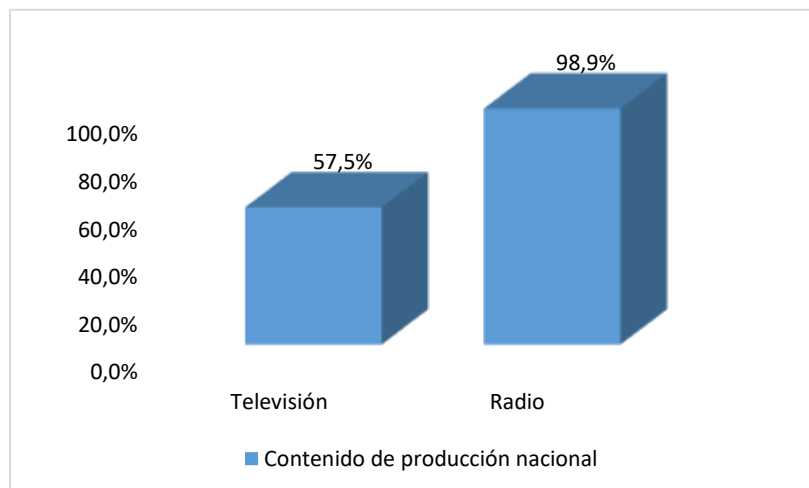
La protección de los derechos de publicidad y propaganda fue cumplida por los medios de comunicación monitoreados de la siguiente forma:

- En televisión, el 100% de los programas no difundieron publicidad de pornografía infantil; el 99.9% no difundió publicidad de bebidas alcohólicas, cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y, el 99.2% no difundió publicidad de apuestas o predicciones deportivas.
- En radio, el 100% de los programas no difundieron publicidad de pornografía infantil; el 99.9% no difundió publicidad de bebidas alcohólicas, cigarrillos o sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y, el 98.7% no difundió publicidad de apuestas o predicciones deportivas.
- En medios impresos, el 100% de las publicaciones no difundieron publicidad de pornografía infantil; bebidas alcohólicas, cigarrillos o sustancias estupefacientes y psicotrópicas; ni de apuestas o predicciones deportivas.

3.1.20 Espacio para la producción audiovisual nacional

El Art. 97 de la Ley Orgánica de Comunicación señala: “*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 producciones nacionales cinematográficas y de creaciones audiovisuales, de programas y series argumentales, documentales, experimentales, de animación y de técnica mixta; así como producciones de video arte, videos musicales, telenovelas y otras producciones de autor. 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. (...)*”.

Gráfico 18. Producción nacional



Fuente y elaboración: Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

El espacio destinado para la producción nacional corresponde al 57.5% de los programas difundidos en los medios televisivos; y, el 98.9% de los programas difundidos en los medios radiales.

4 CONCLUSIONES

- El monitoreo de los medios de comunicación durante el primer semestre del 2024 ha permitido determinar los contenidos que difunden la televisión, la radio y los medios impresos del Ecuador; y si estos están apegados o no a los preceptos establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación para garantizar el derecho a la comunicación e información de la ciudadanía.
- Los datos que reposan en el catastro del Registro Público de Medios permiten validar la información de los medios de comunicación y contrastarla con otras instituciones como ARCOTEL, SRI, Superintendencia de Compañías con el fin de otorgar los certificados de forma transparente.

5 FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

Elaborado por:	Revisado y aprobado por:
<p>Christian Bueno Director Técnico de Monitoreo a los Contenidos (S)</p>	<p>Milton Ordoñez Coordinador General de Desarrollo de la Información y Comunicación</p>

