



INFORME ESTADÍSTICO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Dirección Técnica de Monitoreo y Seguimiento a
la Información y Comunicación
Julio, 2026

1. PRESENTACIÓN 3

2. ANTECEDENTES 4

3. METODOLOGÍA 5

4. SITUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN 7

5. PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN 12

6. DISTRIBUCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR PROVINCIA 19

7. TRABAJADORES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN..... 22

8. CONCLUSIONES 28

1. PRESENTACIÓN

El Consejo de Desarrollo de la Información y Comunicación, pone a disposición de la ciudadanía los datos del Registro (<https://rpm.consejodecomunicacion.gob.ec/>), que servirán como herramienta de consulta y línea base para el seguimiento y medición de los avances en el acceso equitativo de la comunicación.

Esta información está dirigida, sobre todo, a los usuarios/as de los medios de comunicación, en aras de servir de fuente para el diseño y ejecución de estrategias que orienten y cualifiquen la prestación del servicio público de la información y comunicación; pero también aporta en la constitución y fortalecimiento de medios de comunicación, y en la articulación del Sistema de Comunicación Social.

2. ANTECEDENTES

Ecuador se perfila a una comunicación incluyente y participativa

En el Ecuador, la comunicación continúa siendo reconocida como un derecho fundamental, conforme a la Constitución de la República de 2008, la cual garantiza la libertad de expresión, el acceso a la información, la interculturalidad y la participación ciudadana como pilares para la construcción de una sociedad democrática y del Buen Vivir.

Tras la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013, esta ha atravesado diversas reformas orientadas a fortalecer la protección de los derechos a la libertad de expresión y adecuar la normativa a los estándares constitucionales e internacionales.

En este contexto, el Registro Público de Medios constituye una herramienta relevante para fortalecer la transparencia del sistema de comunicación, al proporcionar información actualizada sobre los medios de comunicación registrados en el país. La disponibilidad de esta información facilita la formulación de políticas públicas, la generación de estadísticas oficiales y el análisis de la evolución de los medios de comunicación en el país.

De esta manera, el desarrollo del Sistema Nacional de Comunicación en el Ecuador ya no se limita únicamente a garantizar el acceso a frecuencias del espectro radioeléctrico o a promover la creación de nuevos medios, sino que también implica asegurar condiciones para una comunicación plural, inclusiva y transparente, que responda a los desafíos de la era digital y contribuya al fortalecimiento de la democracia, el ejercicio efectivo de los derechos de comunicación y la participación de la ciudadanía.

3. METODOLOGÍA

En Ecuador, desde la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación, se dispone la creación del Registro en el cual se catastrarán todos los medios (radio, televisión, prensa, audio y video por suscripción y medios en internet; hasta mayo de 2021). Registro que se constituye en la primera fuente de información de la existencia de los medios de comunicación, su estado societario, sus contenidos y su información laboral y su información general. 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 del Sistema Nacional de Comunicación.

La recolección de información de los medios de comunicación se realizó corte 01 de julio de 2026, en cumplimiento a la Ley Orgánica de Comunicación, LOC y reglamentada por el Consejo de Desarrollo de la Información y Comunicación.

La metodología empleada para el procesamiento de los datos del Registro se basó en: **I) Cualitativa** para lo cual se revisó la información ingresada por cada medio de comunicación en particular de los contenidos información general, societaria, concesión, título habilitante, servicio y cobertura. Atención a los medios que llamaron al Consejo de Comunicación a buscar información y retroalimentar sobre el proceso de control y, **II) Cuantitativa** se analizó los resultados que ingresaron los medios de comunicación y que resultaron en una base de datos.

Con fecha 01 de julio se emitió el reporte de los medios de comunicación que constan catastrados en el sistema del Registro Público de Medios hasta dicha fecha, teniendo como resultado 999 medio de comunicación. Además, hasta el 31 de marzo se realizó la depuración de la base de datos de los medios de

comunicación que actualizaron su información hasta el 31 de diciembre de 2025, y se verificó la información de 351 medios de comunicación.

Hay que mencionar que de los 999 medios que constan en nuestra base de datos, 988 medios han entregado información completa y descendieron al menos una vez un certificado, es decir proporcionaron datos para realizar el análisis estadístico correspondiente y será el universo de este análisis.

La información recogida en el registro es:

- Información general (datos generales del medio, tipo de medio, información domiciliar y contenido, página web, nombre del medio, clasificación de medios)
- Información societaria (datos de los administradores, socios o accionistas);
- Concesión (título habilitante, fechas de concesión para radio, tv, avs)
- Datos de contenido (parrilla de programación y contenido);
- Datos laborales (número de trabajadores, número de trabajadores por sexo y número de trabajadores con discapacidad).

4. SITUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Este informe presenta los datos estadísticos de la realidad de los medios de comunicación, con corte al 01 de julio de 2026 y que fue consignada por cada uno de los propietarios y administradores de la radio, televisión, impresos, servicios de audio y video por suscripción y medios en internet (medios que realizaron su registro previo a la derogatoria del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, el 24 de mayo de 2021).

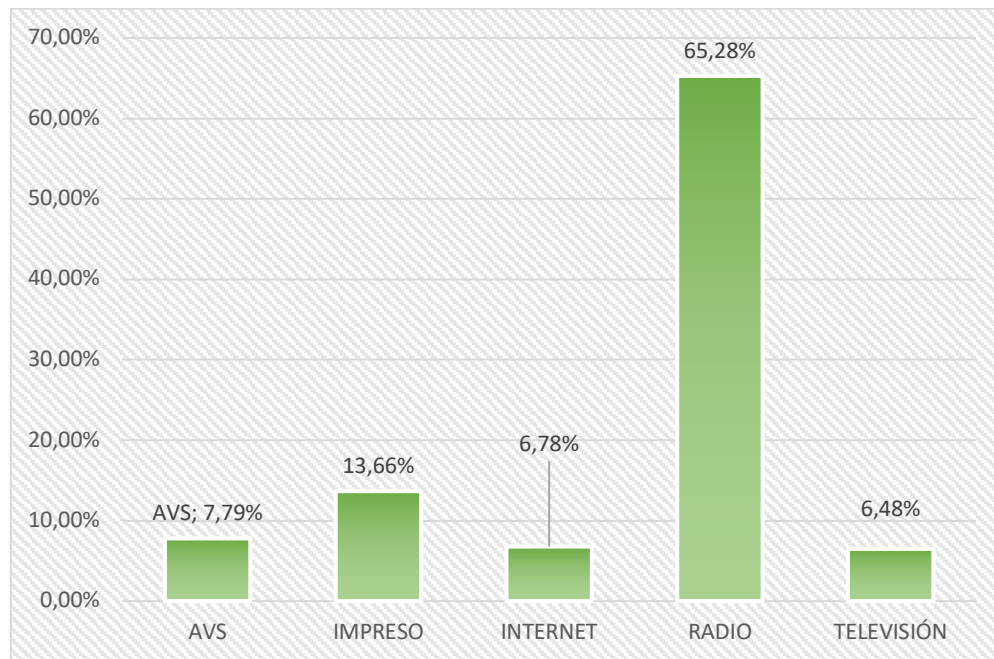
El catastro arroja el número de medios públicos, privados, comunitarios y el total de medios por provincia. Se conoce quiénes son los concesionarios de los medios de comunicación; cuántas personas están vinculadas en los medios; entre otros.

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

En el art. 5 para efectos de la LOC 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 1.- Clasificación de los medios: radio, televisión, impresos, AVS, medios en internet



Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 988 medios de comunicación
Fecha de corte: 08.03.26

De los 988 medios registrados en el sistema del Registro Público de Medios, 645 son radios que representa el 65,28% del total, constituyéndose en la mayor propuesta comunicacional en el país; 135 son impresos, que corresponde al 13,66%; le sigue la clasificación de medios de audio y video por suscripción con 77 registros; por su parte, televisión cuenta con 64 medios, representa el 6,48%; finalmente, existen 67 medios en internet, representando el 6,78% del universo.

Por otro lado, se considera a los medios de comunicación de acuerdo a su clasificación:

- *Impresos*: definidos para el presente documento como aquellos contenidos comunicacionales transmitidos a través de textos e imágenes impresas en periódicos y revistas.
- *Radio*: servicio de radiocomunicación cuyas emisiones sonoras se destinan a ser recibidas directamente por el público en general a través de tres frecuencias AM, FM y Onda Corta.
- *Televisión*: Se entiende por televisión la comunicación visual y sonora unilateral a través de la emisión de ondas electromagnéticas para ser visualizadas y escuchadas por el público en general, cuyas emisiones de imágenes y sonidos se destinan a ser recibidas a través de frecuencias en UHF y VHF.
- *Servicios de audio y video por suscripción (AVS)*: definidos como la transmisión y eventualmente la recepción de señales de video, audio, multimedia y datos destinados a un público de suscriptores o abonados por conexión de índole codificada terrestre, codificada satelital y por cable.

INFORME ESTADÍSTICO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- *Medios en internet*¹ son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la LOC establece para los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5.

Cuadro N° 1

CLASIFICACIÓN DEL MEDIO	HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN	N° DE MEDIOS	PORCENTAJE
RADIO	AM	72	7,29%
	FM	572	57,89%
	ONDA CORTA	1	0,10%
TV	UHF	47	4,76%
	VHF	17	1,72%
IMPRESOS	PERIODICOS	98	9,92%
	REVISTAS	37	3,74%
AVS	CABLE	77	7,79%
	CODIFICADA TERRESTRE	0	0,00%
MEDIO EN INTERNET	N/A	67	6,78%
TOTAL		988	100%

Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 988 medios de comunicación
Fecha de corte: 01.07.26

¹ Esta definición corresponde a lo dispuesto en el Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), derogado mediante Decreto Presidencial el 24 de mayo de 2021.

En el cuadro N° 1, observamos que, del total de 645 radios registradas, el 57,89% corresponde a radios en FM y el 7,29% en AM y solamente el 0.10% se transmite en Onda

Corta. Los impresos con 135 registros, ocupan el segundo lugar en la lista de medios, teniendo el 13,26% de representatividad, entre 9,92% periódicos y 3,34% revistas. El tercer lugar ocupa los audio y video por suscripción (AVS) con 77 medios registrados, que representan el 7,79% y todos corresponden a un servicio por cable.

Dentro de los medios con menor concentración se encuentra, en cuarto lugar, los medios de internet con 67 medios que representa el 6,78% del registro. Y en último lugar se encuentran televisión con 64 registros.

De los 64 medios de clasificación televisión, 47 medios corresponden a UHF y 17 a VHF.

5. PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

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.

En la 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 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 establece en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial. (Léase más en los arts. 79, 81, 82)

En la Sección II

Medios de Comunicación Privados

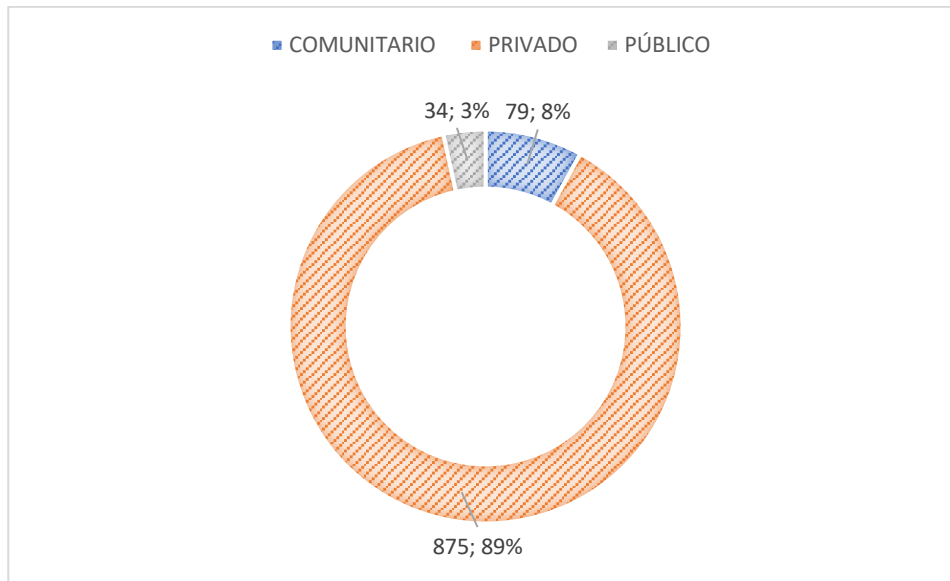
Art. 84 Definición. - Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro; cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social.

En la Sección III

Medios de Comunicación Comunitarios

Art.85 Definición los medios de comunicación comunitario son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro como comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. (Léase más en los arts. 86, 87)

Gráfico 2.- Tipo de medios de comunicación en Ecuador



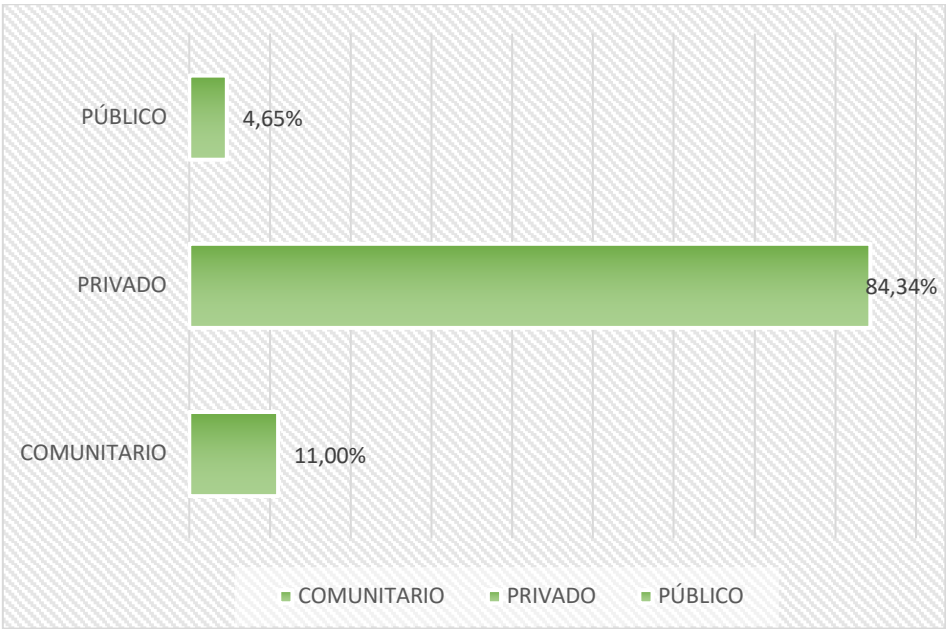
Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 988 medios de comunicación
Fecha de corte: 01.07.26

De los 988 medios de comunicación catastrados, 875 medios (89%), se definen como medios privado, 34 como públicos (3%) y 79 como comunitarios (8%), según consta en el gráfico 2.

Uno de los mayores retos de la Ley Orgánica de Comunicación es la distribución equitativa de frecuencias. En el art.106 se proclama que 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 66% de estas frecuencias para la operación de medios públicos y privados, y 34% para la operación de medios comunitarios.

Gráfico 3.- Tipo de medios según la distribución de frecuencias del espectro radioeléctrico (Radio y Televisión)



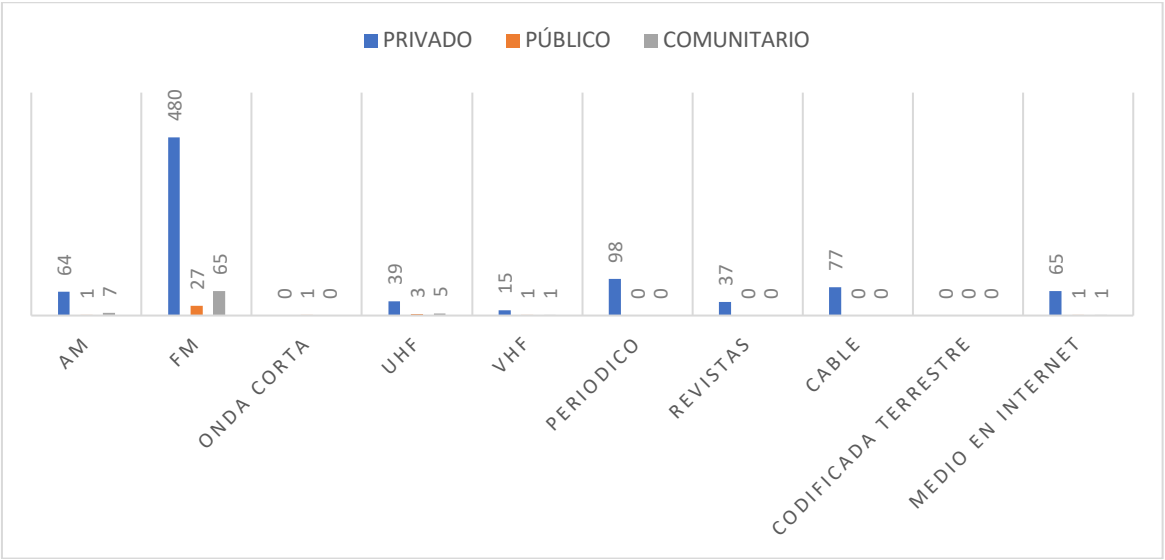
Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 709 medios de comunicación / radio y televisión
Fecha de corte: 01.06.26

Respecto al porcentaje actual de distribución de frecuencias, dato útil como parámetro de seguimiento para el cumplimiento de la Ley, según el Registro de Medios, se observa que la radio y televisión privadas ocupan el 84,34% del

espectro, mientras que el 4,65% son públicos y el 11% son comunitarios, ver gráfico 3.

Tipo de medio y clasificación

Gráfico 4.- Tipo de medio y su clasificación



Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 988 medios de comunicación
Fecha de corte: 01.07.26

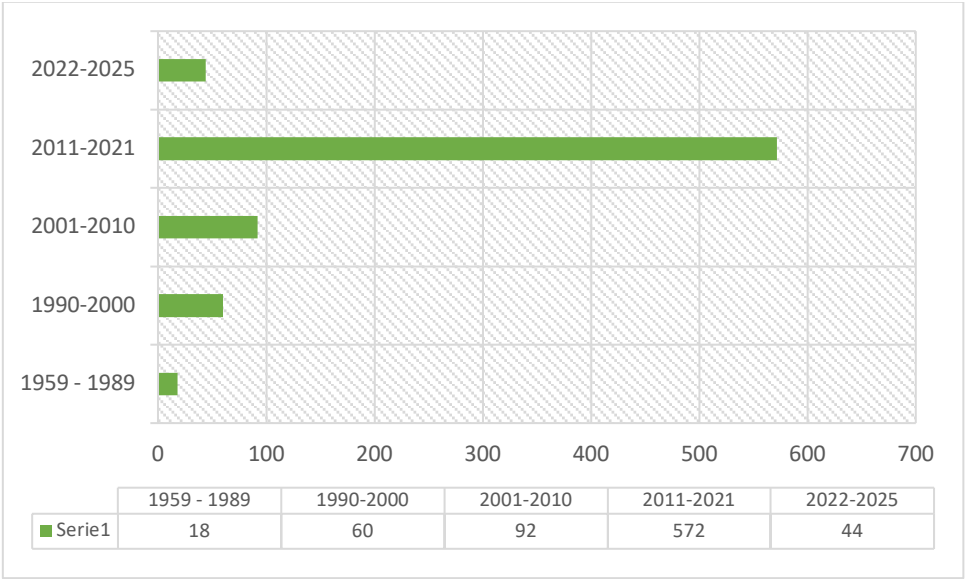
En relación al tipo de medio y clasificación, la lectura del gráfico se realizó de forma individual por categoría, por ejemplo, es posible ver que del total de radios que transmiten por amplitud modulada (AM), el 88,89% es privado, el 1,38% público y

el 9,72% comunitario y en onda corta la particularidad es que solo existe un medio público.

Por otra parte, vemos que los AVS existen solo como medios privados, en la categoría cable. Existen medios que no cuentan con propuestas comunitarias como las revistas y periódicos.

Los medios en internet 97,01% son privados, el 1,49% públicos y el 1,49% comunitario.

Gráfico 5.- Medios de comunicación según la concesión de frecuencias (radio, Televisión y AVS)



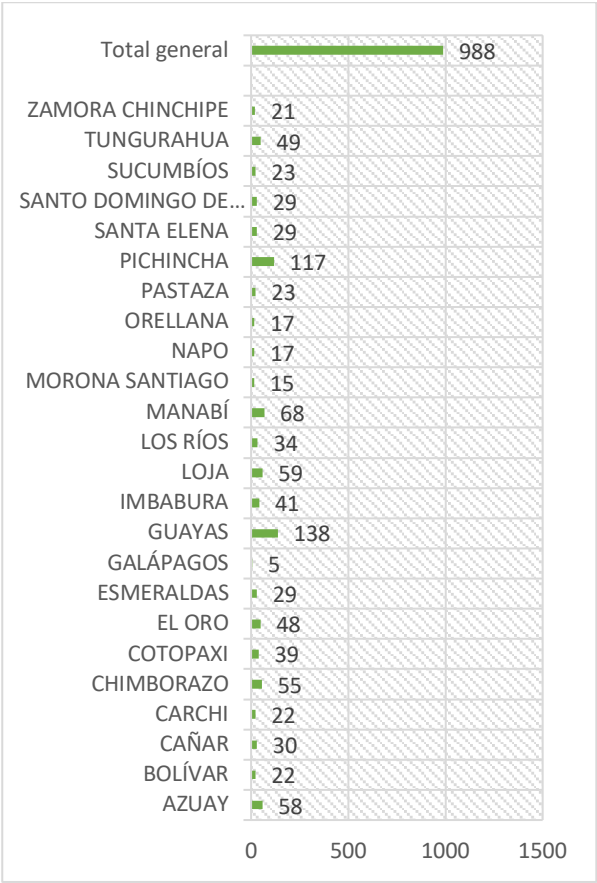
Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 786 medios de comunicación (radio, televisión y AVS)
Fecha de corte: 01.07.26

Existen 786 medios de comunicación con contratos de concesión o títulos habilitantes, es decir: radio, televisión y AVS. El 72,77% registró su fecha de inicio de concesión entre 2011 y 2021, como consta en el gráfico 5. La cantidad de concesiones entregadas durante estos 10 años supera visiblemente la entrega de concesiones en años anteriores.

La entrega de concesiones fue baja entre los años 1959 a 1989 con un 2,29% del total de medios.

6. DISTRIBUCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR PROVINCIA

Gráfico 6.- Número de medios de comunicación por provincia



Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 988 medios de comunicación
Fecha de corte: 01.07.26

INFORME ESTADÍSTICO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

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 138 y Pichincha con 117 medios. Le siguen Manabí con 68 medios y Loja con 59, siendo la mitad de medios que se encuentra en las anteriores provincias. Contraria a esta situación, existen menos medios registrados en Morona Santiago con 15 y Galápagos con 5.

Cuadro 2

PROVINCIA	COMUNITARIO	% COMUNITARIO	PRIVADO	% PRIVADO	PÚBLICO	% PÚBLICO	TOTAL
AZUAY	5	0,51%	52	5,26%	1	0,10%	58
BOLÍVAR	5	0,51%	17	1,72%		0,00%	22
CAÑAR	5	0,51%	25	2,53%		0,00%	30
CARCHI	1	0,10%	21	2,13%		0,00%	22
CHIMBORAZO	11	1,11%	43	4,35%	1	0,10%	55
COTOPAXI	5	0,51%	31	3,14%	3	0,30%	39
EL ORO	1	0,10%	45	4,55%	2	0,20%	48
ESMERALDAS	3	0,30%	26	2,63%		0,00%	29
GALÁPAGOS	1	0,10%	4	0,40%		0,00%	5
GUAYAS	2	0,20%	135	13,66%	1	0,10%	138
IMBABURA	5	0,51%	31	3,14%	5	0,51%	41
LOJA	7	0,71%	47	4,76%	5	0,51%	59
LOS RÍOS		0,00%	34	3,44%		0,00%	34
MANABÍ	3	0,30%	64	6,48%	1	0,10%	68
MORONA SANTIAGO	2	0,20%	13	1,32%		0,00%	15
NAPO	2	0,20%	15	1,52%		0,00%	17
ORELLANA	1	0,10%	14	1,42%	2	0,20%	17
PASTAZA	6	0,61%	16	1,62%	1	0,10%	23
PICHINCHA	6	0,61%	102	10,32%	9	0,91%	117
SANTA ELENA		0,00%	29	2,94%		0,00%	29
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	1	0,10%	28	2,83%		0,00%	29
SUCUMBÍOS	2	0,20%	21	2,13%		0,00%	23
TUNGURAHUA	3	0,30%	44	4,45%	2	0,20%	49
ZAMORA CHINCHIPE	2	0,20%	18	1,82%	1	0,10%	21
TOTAL	79	8%	875	89%	34	3%	988

Fuente: Consejo de Comunicación

Base: 988 medios de comunicación

Fecha de corte: 01.07.26

Divididos en las 24 provincias, son los medios privados los que tienen mayor participación, según la tendencia que muestra el Registro. Esto lo podemos observar en Pichincha (102 medios), Guayas (135 medios) y Manabí (64 medios). Y hay tres provincias que solo tienen medios privados: Los Ríos y Santa Elena según el cuadro 2.

Por otra parte, se muestra la ausencia de medios comunitarios en dos provincias del país: Los Ríos y Santa Elena.

El conocer esta realidad en números y en territorio permitirá generar la política pública que permita fortalecer las iniciativas de comunicación comunitarias.

Los medios públicos tampoco se encuentran en todas las provincias del país, con excepción en Tungurahua, Zamora Chinchipe, Pichincha, Pastaza, Orellana, Manabí, Loja, Imbabura, Guayas, El Oro Cotopaxi, Chimborazo, Azuay.

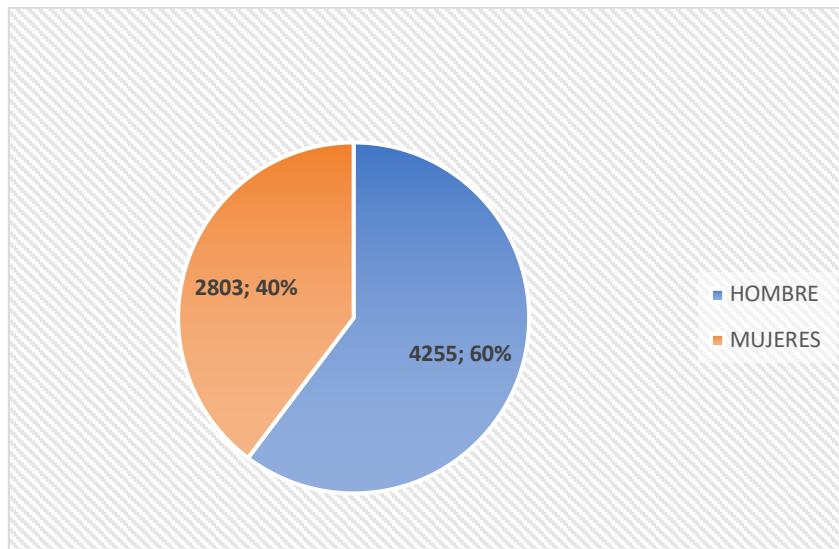
7. TRABAJADORES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En aras de fomentar el libre ejercicio de la comunicación y de los comunicadores, la Ley Orgánica de Comunicación contiene en el artículo 44 que cuenta con seis artículos al respecto de los derechos de los comunicadores. Con esta información se busca plantear desde el dato cierto, estrategias que permitan cumplir con lo establecido por la Ley, asegurar las mejores condiciones para quienes asumen la responsabilidad de elaborar los contenidos comunicacionales, promoviendo la participación equitativa y plural.

Según el Registro Público de Medios, el total de trabajadores en comunicación en los medios registrados es de 7.058 personas. Este total está conformado por periodistas, fotógrafos, locutores, administradores, editores, entre otros trabajadores que participan de manera directa o indirecta en la elaboración de los contenidos comunicacionales.

La composición de la fuerza laboral de los medios de comunicación en Ecuador, en términos de sexo y personas con discapacidad es la siguiente: del total de personas vinculadas laboralmente a los medios de comunicación, 2.803 son mujeres y 4.255 hombres, como se muestra en el gráfico 7

Gráfico 7.- Trabajadores/as en medios de comunicación



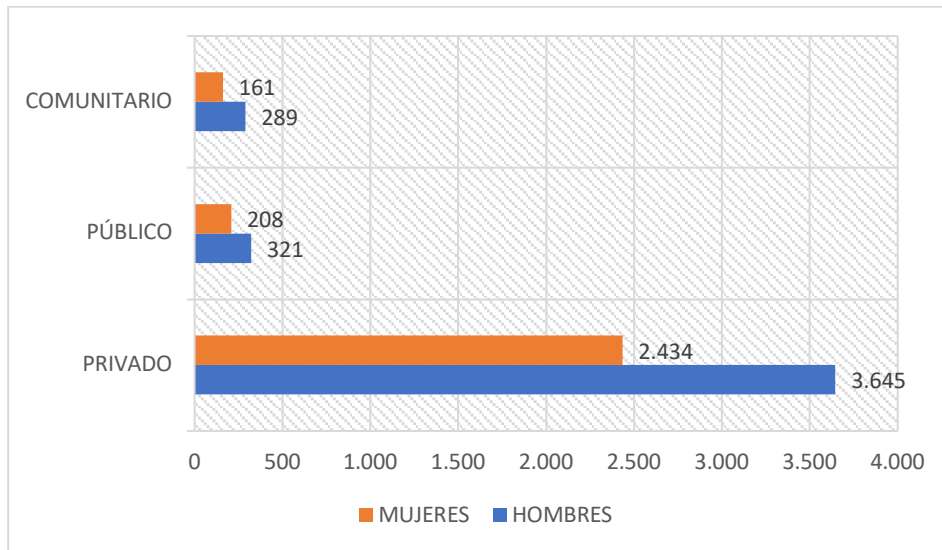
Fuente: Consejo de Comunicación

Base: 7.058 trabajadoras/es en medios de comunicación

Fecha de corte: 01.07.26

Esta diferencia se mantiene de manera constante en medios públicos, privados y comunitarios, de modo que la participación de hombres en los medios de comunicación casi duplica a la de las mujeres como se puede observar en el Gráfico 8.

Gráfico 8.- Trabajadores/as en medios de comunicación por tipo de medio



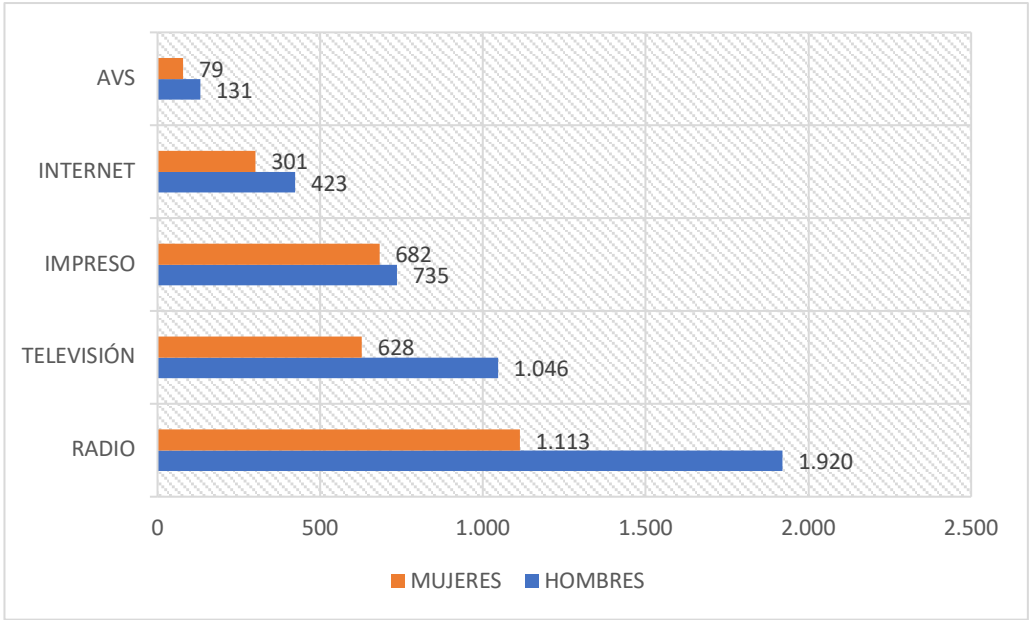
Fuente: Consejo de Comunicación

Base: 7.058 trabajadoras/es en medios de comunicación

Fecha de corte: 01.07.26

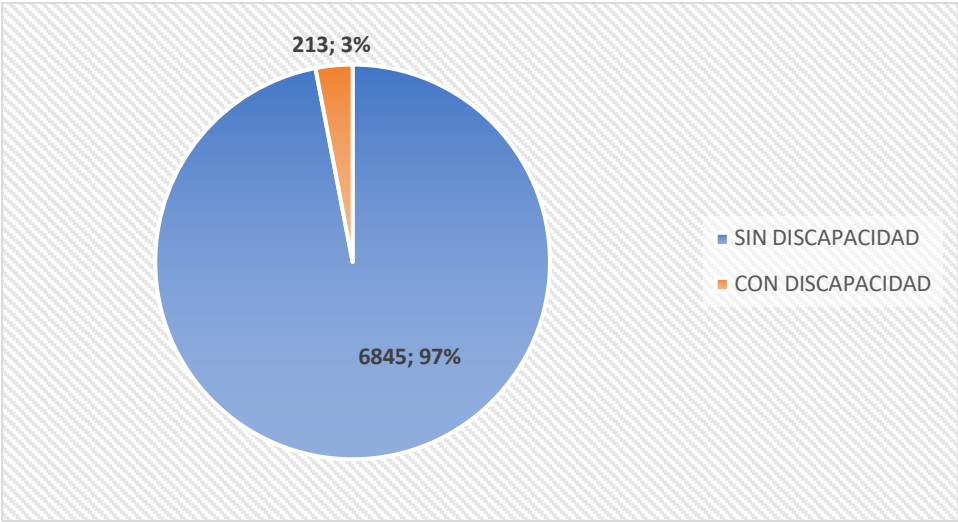
La fuerza laboral se concentra en los medios radiales con 3.033 trabajadores. Con una diferencia de más de 1.359 trabajadores, en televisión, como se muestra en el gráfico 9. Según estos datos, los prestadores de servicios de comunicación a través de medios en internet y AVS, son los que menos trabajadores registran.

Gráfico 9.- Trabajadores/as por clasificación del medio



Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 7.058 trabajadoras/es en medios de comunicación
Fecha de corte: 01.07.26

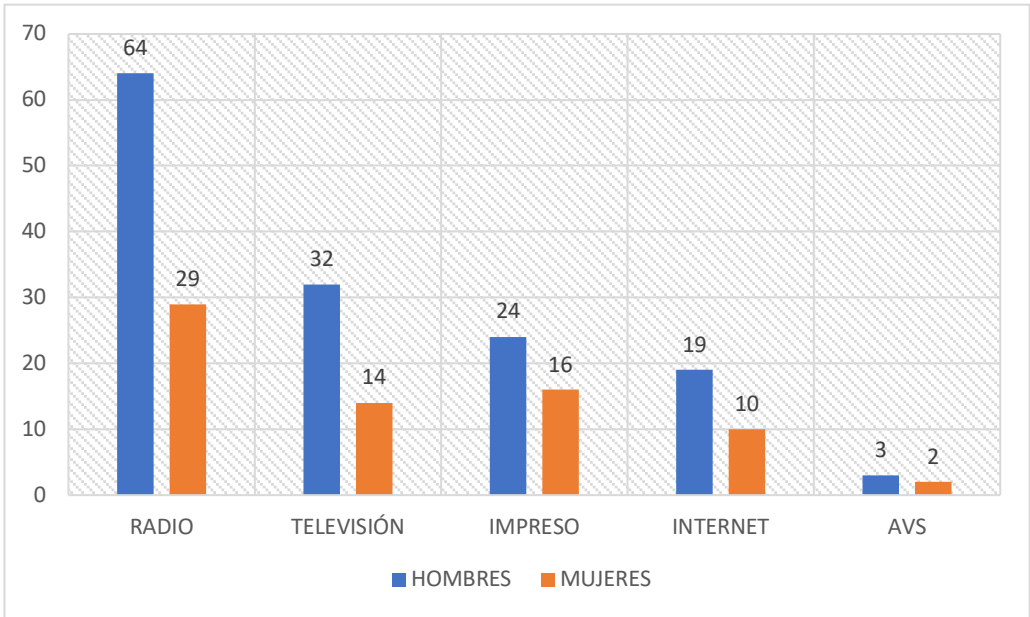
Gráfico 10.- Personas con discapacidad que trabajan en los medios



Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 7.058 trabajadoras/es en medios de comunicación
Fecha de corte: 01.07.26

Un elemento fundamental para determinar el punto de partida para establecer estrategias de inclusión social, es la participación de personas con discapacidad en la fuerza laboral de medios de comunicación. Se registraron 213 personas con discapacidad que constituyen el 3% del total de personas trabajando en medios, conforme al gráfico 10.

Gráfico 11.- Personas con discapacidad que laboran en medios por clasificación



Fuente: Consejo de Comunicación
Base: 213 trabajadoras/es en medios de comunicación
Fecha de corte: 01.07.26

De las 213 personas con discapacidad vinculadas laboralmente a los medios de comunicación, se registró que 93 personas, trabajan en medios radiales y 46 en televisión, en concordancia con la tendencia general del total de trabajadores. En este caso, los medios en internet son los que menos concentran el trabajo de

personas con discapacidad, con un total de 5 personas, como se muestra en el gráfico 11.

8. CONCLUSIONES

1. La información que resulta de este proceso permite describir la situación actual de los medios de comunicación fundamentalmente en cuatro ámbitos: conocer el punto de partida en el que se encuentra Ecuador en su camino hacia la democratización de los medios de comunicación; conocer la forma en que están administrados; determinar cuál es la participación de los medios de comunicación en la sociedad de información y conocer las características generales de la fuerza laboral que se encuentra detrás de la elaboración de contenidos comunicacionales.

La respuesta de los medios de comunicación al requerimiento del Registro es acogida año a año. Gracias a ello se logra contar con estos resultados. Esta herramienta de recopilación de información permite conocer las condiciones en las que se producen las dinámicas de los medios de comunicación y con base a ello, generar estrategias de fortalecimiento que permitan implementar prácticas de responsabilidad social y política pública.

Esta acogida que recibimos por parte de los medios es un incentivo para seguir trabajando en la democratización de la comunicación.

2. Democratización de la comunicación e información en Ecuador

La alta prevalencia de medios de comunicación privados pone como prioridad el fomento y fortalecimiento de medios comunitarios, la definición de estrategias en y generación de política pública en este sentido es fundamental.

Además, la información procesada muestra que, aunque existe una alta concentración domiciliar de medios de comunicación en las provincias de Pichincha y Guayas, también en ellas es visible la práctica de la diversificación para elaboración de contenidos.

Por supuesto, este hecho está relacionado con las facilidades tecnológicas y recursos con que estos territorios cuentan; sin embargo, también es reflejo del interés de quienes administran los medios de producir contenidos diversos y de su consumo.

Otro elemento a tomar en cuenta es la necesidad de construir instrumentos cualitativos que permitan medir el avance de país en términos de promoción de derechos de los medios de comunicación.

En el texto se muestra un ejercicio de relacionamiento entre la cantidad de medios domiciliados en cada provincia y su población, que hace visibles situaciones como las de

Pichincha y Guayas, en las que, a pesar de albergar la gran mayoría de medios de comunicación, no existe ni un medio por cada 10.000 habitantes.

3. Composición laboral en los medios de comunicación

La característica principal de la fuerza laboral de los medios de comunicación, está compuesta mayoritariamente por hombres sin discapacidad. Sin embargo, el Registro muestra los primeros pasos hacia la transformación de esta realidad. Es posible identificar, por ejemplo, que la población femenina, tienen un camino avanzado en el trabajo en medios radiales y que los medios públicos, por la composición más heterogénea y equilibrada de su fuerza laboral, pueden contar con prácticas inclusivas factibles de ser reproducidas y plasmadas en contenidos comunicacionales que contengan las voces diversas.