

Resolución No. CDPIC-PLE-2025-002

EL PLENO DEL CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

CONSIDERANDO:

Que el artículo número 384 de la Constitución de la República respecto al Sistema de Comunicación Social, establece que el Estado formulará la política pública de comunicación con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la referida Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos;

Que el artículo número 227 de la carta magna dispone que la administración pública se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación, como servicio a la colectividad;

Que el artículo número 226 de la Constitución de la República establece que las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución;

Que el artículo número 66, numeral 19 de la carta magna reconoce el derecho de las personas respecto de la protección de datos de carácter personal, incluyendo el acceso, la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. Así también, el numeral 25 garantiza el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características;

Que los artículos números 16 y 17 de la Constitución de la República consagran el derecho de todas las personas, individual o colectivamente, a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; y establecen que el Estado debe fomentar la pluralidad y la diversidad en la comunicación;

Que el artículo número 90 de la Ley Orgánica de Comunicación dispone que los medios de comunicación social impresos tienen 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;

Que el artículo número 89 de la ley orgánica nombrada en el párrafo precedente establece que los medios de comunicación deberán notificar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación todo cambio en la información registrada;

Que el artículo número 88 de la Ley Orgánica de Comunicación ordena el registro obligatorio de los medios de comunicación social en un catastro administrado por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, el cual debe contener datos generales definidos reglamentariamente, sin que dicho registro constituya autorización para su funcionamiento; y determina que los medios no registrados no podrán contratar publicidad con entidades del Estado;

Que el artículo número cinco de la Ley Orgánica de Comunicación define como medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que difunden masivamente contenidos comunicacionales a través de medios impresos, radio, televisión y sistemas de audio o video por suscripción, excluyendo al espectro radioeléctrico como medio de comunicación, dado que este es concesionado por el Estado;

Que el artículo número 12 de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales reconoce el derecho a los titulares de los datos personales de ser informados sobre, entre otros aspectos, la finalidad y base legal para el tratamiento de los datos personales, el tiempo de conservación y los efectos de suministrar datos erróneos;

Que el artículo número 10 de la ley nombrada en el párrafo que precede establece los principios para el tratamiento de los datos personales, entre los cuales se encuentran la transparencia, finalidad, pertinencia, minimización de datos, confidencialidad, conservación y seguridad;

Que el artículo número tres, numeral tercero de la Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos señala como principios, el de control posterior, que implica la posibilidad de que las entidades públicas están facultadas para comprobar la veracidad de la información presentada por el administrado y el cumplimiento de la normativa respectiva, habiendo lugar al inicio de procesos o aplicación de sanciones cuando se comprueba la falta de veracidad;

Que el artículo número tres de la Ley nombrada en líneas precedentes señala como principios, entre otros, la celeridad, consolidación, control posterior, uso de tecnologías de la información, gratuidad, interoperabilidad, seguridad jurídica, presunción de veracidad, responsabilidad sobre la información, publicidad y transparencia y no duplicidad.

Que el artículo número 54 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación establece que el Registro Público de Medios de Comunicación Social, a través del sistema informático definido por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, emitirá un certificado digital único que avale su inscripción en dicho en el registro;

Que el artículo número nueve del referido reglamento dispone que los medios de comunicación implementarán y aplicarán un Código de Ética como requisito previo al registro en el Registro Público de Medios;

Que el artículo número 11 numeral 1.1.1, literal e), del Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación atribuye al Pleno del Consejo de Comunicación la facultad de aprobar reglamentos y resoluciones que permitan el cumplimiento de las atribuciones del Consejo, establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación y su normativa conexas;

Que el artículo número 11 del numeral 1.2.1, literal f), del mismo estatuto atribuye a la máxima autoridad del Consejo de Comunicación la facultad de proponer y presentar al Pleno del Consejo los proyectos normativos necesarios para el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación, su reglamento y normativa conexas, para su aprobación;

Que el Pleno del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, en sesión ordinaria convocada el 21 de julio del 2025 y llevada a cabo el 24 del mismo mes y año, aprobó en segundo debate el proyecto de Reglamento para el Registro Público de Medios de Comunicación Social;

Con base en todo lo antes expuesto, en uso de las atribuciones previstas en la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Comunicación, su reglamento y el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación expide:

REGLAMENTO PARA EL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- Objeto. - Este reglamento tiene por objeto regular el proceso de registro, actualización y administración del sistema informático del Registro Público de Medios de

Comunicación Social; así como determinar la información que los medios de comunicación social públicos, privados y comunitarios deben ingresar en el sistema informático del Registro Público de Medios de Comunicación Social y establecer los mecanismos para la validación y control posterior de la información registrada.

Art. 2.- Ámbito. - Las disposiciones del presente reglamento serán aplicables y de carácter obligatorio a los medios de comunicación social públicos, privados y comunitarios, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que ejercen la difusión masiva de contenidos comunicacionales a través de medios impresos, radio, televisión y audio o video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 3.- Principios. - Sin perjuicio de otros principios establecidos en la normativa, el Registro Público de Medios de Comunicación Social y la información que se ingrese en el mismo se registrará por los siguientes principios:

1. Confidencialidad. - Los datos personales de los usuarios se tratarán con el debido sigilo y secreto, conforme a la normativa.

2. Control posterior. - La información ingresada en el sistema informático del Registro Público de Medios de Comunicación Social podrá ser verificada posteriormente, en cumplimiento de la normativa.

3. Coordinación. - Implica que la administración pública desarrolle sus competencias de forma racional y ordenada, evitando las duplicidades y las omisiones.

4. Finalidad de la información. - La información ingresada por los medios de comunicación social en el sistema informático del Registro Público de Medios tiene como propósito recopilar datos para la formulación de políticas públicas que promuevan los derechos a la información y la comunicación; para fines de investigación científica, histórica o fines estadísticos. Dicha información deberá ser utilizada de manera proporcional al objetivo perseguido, garantizando el derecho a la protección de datos personales mediante medidas específicas y adecuadas que salvaguarden los intereses y derechos fundamentales de los titulares.

5. Gratuidad. - El trámite de registro en el Registro Público de Medios de Comunicación Social es gratuito.

6. Interoperabilidad. - La información que se solicite en el Registro Público de Medios de Comunicación Social se debe realizar conforme al intercambio de información mediante el uso de medios electrónicos y automatizados que rige a las entidades del sector público, en los casos aplicables.

7. Presunción de veracidad. - La información y datos que ingresen los usuarios se presumen como verdaderos, sin perjuicio de las responsabilidades administrativas, civiles y penales que se generen por faltar a la verdad en lo declarado o informado.

8. Responsabilidad sobre la información. - La veracidad y autenticidad de la información proporcionada por los usuarios en el sistema informático del Registro Público de Medios de Comunicación Social es de su exclusiva responsabilidad.

Art. 4.- Definiciones. - Para efectos de la aplicación del presente reglamento, se establecen las siguientes definiciones:

- a) **Tiraje.** - Número total de ejemplares impresos de la edición correspondiente y puestos en circulación, según la frecuencia, a nivel nacional, regional o local.
- b) **Frecuencia de circulación.** - Se refiere a la periodicidad con la que circula el medio de comunicación, pudiendo ser ésta diaria, semanal, quincenal u otra.
- c) **Ejemplar.** - Unidad impresa puesta en circulación, sacada de un mismo original o modelo.
- d) **Edición.** - Conjunto de ejemplares impresos realizados de una sola vez sobre el mismo original o modelo.
- e) **Dominio.** - Es el nombre único y exclusivo que se le da a un sitio web en internet para que pueda ser identificado.

Art. 5.- Del Registro Público de los Medios de Comunicación Social. - Es el catastro a cargo del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación que funciona a través del sistema informático del Registro Público de Medios de Comunicación Social, en el que se registran los medios de comunicación social contemplados en el artículo número cinco de la Ley Orgánica de Comunicación.

CAPÍTULO II

SOLICITUD DE ACCESO

Art. 6.- Solicitud de acceso al sistema del Registro Público de Medios. - Para acceder al sistema informático del Registro Público de Medios de Comunicación Social, se deberá ingresar la siguiente información:

- a) Número de Registro Único de Contribuyente;
- b) Certificado de Registro Único de Contribuyente actualizado;
- c) Nombre del medio;
- d) Correo electrónico;
- e) Clasificación del medio;
- f) Enlace portal web;

- g) Los medios de comunicación social de radio, televisión y audio y video por suscripción (AVS) deberán cargar su título habilitante vigente emitido por la Autoridad de Telecomunicaciones;
- h) Los medios de comunicación social impresos deberán cargar la portada del último ejemplar puesto en circulación, de acuerdo a su periodicidad de publicación; y,
- i) Código de Ética.

Los medios de comunicación social impresos deberán enviar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, mediante oficio, el último ejemplar físico, de acuerdo a la frecuencia de circulación.

La actividad económica de los medios de comunicación social que conste en el Registro Único de Contribuyente deberá estar relacionada a la difusión de contenidos comunicacionales, ya sea por medios impresos, radio, televisión y audio o video por suscripción.

Previo a la entrega de claves de acceso al sistema informático del Registro Público de Medios de Comunicación Social, el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación revisará y aprobará la información registrada y enviada por el medio de comunicación social.

Art. 7.- Difusión de Tiraje. - Los medios de comunicación social impresos públicos, privados y comunitarios, deberán incluir el tiraje en cada publicación que editen, ya sea diaria, semanal, quincenal, mensual o de cualquier otra periodicidad, en una parte visible de su portada, un espacio en el que se especifique:

- a) El número total de ejemplares puestos en circulación;
- b) Frecuencia de circulación; y
- c) Número de edición.

El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación podrá solicitar en cualquier momento a los medios de comunicación impresos públicos, privados y comunitarios que consten en el catastro del Registro Público de Medios, el último ejemplar físico puesto en circulación de acuerdo con su periodicidad de circulación.

Art. 8.- Código de Ética. - El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación verificará que el código de ética enviado por los medios de comunicación social, para el proceso de solicitud de acceso y actualización de información en el Registro Público de Medios, cumpla con el contenido mínimo establecido en el artículo número 10 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación y que sea publicado en la portada del portal web del medio de comunicación social. Además, deberán habilitar un buzón ciudadano para que la ciudadanía exprese sus observaciones, quejas y recomendaciones.

Art. 9.- Acuerdo de confidencialidad, no divulgación y responsabilidad para el uso del Registro Público de los Medios de Comunicación Social. - Los medios de comunicación social que por primera ocasión accedan al sistema informático del Registro Público de los

Medios de Comunicación Social, deberán aceptar un acuerdo de confidencialidad, según el formato establecido para el efecto, en el cual el medio de comunicación social se responsabiliza por toda la información registrada en el sistema informático y responderá con todos los efectos jurídicos que de ella se deriven.

CAPÍTULO III

DEL REGISTRO DE LA INFORMACIÓN

Art. 10.- Registro de información. - Una vez que el medio de comunicación social haya culminado el proceso para acceder al sistema informático de Registro Público de Medios, deberá completar la información solicitada, lo que permitirá generar el certificado.

Art. 11.- Información del Sistema del Registro Público de Medios. – El medio de comunicación social deberá ingresar al menos la siguiente información en el sistema informático del Registro Público de Medios:

1. Datos generales

- a) Número de Registro Único de Contribuyentes;
- b) Certificado de Registro Único de Contribuyente actualizado;
- c) Razón social del medio de comunicación social;
- d) Nombre comercial del medio de comunicación;
- e) Nombre del medio (impresos, radio y televisión) / Nombre del Sistema (AVS);
- f) Nombre del canal Local (AVS);
- g) Nombre del representante legal;
- h) Tipo de medio.
- i) Clasificación del medio;
- j) Alcance;
- k) Enlace portal web del medio de comunicación social.

2. Información societaria

- a) Nombre;
- b) Identificación;
- c) Valor.

3. Domicilio y notificaciones del medio

- a) Provincia;
- b) Cantón;
- c) Parroquia;
- d) Calle principal;
- e) Número;

- f) Calle secundaria;
- g) Referencia;
- h) Teléfono fijo principal;
- i) Teléfono celular;
- j) Correo electrónico.

4. Clasificación de medios impresos, radio, televisión, sistemas de audio, video por suscripción (AVS) y digitales

4.1 Televisión / radio / audio y video por suscripción

Concesión

- a) Fecha de otorgamiento de la concesión;
- b) Fecha de vencimiento de la concesión.

Título habilitante

- a) Título habilitante.

Servicio

- a) Nombre de la matriz;
- b) Frecuencia del espectro radioeléctrico o canal de la matriz;
- c) Servicio.

Cobertura matriz y repetidoras

- a) Número de repetidoras;
- b) Provincia;
- c) Cantón.

Parrilla de Contenidos

- a) Parrilla de contenidos.

4.2 Medios impresos

Último ejemplar

- a) Portada de último ejemplar.

Servicio

- a) Servicio;
- b) Frecuencia de publicación;
- c) Número de ejemplares puestos en circulación según la frecuencia de distribución.

Cobertura

- a) Provincia;
- b) Cantón.

Matriz de contenidos

- a) Matriz de contenidos.

4.3 Medios de internet

Datos medios de internet

- a) Dominio;
- b) Periodicidad de publicación.

5. Matriz de contenido / parrilla de programación

6. Número de trabajadores de la comunicación

- a) Número de trabajadores/as;
- b) Número de trabajadores/as con discapacidad.

7. Código de ética

8. Otros datos (derechos de la información y comunicación)

- a) ¿Cuenta con un protocolo o manual para la protección de trabajadores de la comunicación que realicen actividades bajo condiciones de riesgo?
- b) ¿Con relación a lo dispuesto en el art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación, el medio cumple con la difusión del 5% de contenido intercultural y plurinacional?
- c) ¿De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, el medio de comunicación cumple con el porcentaje destinado para la producción audiovisual nacional? (TV/AVS)
- d) ¿De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, el medio de comunicación cumple con el porcentaje destinado para la producción audiovisual nacional independiente? (TV/AVS)

9. Mecanismos de accesibilidad para personas con discapacidad

- c) ¿El medio de comunicación cuenta con mecanismos que garanticen el acceso y ejercicio de derechos de comunicación de las personas con discapacidad?
- d) Uso de subtítulos para personas con discapacidad (TV/AVS);
- e) Incorporación de un recuadro adecuado para la interpretación de lenguaje de señas ecuatoriana (TV/AVS);
- f) Sistema braille (impresos);
- g) Normas técnicas de accesibilidad al contenido web;
- h) Otros sistemas desarrollados o a desarrollarse.

El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación se reserva el derecho de incrementar o disminuir variables, previo al sustento técnico y jurídico de las unidades responsables y aprobación de la máxima autoridad.

Art. 12.- Derecho a la protección de datos personales. - Los usuarios tienen derecho a que se proteja los datos personales ingresados en el sistema informático del Registro Público de los Medios de Comunicación Social.

Los datos personales que se registren en el sistema informático serán tratados conforme la normativa y utilizados para fines de archivo en interés público, investigación científica o histórica, o fines estadísticos, de forma proporcional al objetivo perseguido, respetar en lo esencial el derecho a la protección de datos, y estableciendo medidas adecuadas y específicas para proteger los intereses y derechos fundamentales del titular, en concordancia con la política pública.

CAPÍTULO IV

ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Art. 13.- Actualización de la información. - Los medios de comunicación social deberán actualizar su información anualmente.

El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación podrá solicitar a los medios de comunicación social la actualización de la información que considere necesaria para el cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación.

Sin perjuicio de lo señalado en el inciso anterior, el sistema del Registro Público de Medios estará habilitado para que la información sea actualizada cuando el medio de comunicación así lo requiera.

Art. 14.- Solicitud de cambio de número de Registro Único de Contribuyentes y/ o nombre de representante legal. - El número de Registro Único de Contribuyentes y/o el nombre de representante legal del medio de comunicación social podrá modificarse mediante solicitud formal presentada al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación y deberá estar acompañada de los documentos emitidos por autoridad competente que sustenten la solicitud.

Art. 15.- Solicitud de cambio de nombre del medio de comunicación social. - El nombre del medio de comunicación social podrá modificarse mediante solicitud formal presentada al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación y deberá estar acompañada de los documentos emitidos por autoridad competente que sustenten la solicitud.

CAPÍTULO V

DEL CONTROL POSTERIOR

Art. 16.- Control posterior. - El Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación podrá realizar en cualquier momento, controles posteriores, mediante el cual se verificará la información ingresada por los medios de comunicación y podrá validarla con los datos que reposan en los archivos de otras instituciones públicas.

Para el efecto, el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación podrá solicitar a los medios de comunicación social la información que considere pertinente para validar la información registrada en el sistema del Registro Público de Medios.

Art. 17.- Proceso de control posterior. – El proceso de control posterior se desarrollará de la siguiente manera:

- a) **Revisión y validación de la información:** la unidad administrativa encargada de la administración del sistema informático del Registro Público de Medios revisará y validará la información de acuerdo al procedimiento establecido para el efecto.
- b) **Solicitud de corrección de la información:** en caso de identificar inconsistencias en la información, la unidad técnica notificará mediante correo electrónico al medio de comunicación social las inconsistencias detectadas, las cuales deberán ser subsanadas en el término de diez (10) días. Cumplido el antes mencionado término, se realiza una insistencia mediante oficio.
- c) **Del incumplimiento de la corrección de información:** si el medio de comunicación no corrige la información en el término de diez (10) días posteriores a la segunda insistencia, el incumplimiento se reflejará en el sistema informático del Registro Público de Medios.

Art. 18.- Medios de internet registrados en el sistema informático del Registro Público de Medios. - Los medios en internet que se encuentran registrados en el sistema informático del Registro Público de Medios, previo a la emisión del Decreto Ejecutivo No. 32 de 24 de mayo de 2021, deberán difundir contenido comunicacional actualizado y vigente en su página web, de conformidad con lo establecido en los artículos números ocho y 22 de la Ley Orgánica de Comunicación.

CAPÍTULO VI

DEL CERTIFICADO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS

Art. 19.- Certificado de registro. – Una vez que el medio de comunicación social finalice el proceso de registro o actualización de información, el Consejo de Desarrollo y Promoción de

la Información y Comunicación, a través del sistema del Registro Público de Medios, emitirá un certificado digital único que avale su registro.

Este certificado tendrá vigencia de un año a partir de su emisión o hasta que genere un nuevo certificado, siendo el certificado vigente el único documento habilitante para pautar publicidad con entidades del Estado.

Este certificado no podrá ser reformado, alterado, adulterado en ninguna de sus seguridades, ni de forma ni de fondo; sin perjuicio de las responsabilidades administrativas, civiles y penales que se generen.

Art. 20.- De los estados del certificado del Registro Público de Medios. - El certificado del Registro Público de Medios podrá tener los siguientes estados:

- a) **Certificado vigente.** - Documento oficial que aún se encuentra dentro de su período de vigencia y mantiene plena validez jurídica o técnica para el propósito para el cual fue emitido.
- b) **Certificado no vigente.** - Documento oficial que ha perdido su vigencia y, por tanto, no tiene validez para el propósito para el cual fue emitido.

CAPÍTULO VII

DEL RETIRO DEL CATASTRO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS

Art. 21.- Del retiro del catastro del medio de comunicación. - Se podrán dar de baja del catastro del Registro Público de Medios por las siguientes causas:

- a) Por solicitud formal del medio de comunicación social.
- b) Por solicitud expresa de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones.
- c) Por sentencia de autoridad judicial competente.

En estos casos, el certificado generado por el medio de comunicación pasará automáticamente al estado de no vigente.

DISPOSICIONES GENERALES

Primera. - Los medios de comunicación social, al momento de realizar el registro en el sistema informático del Registro Público de Medios de Comunicación Social, deberán aceptar el acuerdo de confidencialidad, no divulgación y responsabilidad para el uso del Registro Público de los Medios de Comunicación Social.

Segunda. - La Dirección Técnica responsable de administrar el Registro Público de Medios de Comunicación Social será la encargada de gestionar todos los insumos requeridos para la aplicación del presente reglamento, así como de realizar el control posterior de la información registrada en el sistema informático del Registro Público de los Medios de Comunicación Social.

Tercera. – Por requerimiento institucional, la Dirección Técnica responsable de la administración del catastro podrá requerir el incremento de las variables que se solicitarán a los medios de comunicación social en el sistema informático del Registro Público de Medios, lo cual debe ser aprobado por la máxima autoridad del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.

Cuarta. - Toda la información registrada en el Sistema Informático del Registro Público de los Medios de Comunicación Social será almacenada en el repositorio digital de la institución, cuya responsabilidad de cuidado y manejo recaerá en las áreas técnicas correspondientes del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, conforme lo determina el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos.

La información antes mencionada será de uso exclusivo del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, como medio de consulta para la formulación de políticas públicas que promuevan los derechos a la información y la comunicación, y se conservará conforme a los tiempos establecidos en la normativa vigente.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera. - A partir de la publicación en el Registro Oficial del presente reglamento, la Dirección Técnica encargada de administrar el Sistema Informático del Registro Público de los Medios de Comunicación Social deberá gestionar los ajustes pertinentes en un término de treinta (30) días, con la Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicación en el sistema informático del Registro Público de Medios.

Segunda. - Durante el término de treinta (30) días a partir de la publicación de este reglamento en el Registro Oficial, la Dirección de Comunicación Social y la Coordinación General de Desarrollo de la Información y Comunicación, realizará la socialización del contenido del presente reglamento.

Tercera. - Una vez aprobado el presente reglamento, en el término de treinta (30) días se deberá gestionar con la Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicación los ajustes pertinentes en el sistema informático del Registro Público de Medios, para que los certificados en estado de “archivado” cambien a estado “no vigente”.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS

Primera. - Deróguese la resolución número CRDPIC-PLE-2022-001, publicada en el Registro Oficial número 62, del 13 de mayo del 2022, con la cual se expidió el Reglamento para el Registro Público de Medios de comunicación social.

Segunda. - Deróguese la resolución número CORDICOM-PLE-2014-011, publicada en el Registro Oficial número 239, del seis de mayo del 2014, con la cual se expidió el Reglamento para establecer los parámetros técnicos para la difusión del tiraje en los medios de comunicación impresos, y posteriores de igual o menor jerarquía.

DISPOSICIÓN FINAL

Primera. – El presente reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE.

El presente reglamento es suscrito por el presidente del Pleno del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación y la Secretaria General.

Dado en el Distrito Metropolitano de Quito, el 14 de agosto del 2025.

PhD. César Antonio Martín Moreno
**PRESIDENTE DEL CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

Certifico. -

Ab. María Isabel Merizalde Ocaña
**SECRETARIA GENERAL DEL CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE
LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**