

SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN LAS TICS

Septiembre de 2019

INTRODUCCIÓN

La Plataforma de Acción de Beijing (PAB), junto al activismo del movimiento de mujeres, han sido decisivos para que la Ley Orgánica de Comunicación, promulgada en el 2013, reconozca los derechos de las mujeres a una comunicación digna y sin sexismo, sin discriminación por motivos de género y libre de violencia machista. En el contexto ecuatoriano, la PAB permitió dinamizar el Convenio de Belem do Pará, y facilitar el desarrollo jurídico de normativas en el Código Orgánico Integral Penal que, con la inclusión de la figura del femicidio en el 2014, impulsó un tratamiento distinto del material informativo que gradualmente pasó del enfoque de crimen pasional al de violencia de género. Finalmente, la *Ley orgánica integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres*, promulgada en 2018, recoge en su “Exposición de motivos”, la amplia movilización del movimiento de mujeres a propósito de la PAB, y el posterior rol gravitante de ésta en el diseño de normativa y política pública que favorezca los derechos humanos de las mujeres. Este cuerpo normativo es el más reciente en insistir en el papel de los medios de comunicación en el desmontaje de los patrones culturales que sostienen al machismo y a la violencia de género (Registro Oficial, 2018).

Por su parte, la Agenda 2030 impulsa diseños particulares, como el del currículo académico, en el cual las estimaciones de la agenda se consignan junto a los compromisos del país para construir una sociedad equitativa, libre de violencia, discriminación y sexismo.

EVIDENCIA

1. Libertad de expresión (violencia contra mujeres periodistas, incluida la violencia en línea, mecanismos de protección, etc.)

A partir de un espacio de encuentro entre mujeres periodistas propiciado en el Festival Zarelia: Periodismo, Medios Digitales, Género y Feminismos¹, un festival organizado por Fundación El Churo, Wambra Medio Digital Comunitario y la Iniciativa IDEA, se realizó un diagnóstico sobre las situaciones que afectan de forma particular a las periodistas mujeres. Algunas de las situaciones que se registraron a nivel nacional fueron:

- Acoso sexual y laboral: tanto dentro como fuera del sitio de trabajo; es decir, si no es un jefe directo o compañero de trabajo, es posible que haya una fuente masculina que realiza comentarios de acoso a mujeres. Entre colegas existen advertencias sobre el tipo de ropa que se debe usar, o qué comportamientos esperar de una fuente identificada. Hay que agregar la falta de respaldo por parte del medio de comunicación en el que trabaja la periodista, ya que cuando una mujer ha señalado a sus superiores situaciones de violencia de género, ya sea de parte de un compañero, editor o una fuente, en lugar

¹ El Festival Zarelia: Periodismo, Medios Digitales, Género y Feminismos se realizó en mayo en Quito- Ecuador www.festivalzarelia.com

de respaldar a la víctima y tomar medidas para frenar esas situaciones, a lo mucho se hacen llamados de atención, se le exige a la mujer que continúe con su trabajo junto a su agresor, y hasta se le pide que explote la situación a su favor y obtener así alguna información que se requiera.

- La exclusión de las mujeres en coberturas de política, u otros espacios en los medios, hace que muy pocas mujeres se interesen por estos temas.
- Censuras a temas de género: muchas mujeres periodistas que cuentan con una sensibilidad respecto a las desigualdades de género, suelen proponer temas y abordajes diferentes a casos de violencia de género, entre otros. Esto resulta en una dinámica de lucha permanente, y en un trabajo extra de pedagogía hacia sus compañeros y compañeras, editores y jefes. Aunque hay veces que se logra convencer a editores y colegas, en otras tampoco se lo consigue, generando un sobre esfuerzo, un incremento en la presión laboral, frustración, problemas de salud mental o la deserción de sus espacios laborales.
- Salud Mental: la salud mental de las y los periodistas es un tema muy poco abordado y trabajado desde las oficinas de redacción. Aunque por su propio trabajo están expuestos a situaciones de violencia, los medios de comunicación rara vez, o nunca, cuentan con protocolos de contención psicológica. Si se agrega a esto la falta de protocolos de actuación en situaciones de riesgo y de conflictos internos, el resultado es un trabajo periodístico de alto impacto para la salud mental, emocional y física de sus profesionales, sobre todo mujeres.
- Maternidad y profesión: mujeres periodistas comentan sus dificultades para mantener sus trabajos en los medios cuando son madres. Se considera que son menos productivas, y se genera un ambiente hostil que les impide continuar en sus trabajos.
- Escases de datos: no existe datos específicos u oficiales sobre la situación de la mujer periodista. Por ello, se propuso la elaboración de una encuesta regional que se construiría de forma participativa con el propósito de identificar los riesgos y dificultades tanto para trabajadoras de la comunicación, periodistas y emprendedoras de proyectos comunicacionales. La encuesta incluiría tópicos como las relaciones y condiciones laborales, situaciones de riesgo internas y externas, maternidad, etc.

2. Políticas de Género y Comunicación (leyes, marcos regulatorios, políticas, etc.)

En 2013 se promulga la “Ley Orgánica de Comunicación”, que en el artículo 32 establece la protección de la infancia y la adolescencia contra la revictimización en casos de violencia sexual. En el artículo 62 prohíbe la difusión de contenido discriminatorio; en el 94 prohíbe la difusión de publicidad sexista; y en el 67 prohíbe contenidos que hagan apología de la violencia. Para los fines de la equidad entre los géneros, una citación relevante es la del artículo 43 que establece la paridad entre hombres y mujeres en la composición laboral de los medios de comunicación. (Registro Oficial, 2013)

En 2018, la reforma a la Ley Orgánica de Comunicación incluyó un artículo de acciones afirmativas, de las que pueden beneficiarse aquellos medios comunitarios que pertenezcan a una organización de personas que hayan sufrido una discriminación histórica por género. Este articulado compromete al Estado a implementar políticas públicas para esta población, tal como se lo consigna en el Art. 86, literal 1 que propone un “Fondo Permanente de Fomento para la instalación, equipamiento, capacitación, investigación y producción de contenidos con enfoque intercultural y de género [...]” (Registro Oficial, 2019)

Además, en la definición de medios comunitarios se incluyó que éstos sean aquellos que fomenten un enfoque de derechos y género: “Art. 85.- Definición.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a los movimientos y organizaciones sociales, colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, universidades y escuelas politécnicas, mediante los cuales ejercen el derecho a la comunicación democrática. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. 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, académica, educativa y formativa, **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. Su gestión técnica, administrativa y financiera será de carácter comunitario.” (Registro Oficial, 2019).

Por su parte, en el 2018 se promulga la *Ley orgánica integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres*, que contempla en el artículo 41 regular y prohibir la difusión de contenidos que producen y reproducen la violencia contra las mujeres. En el artículo 37, literal h, asigna a la Defensoría del Pueblo la facultad para desarrollar campañas para la deconstrucción y transformación de patrones culturales patriarcales, discriminatorios y violentos. Y en el artículo 31 dispone que el ente rector en la regulación de la comunicación tenga la facultad de “a) Establecer los mecanismos que garanticen contenidos de comunicación con enfoque de género que incluya la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres, niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores; b) Desarrollar campañas de sensibilización para difundir contenidos que fomenten los derechos humanos de las mujeres y para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres; c) Garantizar contenidos educativos que promuevan cambios socioculturales y la erradicación de los estereotipos de género que promueven la violencia contra las mujeres, niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores; d) Desarrollar e implementar programas de sensibilización y formación continua dirigidos al personal de los medios de comunicación, sobre derechos humanos de las mujeres, enfoque de género; y, e) Velar por el cumplimiento de las regulaciones que eviten contenidos discriminatorios, sexistas o que promuevan la violencia contra las mujeres, niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores en los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios”. (Registro Oficial, 2018)

3. Contenido en los medios de comunicación (representación de las mujeres en las noticias -GMMP-, estereotipos sexistas, etc.)

En el 2014, el Observatorio de sentencias judiciales y de medios, de la Corporación Humanas Ecuador, aplicado a diez diarios de circulación nacional del país, establece que, al tratar la violencia de género, dichos medios desarrollan las siguientes tendencias informativas:

- “A partir de 2011, el término femicidio se incorpora en las noticias y comienza a ser usado con mayor precisión en 2013 y 2014, aunque aún hay cierta confusión entre femicidio y feminicidio. A partir de marzo de 2014, las informaciones sobre muertes de mujeres (por género) caen bajo la figura de femicidio y no de asesinato.
- [...] La ausencia de testimonios e historias de vida es casi del 100%, como si las mujeres y los cuerpos de las mujeres fuesen invisibles.
- [...] Los periódicos se mantienen en una simplificación peligrosa al reiterar argumentos como la locura, la ofuscación por celos o el alcohol, con el resultado de atenuar o eximir de responsabilidad al perpetrador del abuso o del crimen”. (Diego 2014, 33-38)

En el 2014, el estudio “Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación”, realizado por los Consejos Nacionales para la Igualdad y el Ministerio de Inclusión Económica y Social concluye: “Importante visibilización producto de la lucha social, persistencia de trato como objetos, víctima/objeto sexual. Machismo persistente, morbo sobre la inequidad. Justificación de violencia desde la perspectiva cultural, subestima de capacidades” (CORDICOM 2016, 21).

En el 2015, el monitoreo global de medios del 25 de marzo, concluye, en relación a la situación de las noticias, que:

- “En radio, prensa y televisión, el 50% de las mujeres aparecen relacionadas a notas sobre ciencia/salud, 38% con celebridades/artes/ deportes, 29% al tema social/legal, 23% con economía y 15% a temas de crimen/violencia. Por su parte, el 85% de hombres figuran en notas relacionadas con crimen/violencia, 77% a temas económicos y 73% con políticas/gobierno.” (WACC-GAMMA 2015, 10)
- “En los temas ‘serios’ de los noticieros: política, gobierno, ciencia y economía, etc, continúa siendo mayoritaria la presencia de hombres; esto da cuenta de que aún los ‘temas’ considerados de mujeres no son objeto de primera plana o de importancia en los medios.
- Cuando las mujeres son centrales en las noticias, son relacionadas con temas de celebridades/artes/deportes, social/legal y en temas de crimen/violencia. Esto da cuenta del sesgo que asumen los noticieros a la hora de abordar las noticias.
- En las notas publicadas y difundidas el día del monitoreo, no se encontró ninguna noticia o pieza noticiosa que desafíe o cuestione los estereotipos de género.” (WACC-GAMMA 2015, 21)

En el 2016, la investigación comparativa realizada sobre cuarenta canciones en Ecuador y 38 en España, para ubicar los niveles de violencia y sexismo en la música que se distribuye en esos países, en lo que respecta a Ecuador arrojó los siguientes datos: El 92,5% de canciones remiten a relaciones sentimentales; el 2,5% a violencia física; el 50% a violencia psicológica; el 12,5% a violencia sexual; el 72,5% a sexo implícito; el 20% a sexo explícito; el 32% al afán de un chico por conseguir a una chica; el 40% a la ruptura de la pareja y los deseos de regresar; el 20% relativo al amor de un chico por otro chico; el 5% a la incitación a conductas de riesgo (Jiménez, Vayas, Medina, 2016, 16).

En el 2019, el CORDICOM investiga las representaciones y estereotipos hacia las mujeres en distintos medios de comunicación del país, tanto radio, televisión y prensa, así como en diferentes formatos como la crónica roja, el *reality show*, las comedias de situación, o los informativos. Las conclusiones de esta investigación señalan que en los medios de comunicación ecuatorianos las mujeres de manera persistente son representadas como “un cuerpo de deseo”; “un cuerpo hiposexualizado [...] que considera a la mujer como un ser inferior, y que la explota como objeto sexual y bien de cosnomo”; como “débil, mártir, culpable y/o responsable de abusso infringidos hacia ella; como bella y “como un objeto de contemplación”; como tonta; como “interesada [...] acorde al estereotipo de la mala mujer”; como lujuriosa; como niña [...] débil e incompleta”; como pasiva [...] incapaz de actuar por sí misma, obediente y subordinada”; como “virtuosa [...] la mujer ama de casa”; como “abnegada”; como “madre”; como “súper mujer [...], es decir, su incorporación al ámbito público no justifica el deascurido del ámbito privado, y, además, debe verse estupenda”; como “dramática [...], irracional, incapaz de controlar sus actitudes, emociones y sentimientos”. (CORDICOM 2019, 320-321)

4. Contenido en las TIC (ciber-violencia contra las mujeres, discurso de odio sexista, #MeToo y otros movimientos en redes sociales)

En el 2015, el monitoreo global de medios del 25 de marzo, concluye, en relación al manejo del género en el contenido de las TIC's, que:

- En la Internet "La presencia de las mujeres en: Ciencia/salud 50%, social/legal 33%, crimen/violencia 29%, economía 21%, Política/gobierno 17%, y celebridades, artes y deportes 0%.
- En las notas periodísticas son identificadas por su situación familiar o parentesco el 60% de las mujeres mientras que solo 40% de los hombres son relacionados con su rol en la familia.
- Las mujeres que son sujetos en las noticias se encuentran en los siguientes rangos de edad: 13-18 años 25%; 35-49 años el 50% y de 65 años o más 50%. Las edades de los hombres se encuentran en: 13-18 años 75%; 19-34 años 100%; de 35-49 años 50%; 50-64 años 100%; y 65 años o más 50%.
- Los sujetos mencionados directamente en las notas son 29% mujeres y 71 % hombres, demostrando así que existe una gran brecha en la presencia y participación de mujeres y hombres en los medios.
- La situación de las mujeres en internet, twitter y facebook es similar a la experimentada en medios de comunicación convencionales como radio, prensa y televisión. Las mujeres continúan siendo estereotipadas, excluidas y discriminadas por diversos motivos incluyendo su edad." (WACC-GAMMA 2015, 14-16)

5. Mujeres en medios comunitarios e indígenas (acceso de las mujeres a la operación de estos medios, discriminación de género, etc.)

A la fecha, la presencia de mujeres en medios comunitarios e indígenas tiene relación con el acceso de las comunidades a la propiedad de dichos medios; y con la presencia de mujeres en la generación de contenidos en la programación de los medios mencionados.

Aun así, son escasos los medios comunitarios en propiedad de pueblos y nacionalidades indígenas, afro descendientes y montubias en Ecuador; y muchas de las radios FM registradas como comunitarias, pertenecen a grupos religiosos de la Iglesia Católica o cristiana, evangélica. Finalmente, en Ecuador no existe un solo medio de comunicación comunitario que pertenezca a una organización de mujeres, LGBTI o feminista.

6. Género e industrias de medios y TIC (acceso y participación de las mujeres en todos los niveles de estas industrias, en particular en puestos de toma de decisión, derechos laborales, desigualdad salarial, acoso laboral, etc.)

En el 2015, el monitoreo global de medios del 25 de marzo, concluye, en relación a la distribución de las tareas en el ámbito periodístico, que:

- "Si analizamos el sexo de los reporteros según el medio de comunicación, observamos que en prensa escrita las mujeres reporteras son el 29% mientras que el 79% son hombres; en radio el porcentaje de mujeres es del 23% frente a los hombres que ocupan el 77%; y en televisión el porcentaje de reporteras corresponde al 24% contrastando con el 76% de hombres reporteros." (WACC-GAMMA 2015, 10).

- “En los diferentes medios de comunicación, ya sea como reporteros, locutores y presentadores, en prensa escrita las mujeres (12) presentaron el 57% de notas y los hombres (9) el 43%; en radio 53% de noticias fueron presentadas por mujeres (33) y el 47% por hombres (29); mientras que en televisión el 41% de notas fueron presentadas por mujeres (43) y el 59% por hombres (63).
- Generalmente en estudio de televisión, la edad de reporteros y presentadores, oscila entre los siguientes rangos: 19-34 años (6) mujeres 18% hombres 0%; 35-49 años 71% son mujeres (24) y 85% hombres (29); de 50-64 años mujeres 12% y de 65 años o más 15% solo de hombres.” (WACC-GAMMA 2015, 12)
- “Las mujeres son reporteras principales en 50% de temas de economía; 50% en crimen y violencia; 33% en política/gobierno mientras que en otras líneas periodísticas no figuran (0%).
- En twitter, los ámbitos específicos en los que las mujeres figuran como periodistas son política/gobierno 33%; social/legal 33% y crimen/violencia 33%.” (WACC-GAMMA 2015, 15).

En el 2017, el Registro Público de Medios (RPM) arroja la siguiente información:

- “De los 5.267 trabajadores registrados, 3.755 se auto definen como masculinos, cifras que corresponden al 71,29% de toda la fuerza laboral de los medios de comunicación social, mientras que el número de personas que se autodefinen de género femenino, que trabajan en medios es de 1.503, lo que representa el 28,54% de la fuerza laboral de los medios, los trabajadores que se autodefinen en otro género (9 personas) representan el 0,17%.”
- Por otra parte, los datos del RPM 2017 muestran que existen 772 personas responsables de la alta gerencia de los medios, que incluye propietarios, presidentes, gerentes generales y, en general, todas las máximas autoridades de los medios. De este total, el 70,85% se autodefinen como masculinos (547), mientras que el 29,02% (224) se autodefinen como femeninas. Únicamente una persona se autodefine en otro género (0,13%).
- Estos datos muestran que existe en proporción un mayor número de mujeres trabajando dentro de los medios de comunicación en puestos relacionados con las áreas de producción, contenidos, técnicos, etc. (30%), que mujeres asumiendo cargos de alta responsabilidad y toma de decisiones (24%). Sin embargo, la cifra es bastante baja al compararla con la de los hombres, mismos que alcanzan el 70% de cargos de producción, contenidos, técnicos, etc., dentro de los medios; y el 76% de la propiedad de los mismos, lo que confirma que en Ecuador todavía la desigualdad laboral en el sector de la comunicación es una realidad que debe irse modificando.” (CORDICOM 2019, 99-100)

7. Género en la educación de medios, periodismo y TIC (perspectiva de género en la currícula de facultades de Periodismo y Comunicación, dimensión de género en los programas de educación para medios y TIC, etc.)

El CORDICOM (2019) evalúa el rol de las mujeres en distintos ámbitos como la educación, las industrias mediáticas y los contenidos comunicacionales. En relación a la educación, se señala que: “Según datos de 2013 del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación, Ceaaces, las mujeres representan el 56% de estudiantes en 9 universidades principales del país. En la Universidad Central, la segunda más grande de Ecuador, las mujeres inscritas en la carrera de Comunicación Social representan alrededor del 55% de los estudiantes de pre-grado y 46% de los de posgrado [...]. Sin embargo, esta cifra no guarda relación con la realidad de las mujeres que trabajan en la industria de la comunicación ecuatoriana, donde apenas el 30% de todos quienes la conforman son mujeres”. (CORDICOM 2019, 98)

En el 2018, la red UNITWIN sobre género, medios y TIC, de la UNESCO, invitó a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador y al Área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, a participar en el proyecto de investigación “Mapeo de estrategias educativas para la creación de currículos de periodismo, medios de comunicación y TIC sensibles al género”. Este proyecto mapeó cursos, programas y títulos de tercer y cuarto nivel que incluyan o promuevan la igualdad de género en los medios y las TIC.

En la primera universidad se observó que no existe ninguna asignatura que imparta temática relativa al género y a la comunicación. En la segunda universidad, se constató que existe una asignatura titulada “Cuerpo y Visualidad”, que se imparte en la maestría de Estudios de la Cultura del Área de Letras y Estudios Culturales; y otra asignatura denominada “Comunicación, género y representación”, que se imparte tanto en la maestría de Comunicación Estratégica como en la de Estudios de Recepción, del Área de Comunicación. Adicionalmente, en esta última Área se abrirá para el año académico 2020.2021, la maestría de investigación en Género y Comunicación, que tendrá una convocatoria de carácter internacional. Esta maestría se apoya en gran medida en los aportes de la Red UNITWIN que se recogen en la propuesta curricular que fue publicada por la UNESCO en 2019. (French 2019)

8. Género y derechos digitales (acceso universal a las TIC, mujeres y niñas en áreas STEM, género e Inteligencia Artificial, género y Big Data, etc.)

En 2017, el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC), lleva a cabo la “Encuesta Tecnológica Tecnologías de la Información y la Comunicación”, que arroja los siguientes resultados:

- El porcentaje de mujeres que utiliza la computadora va en aumento desde el 46,1% en 2014, el 49% en 2015 hasta el 51,2% en 2016. En 2017 decrece al 50,6%. (INEC 2017, 10)
- El porcentaje de mujeres que utiliza la Internet mantiene un aumento permanente: 45,2% en 2014, 49,6% en 2015, 54,5% en 2016 y 57,3% en 2017. (INEC 2017, 15)
- En el ítem “Razones de uso de Internet”, la encuesta arroja los siguientes resultados: “Obtener información” va en aumento desde el 35,2% en 2014, el 36,9% en 2015, el 38,0% en 2016 hasta el 40,7% en 2017. “Obtener información se impone sobre las razones “Comunicación en general”, “Educación y aprendizaje”, y “Razones de trabajo”. (INEC 2017, 20)
- Desagregado por género el dato anterior, las mujeres obtienen información en la Internet de manera creciente: 34,5% en 2014, 36,1% en 2015, 37,5% en 2016 y 40,7% en 2017. (INEC 2017, 21)
- El porcentaje de mujeres que tienen el teléfono celular activado va en aumento: el 53,0% en 2014, el 54,4% en 2015, el 55,3% en 2016 y el 58,0% en 2017. (INEC 2017, 25)
- El porcentaje de mujeres que poseen un teléfono inteligente va del 12,9% en 2014, 20,1% en 2015, 29,5% en 2016 hasta el 37,0% en 2017. (INEC 2017, 30)
- En cuanto al analfabetismo digital, los porcentajes descienden en el caso de las mujeres: 16,7% en 2014, 14,2% en 2015, 13,4% en 2016 y 12,0% en 2017. (INEC 2017, 39)
- El porcentaje de mujeres que usa redes sociales desde su Smartphone es el 31,85% en 2017. (INEC 2017, 41)

9. Acceso a la Información. Libertad de expresión y grandes plataformas.

En el ejercicio periodístico de investigación sobre temáticas de género: violencia de género, aborto, feminicidio, desaparición de mujeres, morbilidad y mortalidad materna, etc., existe

una falta de datos clasificados por género. La Fiscalía y el Consejo de la Judicatura no tiene datos desglosados por género sobre delitos que afectan directamente la vida de las mujeres. Tampoco el ECU 911 posee datos desglosados por género. Esto dificulta a las periodistas el comunicar adecuadamente las temáticas y visibilizarlas.

RECOMENDACIONES

1. Ecuador presenció en el 2019, a través de todo tipo de pantalla 2019, el femicidio casi en vivo de una mujer en la ciudad de Ibarra. El femicida actuó ante la impávida presencia de la ciudadanía y, lo que es más peor, de las fuerzas de seguridad llamadas a proteger a la población. No hubo forma de parar la difusión de este hecho tan atroz, pues meses antes la *Ley Orgánica de Comunicación* había sido reformada y se había eliminado toda forma de control sancionatorio. En virtud de que la autoregulación de los medios ha sido históricamente ineficaz para frenar contenidos que denigren y expongan la vida de las mujeres y de las diversidades sexo/genéricas, se recomienda al Estado ecuatoriano desarrollar la normativa sancionatoria correspondiente que regule la difusión y promoción de contenido que promueva la discriminación, el sexismo y la violencia de género.
2. De lo expuesto se aprecia que persiste el acoso y la violencia contras comunicadoras y periodistas. Se recomienda al Estado ecuatoriano legislar y crear normativa a nivel de reglamentos que de forma expresa condene y sancione el acoso y la violencia de género contra comunicadoras y periodistas en todo ámbito y plataforma.
3. Existen diferentes normativas que benefician a las mujeres y a las poblaciones sexo/diversas; no obstante, la aplicación de las mismas sigue siendo dificultosa o escasa. Se recomienda al Estado ecuatoriano generar todos los reglamentos que vuelvan operativas las normas en temas de género, derechos humanos de las mujeres y comunicación.
4. Se recomienda al Estado ecuatoriano dotar de medios económicos suficientes para la aplicación certera y oportuna de leyes que permitan a las mujeres y a las diversidades sexo/genéricas contar con una comunicación sin discriminación, no sexista, y apoyada en patrones culturales que no fomenten la cultura de la violencia machista.

REFERENCIAS

Diego, Blanca. 2014. "Tendencias informativas sobre la violencia contra las mujeres". En Ana Lucía Herrera y otros, *Los derechos de las mujeres en la mira: Observatorio de sentencias judiciales y de medios: 2013-2014*, 21-38. Quito: HCDHJG-E / UPS. Corporación Humanas, Ecuador, 2014,

CORDICOM. 2016. *Comunicación sin discriminar. Comunicación y periodismo para la igualdad*. Quito: CORDICOM.

CORDICOM. 2016b. *Cuadernos del Cordicom*. No 1: "Discriminación y derechos a la comunicación. Nuevos debates". Quito: CORDICOM.

CORDICOM. 2019. *Estudio especializado: Discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación*. Quito: CORDICOM.

French, Lisa, y otros. 2019. *Gender, Media & ICT's. New approaches for research, education & training*. París: UNESCO.

INEC. 2017. *Tecnologías de la información y la comunicación*. Quito: INEC.

Jiménez, A., Vayas, E., Medina, F. 2016. "Violencia y sexismo en la música más escuchada del 2016 en Ecuador y España", en CORDICOM, *Cuadernos del CORDICOM*, No. 3: *Medios de Comunicación y Género*. Quito, CORDICOM, 2016.

Registro Oficial. 2013. *Ley Orgánica de Comunicación*. Registro Oficial. Órgano del Gobierno del Ecuador, Año I, No. 22, 2013.

Registro Oficial. 2018. *Ley orgánica integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres*. Registro Oficial. Órgano del Gobierno del Ecuador, Año I, No. 175, 2018.

Registro Oficial. 2019. *Ley orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación*. Registro Oficial. Órgano del Gobierno del Ecuador, Año II, No. 432, 2019.

WACC, Fundación Gamma. 2015. *¿Quién figura en las noticias? Ecuador. Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015. Informe Nacional*. Quito: WACC – Gamma.

LISTA DE AUTORAS/ES

Ana María Acosta, Fundación El Churo

Luisana Aguilar, Fundación El Churo

Hernán Reyes, CIESPAL

Edgar Vega Suriaga, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador