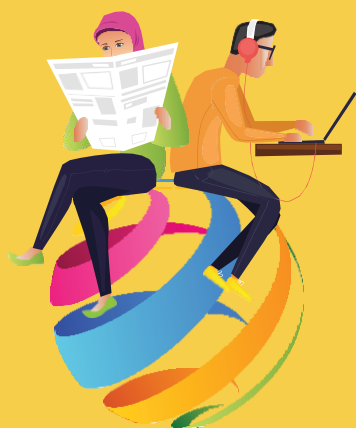


¿QUIÉN FIGURA EN LAS NOTICIAS?



GMMP
Proyecto de
Monitoreo Mundial
de Medios

2020

ECUADOR

INFORME NACIONAL



GMMP

Proyecto de
Monitoreo Mundial
de Medios

2020



GMMP 2020 aparece bajo licencia de creative commons utilizando una Attribution-NonCommercial-NoDerivs. El GMMP 2020 lo coordinó la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), una ONG internacional que promueve la comunicación para el cambio social.



La información para el GMMP 2020 se recolectó mediante un esfuerzo colectivo de voluntarios y voluntarias de cientos de organizaciones, entre ellas activistas en el ámbito de las cuestiones de género y medios, grupos de base en el ámbito de las comunicaciones, académicos/académicas y estudiantes de comunicación, profesionales de los medios, asociaciones de periodistas, redes de medios alternativos y distintos grupos eclesiales.

Noncommercial. No utilice con propósitos comerciales este material.

No derivative Works. No altere, transforme o utilice este trabajo como base de otro trabajo.

Si cita o distribuye este trabajo, cite los términos de la licencia que ampara este trabajo. Sus derechos de acceso a este trabajo y la información que contiene no se ven afectados de ninguna manera.



Con el apoyo de



Tabla de contenido

PREFACIO	2
Contexto regional	3
Contexto nacional	5
RESUMEN EJECUTIVO	7
UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN ECUADOR	8
EL CONTEXTO	9
TEMAS EN LAS NOTICIAS	10
SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS	11
PERIODISTAS	15
PRÁCTICA PERIODISTA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS	16
ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19	17
ESTUDIOS DE CASO	19
RESUMEN Y CONCLUSIONES	23
RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025	25
Anexo 1. Metodología ^[1]	26
Anexo 2. Lista de monitoras y monitores	29

El mundo en un simple vistazo

Disparidad entre géneros: Personas en las noticias.

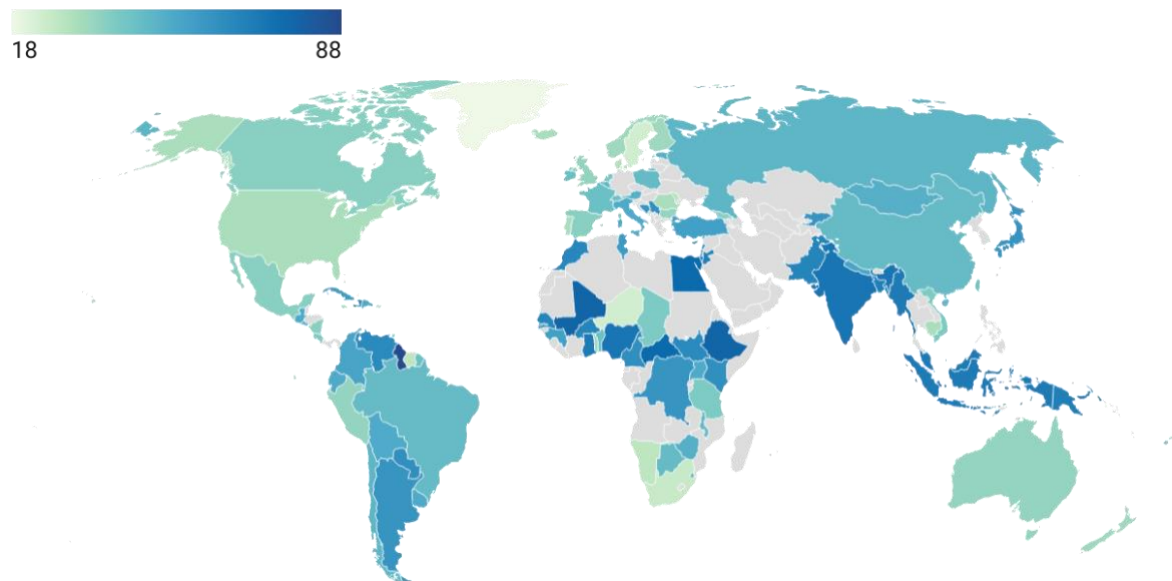


Figura 1. Disparidad entre géneros: Sujetos y fuentes. Periódicos, radio y televisión.

Datos del GMMP 2020

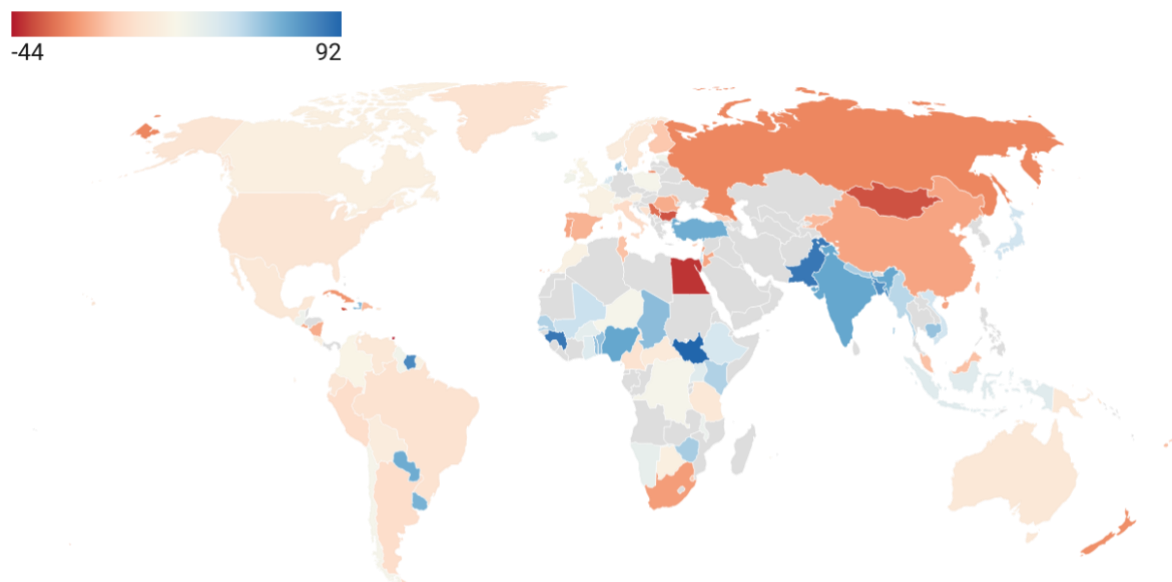


Figura 2. Disparidad entre géneros: Reporteras y reporteros. Periódicos, radio y televisión.

Datos del GMMP 2020

PREFACIO

Contexto global

- El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) es la investigación más extensa y de mayor duración del mundo sobre género en los medios de comunicación. La investigación se diseñó para capturar una instantánea del género en un día noticioso "ordinario" en los medios de comunicación mundiales. Un día de noticias ordinario se define como aquel en el que la agenda de noticias contiene la mezcla corriente de reportajes, artículos cotidianos sobre política, economía, problemas sociales, delincuencia y otros temas.
- Comenzó en 1995 cuando voluntarios y voluntarias en 71 países de todo el mundo monitorearon la presencia de mujeres en sus noticias nacionales de radio, televisión y prensa. El monitoreo de los medios de comunicación se ha repetido cada cinco años desde entonces, haciendo un balance de los cambios en las dimensiones de género del contenido de los medios de comunicación y recopilando datos estadísticos sobre nuevos indicadores.
- La investigación de 1995 reveló que sólo el 17% de los sujetos de las noticias; las personas que son entrevistadas o sobre las que se tratan las noticias; eran mujeres. Encontró que la paridad de género era "una perspectiva lejana en cualquier región del mundo". Las noticias [eran] presentadas con mayor frecuencia por mujeres, pero [eran] todavía raras veces sobre mujeres. [\[1\]](#)
- El primer cambio notable en la presencia general de las mujeres en las noticias se registró en 2005 en la tercera iteración de la investigación. [\[2\]](#) Las mujeres representaron el 21% de los temas de noticias, un aumento de tres puntos porcentuales durante el período de 2000 a 2005. Sin embargo, su casi invisibilidad continuó, con solo el 10% de los reportajes centrados principalmente en las mujeres, la representación insuficiente en los principales temas de noticias y como voces en las noticias.
- Para el quinto GMMP en 2015, quedó claro que los días noticiosos "ordinarios" no se podían predecir ni planificar con anticipación: ocurren eventos inesperados que dominan las noticias, desde el terremoto de Kobe en 1995, hasta el accidente aéreo de Germanwings en los Alpes. en 2015.
- La investigación de 2015 en 114 países reveló continuas y severas disparidades de género en el contenido de los medios de comunicación. Los hallazgos sobre indicadores clave sugirieron que el progreso hacia la igualdad de género había perdido impulso; las mujeres seguían siendo solo el 24% de las personas escuchadas, leídas o vistas en noticias de periódicos, televisión y radio, exactamente el mismo nivel encontrado en la cuarta ola de la investigación en 2010. Tres ediciones de la investigación - en 2005, 2010 y 2015 - no encontró cambios en el indicador que mide la participación de las mujeres en las noticias como reporteras; solo el 37% de los reportajes en los medios tradicionales fueron reportados por mujeres.
- La relativa invisibilidad de las mujeres en los medios de comunicación tradicionales también se había trasladado a las plataformas de transmisión de noticias digitales incluidas en el monitoreo del GMMP por primera vez. Solo el 26% de las personas en los reportajes de los principales sitios web de noticias y los tweets de noticias de los medios combinados eran mujeres. Los desafíos del sexismo de los medios de comunicación, los estereotipos de género y los prejuicios de género fueron aparentemente intratables en el tiempo, el espacio y las plataformas de entrega de contenido.
- La Secretaria General Adjunta de la ONU y Directora Ejecutiva de ONU Mujeres, Phumzile Mlambo-Ngcuka, subrayó que las formas en que se representa a las mujeres en los medios de comunicación "tienen un efecto profundo en las actitudes sociales y refuerzan los roles tradicionales de género. Las mujeres y las niñas son la

mitad de la humanidad. Dar el mismo tiempo y peso a sus historias, presentándolos como modelos positivos y no como víctimas, juega un papel poco apreciado en la creación de un mundo mejor y más libre para todos y todas "[3] .

- Los eventos durante el año del GMMP 2020 fueron aún más extraordinarios. A partir de fines de 2019 y se intensificó durante el año, el mundo fue devastado por el nuevo coronavirus Covid-19. Esta sexta ola de la investigación ofreció una oportunidad para analizar el género en la cobertura de los medios durante una catástrofe global, un momento marcado por una crisis de salud mundial y las desigualdades intensificadas que acompañan a la crisis.
- Los equipos del GMMP en 116 países monitorearon 30.172 reportajes publicados en periódicos, transmitidos por radio y televisión, y difundidos en sitios web de noticias y a través de tweets en 2.251 medios. Los reportajes contenían 58.499 temas y fuentes noticiosas, y fueron reportados y presentados por 28.595 periodistas. El número de países participantes aumentó en un 63% desde 1995, ya que se recopilaban datos de referencia para ocho países que se unieron al estudio por primera vez. La cantidad de noticias monitoreadas se ha duplicado en los últimos 25 años y ha aumentado en más de 8.000 desde la edición de 2015.

Los resultados del sexto GMMP revelan un panorama mixto de progreso, estancamiento y regresión. Si bien algunos techos de cristal se están elevando claramente, otros se están estableciendo en ciertos indicadores importantes de igualdad de género en los medios de comunicación. Los últimos cinco años han visto pequeños cambios incrementales hacia la paridad, al mismo tiempo, el ritmo general del cambio sigue siendo glacial.

[1] *Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news*. National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch) Inc. 1995

[2] Gallagher, Margaret. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, 2005. World Association for Christian Communication.

[3] In *Who makes the news? The Global Media Monitoring Project report*, 2015

Contexto regional

El GMMP ha generado un interés creciente en varios países de Latinoamérica desde sus inicios en el 1995. En esa primera edición participaron: Guatemala, México, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay.

Después de 5 años, en el año 2000, al llevarse a cabo la segunda edición de este estudio participaron: Bolivia, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú y Uruguay.

En el 2005, en la tercera edición del estudio, es interesante observar cómo se han ido sumando más países latinoamericanos para la generación de información y su respectivo análisis, en este participaron: Guatemala, El Salvador, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Brasil, Paraguay, Chile, Argentina y Uruguay.

En el estudio del 2010 el flujo de información y análisis sobre la participación de las mujeres en las noticias, incorporó el trabajo voluntario de equipos en los siguientes países: Guatemala, México, Paraguay, El Salvador, Ecuador, Uruguay, Bolivia, Chile, Perú, Costa Rica, Argentina, Nicaragua, Brasil.

En la quinta edición del estudio, realizada en el 2015, la lista de países latinoamericanos participantes es la siguiente: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela.

En esta última edición, del GMMP 2020, tenemos la participación de 16 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela; el paso final de análisis y construcción de informes nacionales se realizó solamente en 15 países.

El esfuerzo, trabajo y compromiso de los equipos voluntarios, han sido un elemento trascendental para alcanzar el resultado que ahora presentamos. A pesar de los contextos difíciles, dolorosos en medio de la pandemia por COVID 19 y su impacto en la vida de las mujeres en toda su diversidad, y de todas las personas en diferentes ámbitos de la vida, los equipos voluntarios, siempre pendientes de la información global y las actualizaciones en los plazos, continuaron su trabajo de manera incansable.

Porcentaje Histórico de Representación de las Mujeres

La situación de la representatividad de las mujeres desde el inicio del GMMP en 1995 denota porcentajes bajos, por ejemplo en la región latinoamericana las mujeres reporteras, presentadoras, entrevistadoras tuvieron una representación del 31% en el total de noticias analizadas, mientras que las mujeres entrevistadas para las noticias tuvieron un porcentaje del 15%.

En la segunda edición realizada en el año 2000, por ejemplo, el porcentaje de las mujeres reporteras/os según los distintos medios (radio, televisión y prensa escrita) bajó al 27%.

En la edición del 2005 (la tercera del GMMP) los datos nuevamente denotan la poca presencia de las mujeres como protagonistas con un bajo 23%. El tema en el que se incrementó la representación de mujeres fue el de crímenes y violencia, en donde el porcentaje subió a 30%.

En el GMMP del año 2010 se pone de manifiesto la presencia de mujeres como sujetos de la noticia y esta presencia difiere según el medio de que se trate; en televisión las mujeres tienen un 32% de presencia, seguido de prensa con un 29% (y finalmente en radio con un 22%).

En el 2015 la presencia de mujeres, tanto como como sujeto de noticia, como en roles de reportera tuvo un porcentaje del 29%. Se daba pasos hacia la igualdad.

Como hemos podido observar, y según los informes del GMMP en ediciones anteriores, la mención a la participación equitativa de mujeres dentro de los medios de comunicación tradicionales y de plataformas digitales no es un tema prioritario, y lamentablemente no estamos observando cambios amplios, sostenidos y determinantes.

Un hecho que resalta en el proceso histórico del GMMP en la región, es la constante incorporación de nuevos países a este proyecto colectivo de comunicación feminista, por una parte, así como la permanencia de otros, desde su inicio. Pese a que la participación y mención porcentual de las mujeres en los medios de comunicación ha crecido de manera lenta y paulatina (según los estudios del GMMP desde 1995) esta realidad tiene el potencial de convertirse en un importante impulsor para el cambio; los resultados del GMMP pueden ser utilizados, por parte de los medios de comunicación para la generación de contenidos con miras a aportar para la igualdad, la generación de políticas de igualdad como el principio de la paridad; y también para los movimientos de mujeres, los colectivos sociales e incluso, y con mucho énfasis, por parte de las instancias de definición de políticas públicas en los diferentes niveles, para construir e incorporar en sus prácticas, estrategias y programas enfoque de género con el objetivo de garantizar la igualdad.

En este proceso, se ven también situaciones preocupantes dado que el tema en el que ha crecido más sistemáticamente la representación de las mujeres en las noticias, es el de

violencia/criminalidad/feminicidio; esta tendencia es evidente en la región, desde el GMMP 2010. Esto, por un lado, nos dice que los medios de comunicación comienzan a considerar como tema la violencia de género dentro de su contenido informativo, pero por otro, también evidencia una situación muy preocupante: que la violencia hacia las mujeres se ha incrementado considerablemente, hasta llegar al punto extremo del feminicidio en nuestra región. La situación de crisis ocasionada por la pandemia tiende a exacerbar este escenario de manera alarmante. Por ello, los datos presentados por el GMMP 2020, son una herramienta que debe y necesita ser utilizada de manera urgente para que los medios de comunicación se conviertan en un mecanismo importante de cambio, un aporte, un elemento impulsor para avanzar hacia la igualdad, erradicando todas las situaciones de discriminación, invisibilización y vulnerabilidad en la que viven las mujeres alrededor del mundo.

Contexto nacional

El Ecuador, como varios países de Latinoamérica, ha sido uno de los lugares en donde con mayor fuerza se propagó el coronavirus COVID 19; en medio de una crisis política, con denuncias de corrupción en el sistema de salud, y con hechos que evidenciaron un manejo desacertado de la crisis, principalmente en los dos primeros meses, el Ecuador veía crecer las cifras de contagios y el número de personas fallecidas

Hasta el mes de septiembre de 2020, fecha en la que se realizó el GMMP, las cifras oficiales no reconocieron la situación real ocasionada por la pandemia; no solamente con relación a la salud, también con respecto a sus consecuencias en el empleo, la economía, la violencia contra las mujeres, la deserción educativa debido a la falta de conectividad, entre otros. Las medidas gubernamentales para hacer frente a la crisis fueron evaluadas como insuficientes por varios sectores sociales y políticos; el gobierno, que terminó su mandato en mayo de 2021, finalizó con una aceptación social del 7%, una de las más bajas en la historia reciente.

En este mismo contexto, la agenda mediática desde el mes de diciembre de 2019, comenzaba a mostrar información cada vez más frecuente sobre la propagación del virus; en el mes de marzo de 2020, el día 16, el gobierno del Ecuador, declaró oficialmente la emergencia y el primer confinamiento. Las medidas se fueron extendiendo, con modificaciones y nuevos mecanismos de prevención, durante casi todo el año.

La agenda mediática en el país ha estado centrada en esta crisis por COVID 19 desde entonces y hasta el día del GMMP (29 de septiembre, 2020), es evidente la pandemia como tema central abordado desde diferentes énfasis: economía, política, educación, salud, trabajo; sin embargo, no se observa en la agenda mediática ningún elemento específico que relacione la situación de la pandemia con la situación de las mujeres, para quienes la situación de violencia, desempleo, sobrecarga de trabajo, se profundizó.

Con respecto a los medios vale decir que desde hace varios años se observaba la emergencia de canales digitales y medios virtuales, este hecho durante el 2020 se ha visto con mayor fuerza todavía, pues a raíz de la pandemia y las medidas de confinamiento, muchos medios de comunicación reforzaron su presencia digital, y también, se han creado nuevos canales y medios digitales.

Asistimos a una época altamente tecnologizada en donde las personas toman la palabra en el ámbito virtual con cada vez más fuerza, foros y eventos en streaming, radios que difunden sus noticias y entrevistas a través de plataformas como Facebook, Instagram y ahora twitter, con su nuevo producto: space. Este contexto, debería ofrecer un nuevo panorama también para el abordaje de las noticias, sin embargo, los resultados del GMMP muestran que en temas de igualdad y derechos de las mujeres, queda mucho camino por recorrer.

La realización del GMMP en esta sexta edición, ha estado liderada por GAMMA, como equipo coordinador del Ecuador, que lleva adelante también el proyecto Observatorio Ciudadano de la Comunicación, OCC, que con su salón de la comunicación tiene 17 años de activar la participación, movilización y opinión ciudadana a partir de los estudios técnicos y monitoreo de medios de comunicación. El objetivo compartido apunta hacia la búsqueda de condiciones de igualdad para las mujeres, de manera que se erradique la brecha que genera discriminación, violencia e invisibilización.

Para GAMMA, el GMMP es una iniciativa totalmente válida y urgente por su alta incidencia en todos los niveles; por ello, sumamos nuevamente nuestro contingente institucional en este proyecto mundial colectivo con alto impacto en la igualdad de oportunidades.

RESUMEN EJECUTIVO

El día del GMMP es una fecha muy esperada por los equipos de voluntarios y voluntarias, las organizaciones feministas, las periodistas y comunicadoras en todo el mundo, así como más organizaciones que activan desde diferentes áreas para lograr el ejercicio pleno de los derechos humanos.

A continuación un breve paneo por las principales cifras que deja el VI GMMP en el Ecuador:

- En medio de la agenda mediática marcada por temas de crimen y violencia (corrupción), economía y salud, se encuentra que el COVID 19 es mencionado en la cuarta parte del total de noticias analizadas.
- El tema en donde más se destaca la información sobre COVID 19 es el de ciencia y salud.
- La representación de mujeres en las noticias ha alcanzado 1 punto más que hace 5 años, en el GMMP 2015, representando un 23%, cifra que está por debajo del promedio en Latinoamérica, en donde el porcentaje alcanza un 26%.
- En medios digitales y en twitter, la representación de las mujeres en noticias sobre economía alcanza un 6%.
- La prensa escrita es en donde mayor presencia de mujeres se encuentra, alcanzando un 26%
- Los principales roles que se describen para las mujeres en las noticias son en primer lugar; ama de casa, luego trabajadoras de la salud, trabajadoras sociales o personas que cuidan a niños y niñas.
- Solo en un 16% de noticias, las mujeres aparecen en función de expertas o comentaristas.
- En cuanto a las mujeres periodistas que se identifican en las noticias, 35% son mujeres, siendo más alta su presencia en medios impresos, al llegar a 55%.
- El día del GMMP en el Ecuador, se encontró solo un 6% de noticias que hacen referencia a temas sobre igualdad de género, normativa o políticas de igualdad.

UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN ECUADOR

El 29 de septiembre de 2020 se realizó el VI monitoreo de medios, como parte del proyecto mundial GMMP, en el Ecuador.

La agenda noticiosa de los medios de comunicación en el Ecuador dio cuenta de uno de los temas que con más relevancia se ha puesto al público en los últimos meses a raíz de la pandemia y que lamentablemente es la corrupción.

Denuncias de casos, información sobre varios hechos de corrupción e investigación sobre ello, la denuncia sobre el reparto político de los hospitales, información sobre llamamiento a juicios, estafas al Estado, fueron los temas que más sobresalieron en las primeras planas, principalmente en medios digitales, la televisión y la radio. Esta agenda noticiosa tiene relación con los temas mayormente mencionados en donde se ve que el 18% de noticias tiene como centro el tema de corrupción.

El siguiente tema en importancia, también en medios digitales, televisión y radio, fue el de los deportes que en esos días se estaban retomando después de varios meses de estado de emergencia y medidas de confinamiento en diferentes niveles a raíz de la pandemia.

Otro tema visible en las noticias tuvo relación con desastres naturales, inundaciones por lluvias, principalmente en algunas de las ciudades de la costa del país.

En la prensa gráfica, no se observó la preponderancia de algún tema particular en la agenda noticiosa, por ello, el 29 de septiembre, fue un día marcado por la diversidad de temas, es decir, un día común y corriente en los medios de comunicación.

El año 2020 estuvo marcado por el surgimiento del coronavirus COVID 19, hecho que llevó a la OMS a declarar la pandemia mundial por este virus. A partir de marzo de 2020, la agenda noticiosa en el Ecuador, como en gran parte de los países del mundo, estuvo y continúa estándolo, marcada fuertemente por este tema. El 29 de septiembre de 2020, día del GMMP, los medios evidencian que el tema continúa latente, así, en el país, se encuentran noticias sobre el COVID y su impacto en la economía, la situación del sistema de salud para responder a la crisis, el presupuesto para medicamentos, y también el análisis diario sobre las personas contagiadas y las personas fallecidas en el mundo. En el Ecuador, el tema de la corrupción lamentablemente es un hecho visible que, como se explicó, ha marcado la agenda noticiosa y el sistema de salud con la respuesta frente al COVID es un elemento visible en la agenda noticiosa.

Un tema adicional observado es la información sobre el proceso electoral 2021, en algunas noticias se habla de posibles candidaturas, de revisión de procesos formales electorales, entre otros. En este aspecto vale la pena destacar que la primera autoridad del Concejo Nacional Electoral es una mujer indígena, por lo que el Ecuador está en el grupo de países de Latinoamérica en donde aunque incipiente, se encuentra representación de etnias originarias o pueblos ancestrales.

EL CONTEXTO

El contexto mundial ocasionado por la pandemia de COVID 19 es el gran tema que ha ocupado las agendas mediáticas desde inicios de 2020.

El Ecuador cuenta con una ley de comunicación que fue promulgada en el año 2013, misma que ha tenido un conjunto de críticas dado su énfasis en coartar la libertad de expresión y a la falta de promoción de opiniones diversas en los medios de comunicación, sin embargo, esa misma ley fortaleció el trabajo de medios de comunicación comunitarios que hallaron en esta normativa sustento para su continuidad.

En el año 2017 esta Ley, denominada (mordaza) fue limitada en su contenido sancionatorio, con normativa y reglamentos especiales que buscaron disminuir su incidencia en la libertad de expresión y se eliminó el Consejo Nacional de Regulación de la Comunicación, ente que tuvo entre sus competencias los procesos legales de sanción a medios de comunicación que incumplían la ley. La Ley incorpora elementos de regulación con respecto al sexismo en los medios de comunicación y a contenidos para niñez en horarios determinados. Así mismo impulsa la difusión de música ecuatoriana y el apoyo a la producción nacional. En la actualidad, el contenido de esta ley y reglamento está nuevamente siendo objeto de revisión.

En cuanto a los medios de comunicación que se seleccionaron para el GMMP 2020, se buscó diversidad en cuanto a la cobertura y al tipo de medio (público, privado), no se incluyó ningún medio comunitario, debido a que no aparecen en las listas de análisis sobre la llegada y cobertura; sin embargo, será un elemento a incorporar para futuros procesos GMMP. También se incluyó medios con cuya sede representa las diversas regiones del Ecuador, principalmente la costa y la sierra en donde se encuentra la mayor cantidad de población del país.

En el caso del Ecuador se monitoreó los siguientes medios:

En radio: Sonorama (nacional), La voz del Tomebamba (local) y Ondas Cañarís (regional). Los tres privados.

En televisión: Ecuavisa (nacional, privada), TC Televisión (nacional, pública), Teleamazonas (nacional, privada), Telerama (local-regional, privada)

Internet, digitales: El telégrafo (público), Metro noticias (privado), Primicias (privado), La hora (privado), La República (privado)

Twitter: El comercio (prensa, privado), Ecuavisa (televisión, privado), La Hora (prensa, privado), el Universo (prensa, privado), La Voz del Tomebamba (radio, privado)

Impresos: Últimas noticias (nacional, privado), El Comercio (nacional, privado), El Universo (nacional, privado), El Mercurio (local, privado), Expreso (nacional, privado), El Telégrafo (nacional, público)

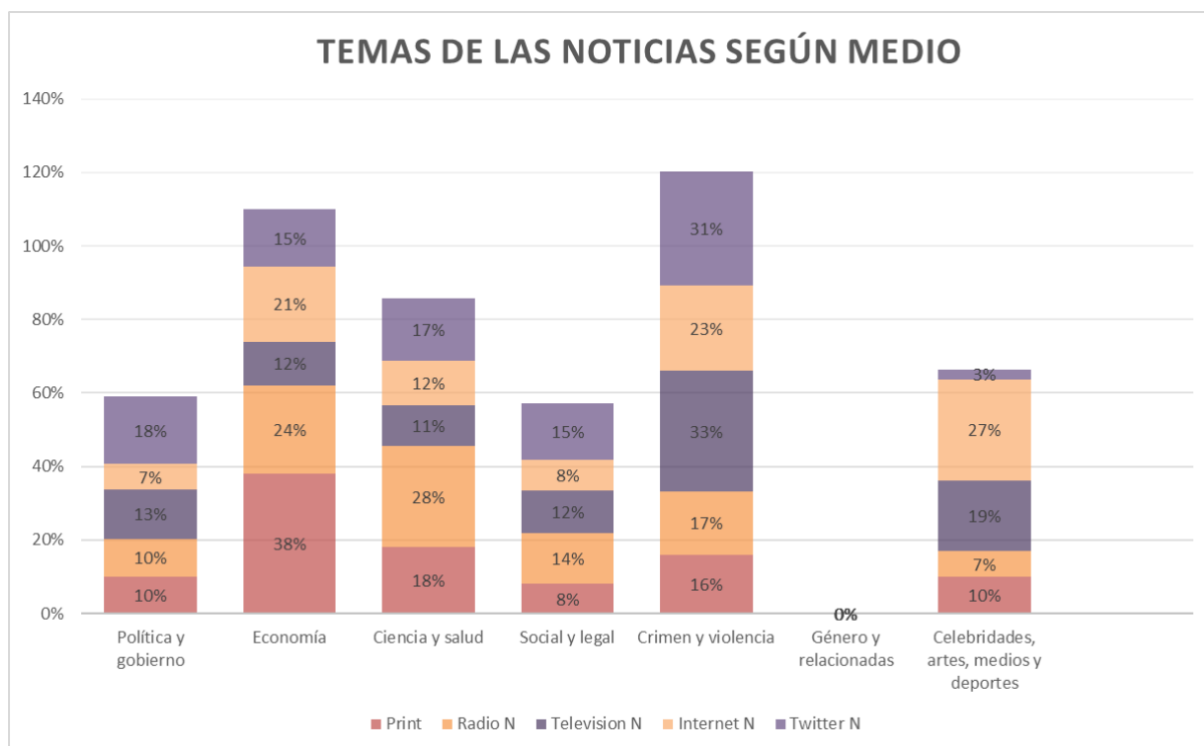
Se analizó 342 noticias en total: 50 impresas, 29 en radio, 119 en televisión, 73 en internet y 71 en twitter.

En cuanto al equipo de monitoreo, se conformó por 10 personas, voluntarias, varias de ellas integrantes del equipo técnico de GAMMA a quienes se sumó un importante grupo de la Universidad Nacional de Educación con su área de investigación y educación, el grupo estuvo conformado por docentes y estudiantes.

TEMAS EN LAS NOTICIAS

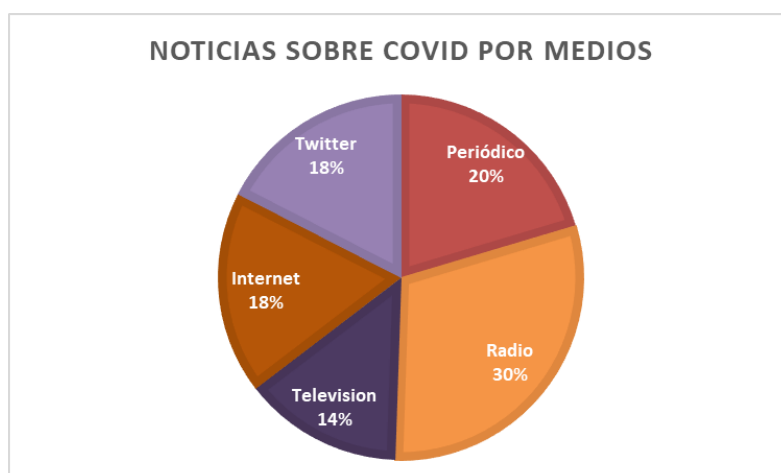
Los principales temas en las noticias de ese día en el Ecuador, son aquellos relacionados con “crimen y violencia”, en primer lugar, luego “economía” y luego “ciencia y salud”, menos presencia se observa de noticias relacionadas con “política y gobierno”, “social y legal”, y “celebridades”, finalmente las noticias sobre “género y relacionadas” no tienen ninguna representación en la agenda mediática del país en el día del monitoreo. Ver gráfico 1.

Gráfico 1



Del total de noticias en este monitoreo se analizó también, qué proporción tiene como tema central el COVID 19, como se puede ver en el gráfico 2, es la radio en donde más noticias sobre COVID se difundieron el día del GMMP (30%). En el gráfico 2, se ha omitido el tema de Género y relacionados, pues no tuvo ninguna representación el análisis de esta variable.

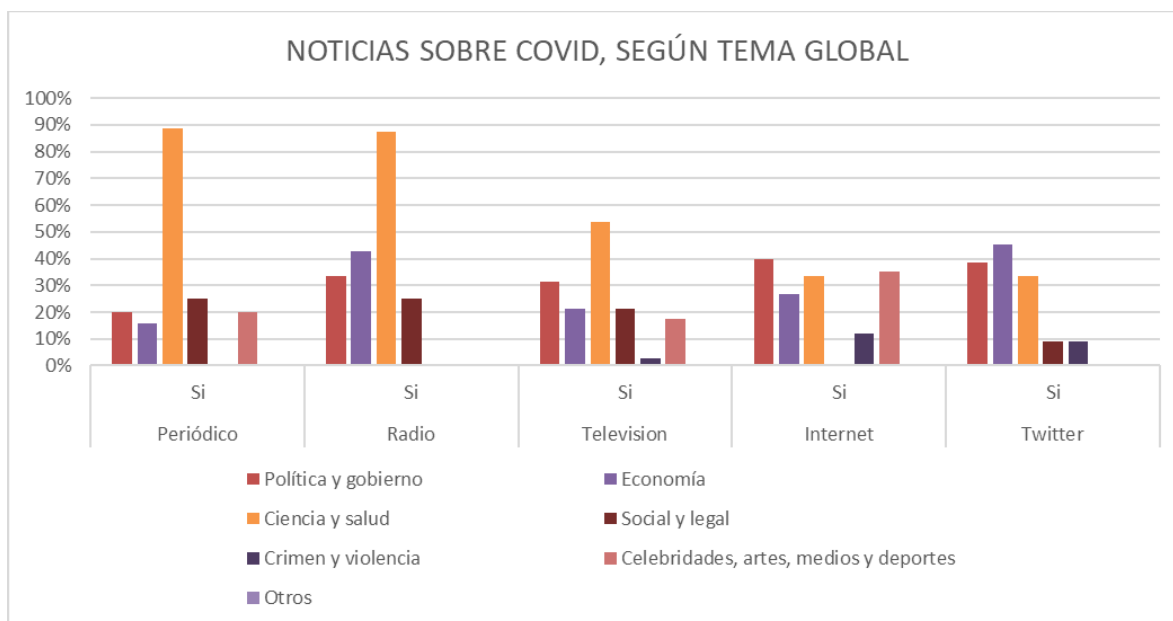
Gráfico 2



Al analizar por temas, lógicamente, es el tópico de Ciencia y salud aquel en donde mayor proporción de noticias sobre COVID 19 se encuentra; en promedio entre todos los medios, alcanza un 72%. El detalle se analiza en el gráfico 3.

Igual que en el caso anterior, en el gráfico 3, se ha omitido el tema de Género y relacionados, pues no tuvo ninguna representación el análisis de esta variable.

Gráfico 3



Las noticias difundidas en medios digitales han sido compartidas a través de twitter en un 96% de casos y un 60% a través de facebook.

En cuanto al twitter, un 97% son twitts originales, solamente un 3% son retwitts.

SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS

A continuación, se presentan los datos que analizan a las personas en las noticias desde varias perspectivas:

La representación global de las mujeres en las noticias es del 23%.

En el gráfico 4 se puede observar la representación de las mujeres en las noticias, según tipo de medio de comunicación.

Vale mencionar que la representación en medios tradicionales y digitales es prácticamente la misma: 24% en el primer caso y 23% en el segundo. Incluso en el tema de celebridades que antes incorporaba una alta participación de mujeres, en este GMMP evidencia una disminución en este porcentaje: 13% en medios tradicionales y 17% en digitales. Finalmente, un detalle a destacar, es el hecho de que en internet y twitter, cuando se trata de noticias económicas las mujeres alcanzan una representación de tan solo 6%.

En este mismo tema, al comparar la situación del Ecuador con los datos para América Latina, se encuentra que es bastante más baja que el porcentaje regional. La representación en esta región, alcanza el 31%, bastante superior a otros GMMP.

El detalle de la representación de mujeres según medios, se encuentra en el gráfico 4.

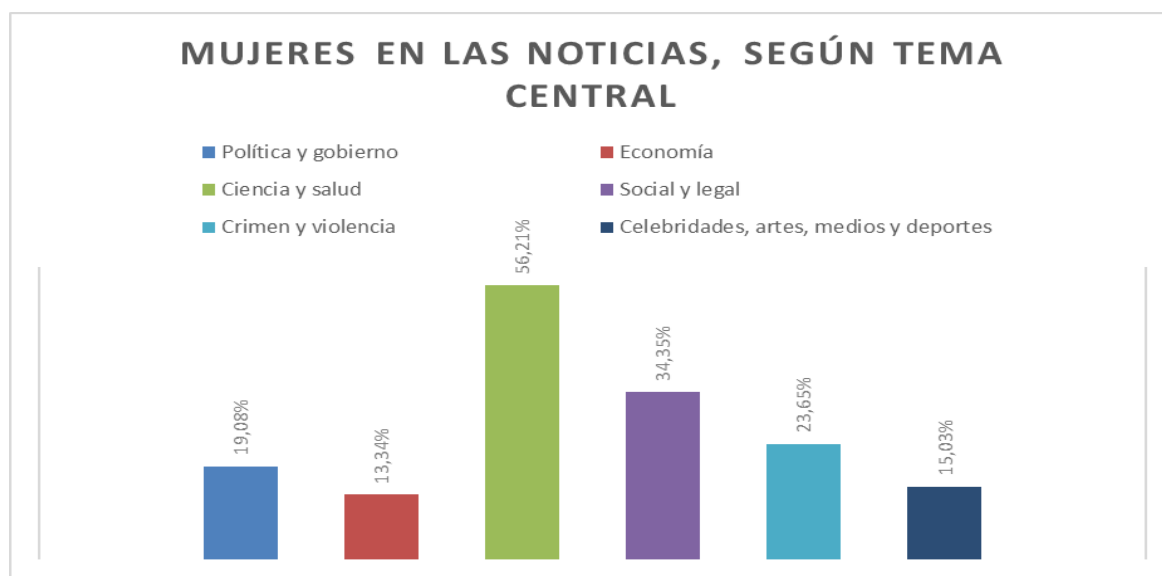
Gráfico 4



En cuanto a las mujeres en las noticias, según tema central de la nota, la más alta presencia se encuentra en las noticias de “ciencia y salud”, seguidas de lejos por “social y legal”, “crimen y violencia”, y finalmente los otros ámbitos. Igualmente en estos gráficos se ha omitido información sobre el tema de “género y relacionados” por encontrarse sin ninguna representación. El tema con menor participación de las mujeres es el de economía.

Este detalle se puede observar en el gráfico 5.

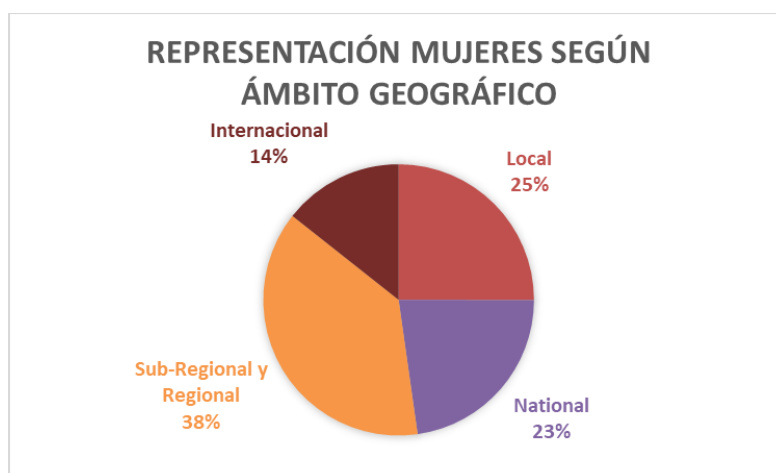
Gráfico 5



En cuanto a la edad, en las noticias de periódicos, las mujeres se encuentran generalmente en los rangos entre 19 a 34 años, y en el de 35 a 49 años. El rango de menos de 12 años tiene un 100% de mujeres en su representación. Los hombres en cambio, aparecen desde los 19 años en adelante. En las noticias de radio y televisión, existe mayor representación de las mujeres todos los rangos de edad

Por otra parte, en cuanto al ámbito geográfico de las noticias, la representación de las mujeres es mayor en lo sub regional y regional, seguida de lo local. Ver gráfico 6.

Gráfico 6



Otro elemento analizado en las noticias es el tamaño de las mismas con respecto al total del medio. En el caso de los periódicos, las noticias de economía, junto con las de ciencia y salud, y, celebridades, artes, medios y deportes, son las únicas que han ocupado una página completa. Las noticias sobre “crimen y violencia” cuya representación es mayor en el estudio, ocupan desde media página o menos.

Las principales actividades que tienen las mujeres como personas en las noticias son: ama de casa, en un 100%, trabajadoras de la salud, trabajadoras sociales o personas que cuidan a niños y niñas, en un 71%; le sigue la de estudiante con un 69%, otras actividades están por debajo del 50%. Vale la pena destacar que actividades como monarcas, realeza, científicas profesionales o ingenieras, figuras religiosas, entre otras, no están representadas por ninguna mujer en las noticias.

La información sobre la función de las personas en las noticias, muestra que las mujeres aparecen principalmente en “opinión popular”, luego “experiencia personal”; en mucho menor porcentaje aparecen como “expertas o comentaristas” y finalmente como “testigos”. El gráfico 7 visualiza esta relación. Cuando las mujeres dan su opinión en la noticia, generalmente su actividad no es explícita en más de 50% de los casos. En el caso de las mujeres expertas, se encuentran en las actividades de policía, militares o empleadas de gobierno.

En las noticias de internet, el porcentaje es mayor, encontrándose un 25% de mujeres presentadas como expertas, 24% como sujetos de la noticia y 17% como portavoces. En twitter, la mayoría aparecen como expertas o comentaristas y en segundo lugar como sujetos de la noticia. Estos elementos marcan una diferencia con el promedio que se genera con los resultados de los medios tradicionales.

Gráfico 7

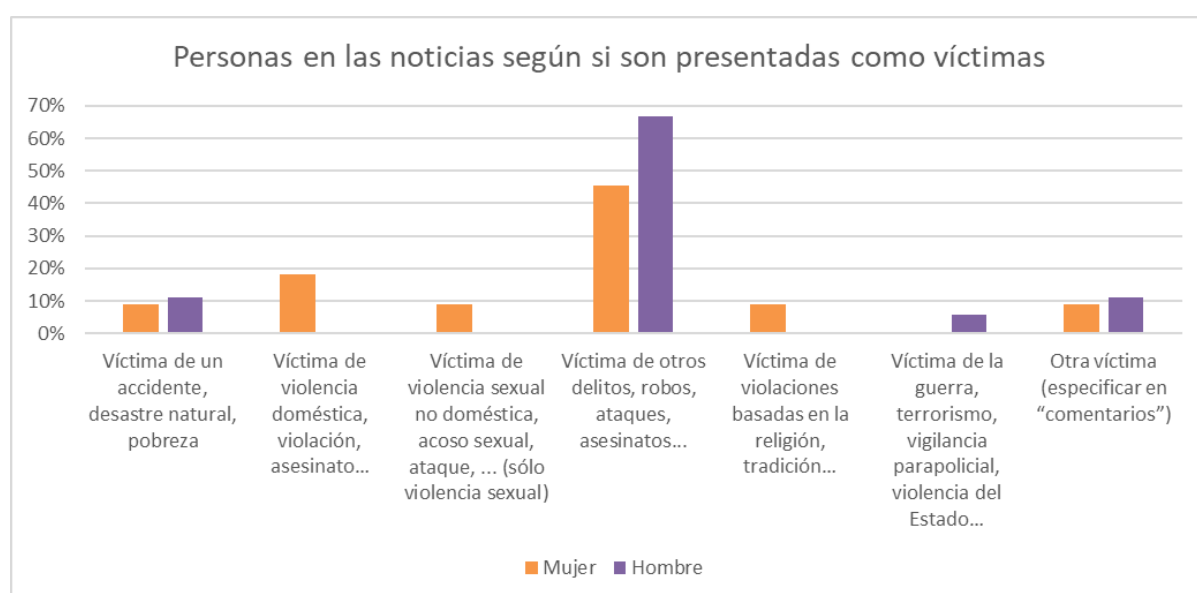


En cuanto a la relación familiar, las mujeres son presentadas en esta descripción, 9 veces más que los hombres.

La variable que define si las personas han sido directamente citadas en las noticias, no presenta un resultado significativamente diferente para mujeres y hombres (79 y 78% respectivamente). De igual manera en las imágenes de personas en las fotografías, no se encuentra una diferencia mayor entre mujeres y hombres (16 y 18% respectivamente). Este dato es mayor en las noticias de internet, en donde las mujeres aparecen en fotografías en un 28%, frente a 19% de los hombres. En internet la relación es diferente, se encuentran citadas directamente un 65% de mujeres frente a un 57% de hombres.

El GMMP también analiza si las personas en las noticias han sido víctimas de violencias de diversa índole. La variable con más mujeres como víctimas es la de víctima de robos y otros delitos, precisamente es esta misma variable la que tiene mayor representación de hombres como víctimas, con 22 puntos más que las mujeres. En cuanto a la violencia doméstica, violencia sexual, así como la violación y la violación basa en religión, evidencian solamente a las mujeres como víctimas. La variable “otra víctima” describe a personas que han sido víctimas por casos de corrupción. En el tema de desastres naturales, igualmente hay más hombres que mujeres en las noticias del día analizado por el GMMP. El gráfico 8, presenta los detalles para profundizar el análisis.

Gráfico 8



Cuando en las noticias se menciona a personas como sobrevivientes, la mayoría son hombres y son principalmente en casos de violencia por otros delitos y robo, o en casos no identificados de manera directa.

En Ecuador como parte de América Latina, se buscó información sobre tres preguntas especiales, de interés particular. En este caso se preguntó 1) si la persona es identificada como agresor por violencia de género; 2) si la persona es identificada como indígena o perteneciente a pueblos tribales ancestrales; 3) si la persona es identificada como parte de grupos antiderechos.

Frente a la primera pregunta, solamente en radio, twitter y televisión se identificaron personas con estas características. De ellas, solo una es mujer, en un total de 10, presentándose una tendencia un poco menor a los datos de América Latina. En cuanto a la segunda pregunta, de igual manera son pocas las personas que se identifican, siendo la mayoría hombres (50%).

Finalmente, en la tercera pregunta no hubo ninguna persona, ni hombre ni mujer identificadas en los grupos denominados antiderechos.

En cuanto a los temas, todas las personas de las preguntas especiales 1 y 2 se encuentran en las noticias de “crimen y violencia”.

PERIODISTAS

Un total de 117 personas que reportan, anuncian o presentan las noticias han sido claramente identificadas. De este total, un promedio de 35 son mujeres, teniendo la más alta representación (55%) en medios impresos. El gráfico 9 presenta el detalle.

Gráfico 9



Las noticias que más son reportadas por mujeres, son las de ámbito internacional. Los temas más reportados por mujeres son los de “crimen y violencia”, “economía”, y “social y “ciencia y salud”. Los que menos, los de “política y gobierno, “social y legal”; y “celebridades, arte, medios y deportes”.

Los temas reportados exclusivamente por hombres son: defensa nacional o fuerzas armadas (radio); y, los reportados 100% por mujeres son: medio ambiente y contaminación (twitter). La mayoría de ocasiones en las que se abordan temas sobre participación política de las mujeres, los reporteros son hombres. Las mujeres reportan en segundo lugar temas relacionados a salud y medicina; los hombres en segundo lugar, temas relacionados con deportes, y luego, con corrupción.

En cuanto a las fuentes, los reporteros tienen como fuente principal a los hombres y las reporteras como fuente principal a las mujeres, cuando está citada directamente la fuente de la noticia. La diferencia es más marcada en el caso de las reporteras (5 puntos de diferencia, frente a 3 puntos en el caso de los hombres). Sin embargo, las reporteras, en un 40% no mencionan directamente a las fuentes, y los reporteros, no lo hacen en un 28% de casos.

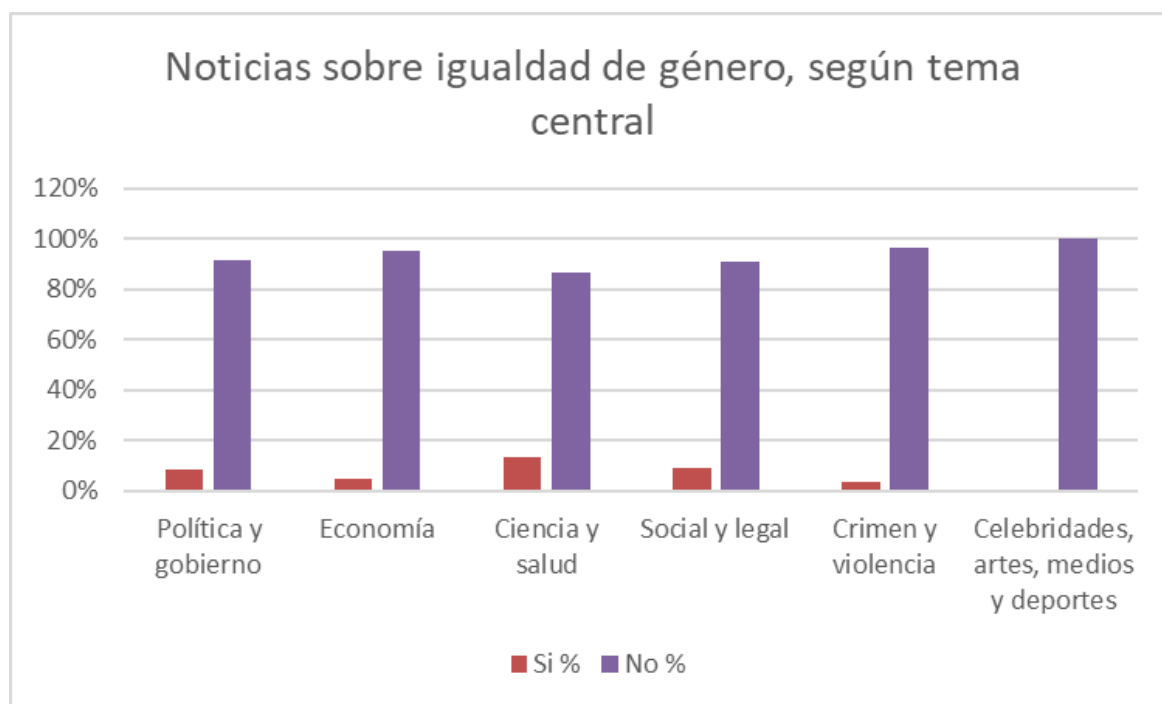
Las mujeres que presentan las noticias en los estudios de televisión, están únicamente en los rangos de edad entre 19 a 49 años mientras que los hombres están desde los 19 años hasta los 79. En el caso de las personas que hacen reportajes fuera de los estudios, las mujeres

están en el mismo rango y los hombres se sitúan entre los 19 a 65 años, cuando se ha identificado esta información. Se debe notar que solo se ha identificado claramente el rango de edad en un 20% de periodistas mujeres y en un 15% de hombres (haciendo reportajes o anunciando las noticias).

PRÁCTICA PERIODISTA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS

Del total de notas solamente un 6% hace relación con temas sobre igualdad de género, normativa o políticas de igualdad. En el gráfico 10 se observa la relación entre las notas que sí hacen referencia a este tema específico, según tema global de las noticias. Se destaca el hecho de que las notas sobre celebridades, artes, medios y deportes que usualmente tenían representación de mujeres, no solamente que en este GMMP no aparecen, sino que también los temas de igualdad en ellas es inexistente.

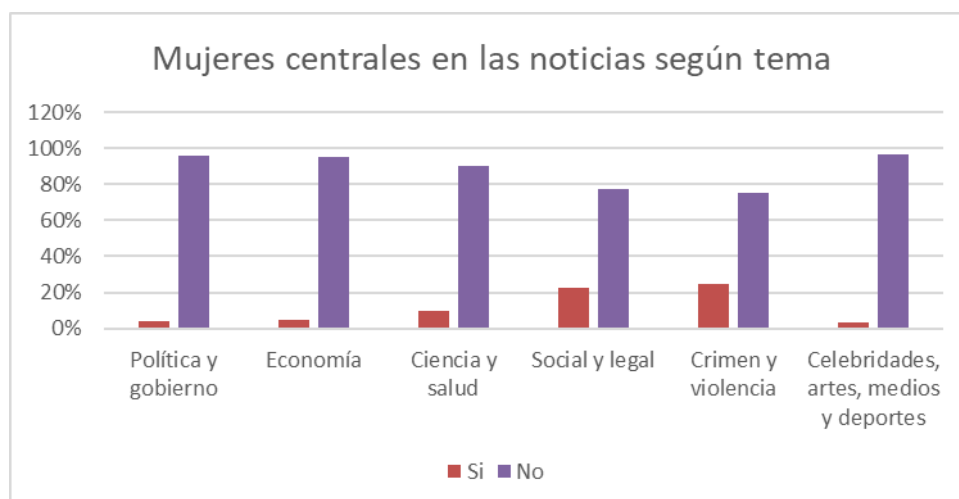
Gráfico 10



En cuanto al sexo de las personas que reportan la noticia, cuando se aborda el tema de igualdad, los de “economía” y “ciencia y salud”, son los únicos reportados por mujeres.

Las mujeres son centrales en las noticias solamente un 13% del total analizado en el monitoreo. De este global, la mayor parte se encuentran en noticias relacionadas con “crimen y violencia”, “social y legal”, y más lejanamente “ciencia y salud”. El gráfico 11 presenta el detalle.

Gráfico 11



En internet la situación es un poco diferente, encontrándose más mujeres como personas centrales en las noticias primero en temas de celebridades, arte, medios y deportes; luego en crimen y violencia y finalmente en salud.

Las noticias que abordan temas sobre igualdad de género se refieren principalmente a medicina, salud, higiene, seguridad, investigación médica y otros en ese ámbito. Con bastante diferencia, le siguen otras noticias sobre política en nivel local, políticas económicas, ciencia y tecnología, relaciones de género, corrupción, crímenes violentos, violencia sexual o raptos.

En cuanto a quienes reportan noticias sobre temas de igualdad, se encuentra que las mujeres principalmente hablan sobre temas de trabajo, huelgas y otras negociaciones, seguidos muy por debajo de temas sobre ciencia, tecnología, y finalmente medicina, salud, higiene y relacionados. Por otra parte, los hombres reportan principalmente noticias sobre políticas de gobierno en nivel local y nacional, luego también sobre medicina y salud y en igual porcentaje, noticias sobre paridad en las elecciones.

Las noticias que evidencian un contenido que desafía los estereotipos de género representan un 7% del total y son principalmente en temas de “social y legal”; y, “crimen y violencia”. Aquellas sobre temas social y legal, son reportadas un 100% por mujeres.

La mitad de las notas que identifican a hombres como agresores, desafían estereotipos de género (hay que recordar que solo son 10 noticias con esta característica).

ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19

Un 24% de notas, en promedio de todos los medios, aborda de alguna manera el tema de COVID 19, siendo la radio el medio en donde más se evidencia esta situación y la televisión en donde menos.

Con respecto a noticias que tienen como referencia directa el tema de COVID 19, un 34% son reportadas por mujeres, y en este caso, el tema principal es “crimen y violencia”, seguido de lejos por “economía”, “política y gobierno” y otros.

Las noticias sobre COVID incorporan elementos sobre igualdad de género en un 8% de casos, principalmente en los temas “ciencia y salud”, “economía”, y “política y gobierno”.

Solo un 1% de estas notas evidencia un contenido que desafía los estereotipos de género y lo hace en el tema de ciencia y salud.

En este grupo de noticias, las personas expertas en los temas de “política y gobierno”, “economía”, “ciencia y salud”, “social y legal” son en su gran mayoría o en el 100% de los casos, hombres. Las mujeres expertas solo aparecen en noticias sobre “crimen y violencia”, luego en “ciencia y salud” con 16 puntos menos que los hombres, y muy por debajo con más de 50 puntos de diferencia en el tema económico.

ESTUDIOS DE CASO

Estudio de caso 1. Una noticia que ha sido estereotipada abiertamente

Título del artículo: “La Revancha pornográfica” es un tipo de violencia digital

Nombre del canal de televisión: Teleamazonas

Resumen y análisis:

La primera parte de la nota hace referencia a que una mujer es víctima de violencia digital por parte de su expareja, se detalla que se han difundido fotos íntimas en redes sociales, hecho que ha ocasionado desprestigio y burlas hacia la mujer, se encuentra puesta la denuncia en fiscalía, pero el acoso continua por parte de la expareja.

En la noticia se presenta imágenes de la mujer mientras se relata los hechos, realizando tomas de cuerpo entero y tomas fragmentadas del cuerpo (rostro, pechos, caderas y piernas), se clasifica esta nota como abiertamente estereotipada pues al escuchar la denuncia que realiza la mujer y ver las tomas se refuerza el imaginario social de que las mujeres son coquetas, seductoras, son culpables y no víctimas. Se presenta a la mujer como objeto sexual.

Al tratarse de una denuncia por parte de la mujer hubiera sido más acertado por parte del medio cubrir su rostro y no realizar tomas de su cuerpo, de esta manera se podría poner énfasis en la violencia hacia las mujeres.

La segunda parte de la noticia presenta la alerta y explicación de parte de las autoridades a las diferentes violencias en línea que existen, proporciona además la nota una estadística sobre víctimas de ciberacoso.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		 GMMP
A: Excelente B: Bueno C: Regular D: Deficiente E: Mala		
<u>Profesionalismo</u> El artículo es equilibrado, imparcial y justa desde una perspectiva de género ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☒ Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> El artículo destaca claramente las dimensiones de los derechos humanos incluso los derechos de la mujer ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☒ Mala, 1	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> El artículo contiene las vistas, perspectivas y preocupaciones de las mujeres tanto como los hombres, en sus propias voces ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☒ Mala, 1
Puntos totales: <u> 3 </u>		GRADE: <u> E </u>
A : 10 – 12 puntos B : 9 – 10 puntos C : 7 – 8 puntos D : 5 – 6 puntos E : 3 – 4 puntos		

Estudio de caso 2. Una noticia que constituye una oportunidad perdida o que no tiene una perspectiva de género

Título del artículo: Reforma ordenanza de legalización de tierras en el sector rural

Nombre de la radio: Ondas Cañaris

Resumen y análisis:

La noticia da a conocer sobre la reforma a una ordenanza para la legalización de las tierras en el sector rural, y las acciones que el concejo deberá seguir para que el documento garantice la legitimidad de las tierras y pueda ser aprobada en segundo debate.

La noticia pone énfasis en la tramitología que conlleva realizar y aprobar una ordenanza, pero no pone énfasis en su contenido, perdiendo la oportunidad de subrayar la necesidad de contar con una ordenanza de legalización de tierras que contemple la realidad de las personas del sector rural, especialmente de las mujeres; se pierde la posibilidad de hacer visible el porcentaje de mujeres que son propietarias de terrenos rurales, con lo cual se hubiera podido argumentar que a más de la ordenanza para legalización de tierra hace falta también políticas públicas para la igualdad para las mujeres rurales.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS 		
A: Excelente B: Bueno C: Regular D: Deficiente E: Mala		
<u>Profesionalismo</u> El artículo es equilibrado, imparcial y justo desde una perspectiva de género ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 X ☐ Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> El artículo destaca claramente las dimensiones de los derechos humanos incluso los derechos de la mujer ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 X ☐ Deficiente, 2 ☐ Mala, 1	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> El artículo contiene las vistas, perspectivas y preocupaciones de las mujeres tanto como los hombres, en sus propias voces ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 X ☐ Mala, 1
Puntos totales: ____4____ A : 10 – 12 puntos B : 9 – 10 puntos C : 7 – 8 puntos D : 5 – 6 puntos E : 3 – 4 puntos		GRADE: ____E____

Estudio de caso 3. Una nota que presenta conciencia de género

Título del artículo: Las mujeres comienzan a tomar más protagonismo en la dirigencia del fútbol ecuatoriano

Nombre del canal de televisión: TC Televisión

Resumen y análisis:

La noticia presenta de forma abierta la inserción de las mujeres en el fútbol ecuatoriano, pero esta vez no como jugadoras sino como dirigentes de los clubs, destacan sus decisiones frente al club, los logros obtenidos durante los partidos y la capacidad de dirigencia.

La nota claramente desafía el estereotipo de género que presenta por lo general a los deportes y principalmente al fútbol y sus espacios de dirigencia como lugares exclusivos para hombres, la nota contiene un lenguaje inclusivo y adecuado.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
A: Excelente B: Bueno C: Regular D: Deficiente E: Mala 		
<u>Profesionalismo</u> El artículo es equilibrado, imparcial y justo desde una perspectiva de género X ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☐ Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> El artículo destaca claramente las dimensiones de los derechos humanos incluso los derechos de la mujer ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 X ☐ Deficiente, 2 ☐ Mala, 1	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> El artículo contiene las vistas, perspectivas y preocupaciones de las mujeres tanto como los hombres, en sus propias voces X ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☐ Mala, 1
Puntos totales: ____10____ A: 10 – 12 puntos B: 9 – 10 puntos C: 7 – 8 puntos D: 5 – 6 puntos E: 3 – 4 puntos		GRADE: ____A____

Estudio de caso 4. Una nota que presenta conciencia de género

Título del artículo: Llegada de la mujer a la Luna contra la desigualdad de género en el espacio.

Nombre del sitio web de noticias por internet: Metronoticias

Resumen y análisis:

La noticia trata sobre la llegada de la mujer a la Luna, presenta información clara sobre la desigualdad entre mujeres y hombres existente en la sociedad, lo que ha impedido que las mujeres participen en mayor número dentro de los programas espaciales, se enriquece la información al presentar estadísticas sobre la presencia de las mujeres en la actualidad en las estaciones espaciales.

Contribuye con una reseña histórica de las mujeres y sus valiosos aportes dentro de las estaciones espaciales y visibiliza el modelo de lo humano que se estableció para las personas candidatas a viajar a la luna, siendo este el modelo de un hombre, resaltan que este modelo empezó a cambiar desde que las mujeres empezaron las luchas por sus derechos.

La nota permite avanzar a la equidad de género visibilizando los roles que las mujeres realizan en las estaciones espaciales, al estar al frente de misiones espaciales y realizar la primera caminata espacial solo de mujeres, ser las diseñadoras de programas informáticos.

Así mismo, recupera y visibiliza a diversas mujeres en esta área de la ciencia y el conocimiento desde hace varios años; este tipo de abordaje aporta con la creación de nuevos modelos a seguir, mismos que rompen los estereotipos de género y aportan a la igualdad.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
A: Excelente B: Bueno C: Regular D: Deficiente E: Mala 		
<u>Profesionalismo</u> El artículo es equilibrado, imparcial y justa desde una perspectiva de género X ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☐ Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> El artículo destaca claramente las dimensiones de los derechos humanos incluso los derechos de la mujer X ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☐ Mala, 1	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> El artículo contiene las vistas, perspectivas y preocupaciones de las mujeres tanto como los hombres, en sus propias voces X ☐ Bueno, 4 ☐ Regular, 3 ☐ Deficiente, 2 ☐ Mala, 1
Puntos totales: ____12____ A: 10 – 12 puntos B: 9 – 10 puntos C: 7 – 8 puntos D: 5 – 6 puntos E: 3 – 4 puntos		GRADE: ____A____

RESUMEN Y CONCLUSIONES

La discriminación, estereotipación e invisibilización de las mujeres en las noticias en los medios de comunicación en el Ecuador, es un elemento persistente. Si bien al comparar los resultados actuales con el V GMMP (2015), se pueden encontrar atisbos de cambio en esta representación, los retos y desafíos aún continúan.

El porcentaje de noticias sobre COVID 19 en la agenda mediática evidencia la alta incidencia de esta situación en el país y en el mundo; llama particular atención el hecho de que sea la televisión el medio en donde menos se aborda la situación de COVID 19. Esta situación podría estar dando señales de un contexto que muestra una tendencia hacia el uso los medios virtuales, y se observa que las personas cada vez más, utilizan estos medios y las redes sociales para mantenerse informadas.

Es notorio que en ninguna de las noticias el tema central fuese género y relacionados, hecho que da cuenta de una prácticamente nula incorporación de este tema en la agenda mediática regular. Si bien se mencionan en algunas notas hechos relacionados con la situación de las mujeres, como el tema del área rural o hechos sobre violencia, las notas no destacan desde ninguna perspectiva, el tema de igualdad.

La representación de mujeres en las noticias ha alcanzado 2 puntos más que hace 5 años, en el GMMP 2015, representando un 23%, dato que aún está por debajo del promedio en Latinoamérica, en donde el porcentaje alcanza un 26%.

La menor presencia de las mujeres se encuentra en el tema de economía, elemento que evidencia las brechas de género existentes en este campo.

Las mujeres son visibles en las noticias en rangos de edad menores que los hombres, esto nos lleva a concluir que persiste el estereotipo que relaciona a las mujeres con un estereotipo de belleza que incluye entre otros elementos, la presión para las mujeres de verse siempre jóvenes. Este tema se refuerza también con la presencia de mujeres entre 19 y 49 años como reporteras, mientras que los hombres periodistas (reporteros, anunciadores o presentadores) están entre los 19 y 79 años. Esta tendencia es la misma que en el V GMMP (2015).

En cuanto a los temas de las noticias, es un elemento de atención el hecho de que sea el de crimen y violencia aquel con más número de noticias en el conteo global, le sigue el de economía y luego el de ciencia y salud; este último tiene directa relación con la pandemia, sin embargo, el primero en relevancia da cuenta de una situación social de urgente atención.

Como se mencionó, el tercer tema al que se refieren las noticias es aquel sobre ciencia y salud, adicionalmente, en este tema se observa una alta presencia de mujeres, de hecho, es el tema donde mayor presencia de las mujeres se observa; este hecho podría significar una tendencia de visibilización de las mujeres en actividades no tradicionales y temas de los que generalmente han estado excluidas.

Los estereotipos de género continúan siendo la marca en este GMMP, la función ama de casa es ocupada en un 100% de casos por mujeres; le sigue la de trabajadoras de la salud en un 71% y luego la de estudiantes con un 69%. La relación entre la situación de vulnerabilidad de las mujeres durante la pandemia se corrobora en este tipo de cifras que muestran la alta participación de las mujeres en la primera línea de atención.

En el mismo sentido, la participación de las mujeres en función de “opinión popular” y “experiencia personal”, de manera preponderante hace que continúen siendo excluidas o, con inferior participación como “expertas comentadoras” o como “testigos”. El porcentaje de mujeres expertas sube en noticias digitales al 24%, este elemento puede ser un factor

impulsor para lograr cambios sobre la representación de las mujeres, reafirmando la necesidad de fortalecer la incidencia en este ámbito de la comunicación.

En el GMMP 2015, las mujeres aparecían en relación familiar 3 veces más que los hombres, lamentablemente esta cifra ha empeorado visiblemente, encontrándose una correlación de 9 veces más que los hombres. La economía de cuidados con la consecuente sobrecarga de trabajo para las mujeres durante la pandemia es un elemento confirmado en varios estudios realizados por la CEPAL, el hecho de mencionar a las mujeres haciendo referencia a su situación familiar, reafirma la asignación social de roles relacionados con el cuidado de la familia, ya sea como madre, hermana, hija, u otra.

Las noticias en donde aparecen personas como víctimas, evidencian un claro sesgo de género; el 100% de víctimas de violencia doméstica, violación, sexual, violación basada en la religión, son mujeres; este hecho reafirma la brecha de inseguridad existente para las mujeres. Desde la perspectiva de la comunicación, es necesario que el abordaje de este tipo de notas incorpore un análisis desde el enfoque de derechos y que aporte para la información adecuada, sin estigmatización o revictimización.

En cuanto al ejercicio periodístico, solamente se identifican 35 mujeres de un total de 117 personas que reportan, anuncian o presentan noticias, lo que evidencia una brecha en este ámbito y es un llamado para tomar acciones hacia la paridad en la comunicación. De la mano con el tema de la paridad, el ámbito en donde menos mujeres periodistas se identifican es el de política y gobierno.

Un avance frente al GMMP 2015 es el hecho de que ahora se encontró un porcentaje (bajo todavía) de noticias que desafían los estereotipos de género, hasta el GMMP anterior, no se encontraba ninguna noticia en esta categoría. Este hecho se convierte también en un elemento impulsor hacia cambios más sostenidos de visibilización.

Adicionalmente, las noticias en donde se abordan temas de igualdad o normativa sobre derechos de las mujeres son aquellas relacionadas con medicina, salud, higiene, seguridad, y otras en ese ámbito, hecho que presenta una oportunidad para la flexibilización de roles que aportan en la construcción de igualdad en la representación.

RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025

A partir de los datos, avances y retrocesos que presenta el GMMP 2020 para el Ecuador, podemos adelantar las siguientes recomendaciones que son también resultado de la práctica de GAMMA con el Observatorio Ciudadano de la Comunicación en Cuenca, cuya experiencia suma 17 años de incidencia local, nacional e internacional para la formación de una cultura crítica frente a los mensajes de los medios de comunicación y redes sociales.

Así, a continuación, se encuentran estas recomendaciones:

- Fortalecer las acciones de investigación, formación, participación e incidencia del Observatorio de Cuenca, OCC, principalmente del salón de la comunicación, como espacio para la construcción de una cultura de lectura crítica de los mensajes de los medios en el marco de los derechos de las mujeres y como aporte para la implementación de acciones con base en la Plataforma de Acción de Beijing, en su esfera J.
- Difundir ampliamente los resultados del GMMP 2020, analizando los avances, retrocesos y desafíos con diversos grupos focales relacionados con la comunicación, a través de foros, campañas, conversatorios.
- Construir mensajes amigables para la difusión de los resultados, con la utilización de gráficos, multimedia y plataformas digitales
- Fortalecer el trabajo con organizaciones y colectivos de comunicación en el ámbito de la academia, el ejercicio periodístico y otros ámbitos relacionados, de manera que se logre comprometerles en la construcción de una comunicación libre de sexismo que aporte a la igualdad.
- Fortalecer las alianzas para acciones de análisis, movilización e incidencia social en nivel nacional, regional y mundial
- Ampliar las acciones para la sensibilización y formación en lectura crítica medios para que cada vez más personas se sumen a un proceso de autoregulación que beneficie la producción y difusión mediática responsable y comprometida con los derechos humanos.
- Mantener el salón de la comunicación como espacio privilegiado para la participación y el fortalecimiento de la democracia.
- Propiciar la realización de monitoreo y estudios contrastados, de manera que se visibilice la relación entre los mensajes de los medios en la situación de las mujeres, a partir de comparaciones con estadísticas sobre economía de cuidados, participación política, economía, empleo, y otras áreas sobre las que el GMMP puede aportar información sustantiva.
- Difundir los resultados a través de medios diversos, cercanos, amigables, claros, incorporando las principales conclusiones y los desafíos a lograr con miras al VII GMMP

Anexo 1. Metodología^[1]

Una característica clave de la investigación longitudinal es que posibilita realizar una evaluación del cambio a lo largo del tiempo en las variables observadas. En el caso del GMMP (Proyecto Monitoreo Mundial de Medios), que estudia las dimensiones de igualdad de género del contenido de los medios de comunicación, los métodos de recopilación y análisis de datos se han mantenido consistentes a lo largo del tiempo para capturar el cambio con precisión. Al igual que en años anteriores, la metodología y los indicadores estudiados se han mantenido relativamente estables para permitir las comparaciones históricas.

Proceso

El día de monitoreo global programado inicialmente para el primer trimestre de 2020 se pospuso para más adelante en el año debido a la situación y a las medidas ocasionadas por la primera ola de coronavirus (Covid-19) en todo el mundo. A medida que se acercaba el día de monitoreo en abril, rápidamente quedó claro que proceder según lo planeado daría como resultado una muestra de noticias que se centraría casi por completo en las historias de coronavirus. Surgió una nueva necesidad de abordar los aspectos prácticos del monitoreo durante los confinamientos y los toques de queda impuestos para contener la propagación del virus, ya que las sesiones regulares de codificación comunitaria ahora estaban fuera de discusión para la mayoría de los equipos. Los riesgos para la salud y los medios de vida, la necesidad de encontrar formas de hacer frente a la vida cotidiana, desplazarían al GMMP hacia abajo en la escala de prioridades de los equipos voluntarios, aumentando potencialmente la tasa de deserción. Estos nuevos desafíos exigieron una pausa en los planes de manera que se busquen colectivamente soluciones para lograr poner en marcha las herramientas y los recursos necesarios antes de que pudiera continuar el trabajo de preparación del monitoreo.

El grupo asesor técnico del GMMP y el equipo de desarrollo de la base de datos Code for Africa trabajaron para abordar sistemáticamente los problemas. Se estableció una nueva fecha de monitoreo para septiembre, las herramientas de codificación se ajustaron para capturar historias de Covid-19 sin comprometer la posibilidad de comparar resultados a lo largo del tiempo, de acuerdo a los temas centrales de la noticia; se pusieron a disposición exhaustivos recursos de capacitación audiovisual sobre cómo codificar noticias sobre la pandemia, se desarrollaron instrumentos de codificación electrónica y los equipos se capacitaron nuevamente en numerosos seminarios web que fueron desarrollados de manera virtual.

Al igual que con las ediciones anteriores del GMMP, la captura de datos inicial se llevó a cabo fuera de línea por parte de los equipos de voluntarios en los 116 países participantes. Para el GMMP 2020, se proporcionó una versión en hoja de cálculo de las hojas de codificación, para permitir el registro electrónico del análisis inicial de las noticias.

En el período previo al día de monitoreo, se organizaron sesiones de capacitación regionales y nacionales para lograr una comprensión uniforme de los equipos acerca de la metodología y el enfoque nuevo de la codificación en el marco de la pandemia por COVID 19. Los equipos recibieron capacitación sobre selección de medios, selección de noticias y artículos, la cantidad de medios a codificar y cómo seleccionar la información contextual de cada país.

Para el GMMP 2020, los equipos podrían elegir entre dos posibles opciones para el monitoreo:

- **Monitoreo completo**, cuyos resultados brindan una imagen integral del estado de situación de la igualdad de género en los medios de comunicación.

- **Monitoreo corto**, una versión más breve que se centra en los indicadores clave del GMMP; pensado para equipos que deseen participar pero que puedan verse limitados a la hora de implementar el monitoreo completo.

Para asegurar la precisión en el proceso de codificación, se grabaron noticieros de radio y televisión, y se recolectaron copias de piezas de medios digitales e impresos. A través de los diferentes tipos de medios, tanto para seguimiento completo como corto, los monitores capturaron información sobre la historia, sus temas principales y las personas en la noticia, como periodistas, como sujetos y fuentes de la historia. Además, se realizaron tres preguntas especiales opcionales, únicas para cada país, que permitieron a cada país analizar temas de interés nacional. Para propósitos de estandarización, así como por la naturaleza multilingüe de este estudio, todas las respuestas fueron codificadas numéricamente a partir de listas fijas.

Para permitir la comparabilidad de los datos recopilados de una agenda de noticias, con gran cantidad de notas sobre COVID 19, con los resultados históricos del GMMP, se incluyó una pregunta adicional que preguntaba si la historia (noticia) estaba relacionada con Covid-19. Para esos casos, se solicitó a los equipos de monitoreo que codificaran el tema secundario más relevante. Si bien las noticias mundiales se habían diversificado a niveles prepandémicos para el día de monitoreo global, el análisis regional demostró la importancia de esta pregunta, particularmente para América del Norte y Medio Oriente, que registraron el 37% y el 36% de las historias relacionadas con Covid-19, respectivamente.

Bandas de medios

El sistema de bandas de medios se introdujo en 2005 para garantizar un cuerpo más uniforme de las noticias analizadas para la cantidad de datos global, también ha servido como punto de referencia para que cada país tenga un número mínimo de medios a monitorear. Este sistema se ha mantenido para el GMMP de 2020 y se desarrolló con el aporte de los equipos coordinadores de país.

Ponderación

Si bien el GMMP busca comprender cómo se representa el género (igualdad de género) en los medios de todo el mundo, las diferencias en el acceso y el impacto de los medios en los países participantes pueden implicar que una simple adición de datos, en más, conduciría a resultados sesgados. Por ejemplo, si un país como Francia envió datos de 100 medios, las entradas de un país más pequeño como Fiji tendrían poco o ningún impacto en los resultados. Además, aunque dos países pueden tener un número similar de periódicos, su impacto, en términos del número de personas que los leen, puede ser significativamente diferente. Para abordar estos desafíos, GMMP 2020 actualizó, volvió a probar y aplicó el sistema de ponderación desarrollado por primera vez para la edición de 2005.

Precisión

El GMMP involucró a varios miles de personas en 116 países de diversos grupos que trabajan en temas de medios y género, pero también en la academia, organizaciones sociales y personas con diferentes habilidades de investigación y trabajando en una amplia gama de idiomas. Para un estudio de esta escala, era crucial que se considerara la precisión en cada etapa, para mantener los altos niveles alcanzados en años anteriores. Los errores de entrada y procesamiento de datos pueden tener graves efectos de sesgo en el análisis de datos, lo que da como resultado una tergiversación de las variables observadas. Para minimizar este riesgo, aprovechamos una variedad de procesos automatizados, así como la amplia experiencia de monitoreo de medios de los coordinadores y coordinadoras de país.

Limitaciones

Como ocurre con cualquier estudio, se hizo un gran esfuerzo para garantizar la precisión de los datos. Como se observó en GMMP anteriores, no se puede determinar un error de medición exacto debido a la magnitud del estudio. La medición de error convencional involucraría a diferentes investigadoras codificando la misma historia y luego calculando un nivel de error a partir de las diferencias entre los resultados. Aunque esto no fue posible para GMMP, se han seguido los mecanismos de las mejores prácticas para asegurarnos de que hubiera errores mínimos en el proceso de generación de análisis y captura de datos.

Acerca de Code for Africa

[Code for Africa](#) (CfA) es la red más grande del continente, de laboratorios indígenas africanos de tecnología cívica y periodismo de datos de investigación, con más de 70 empleados en 19 países, que construyen soluciones de democracia digital destinadas a brindar a la ciudadanía acceso sin restricciones a información procesable que les permita tomar decisiones informadas y fortalecer el compromiso cívico para mejorar la gobernanza pública y la rendición de cuentas.

^[1] See the global report for the extended discussion on the GMMP 2020 methodology

Anexo 2. Lista de monitoras y monitores

Gabriela Avila, GAMMA
Santiago Mejía, GAMMA
María Esther Pesántez, voluntaria GAMMA
Sandra López, GAMMA
Marcela Samudio
Roberto Ponce
Nicole Soria, UNAE
Víctor Orellana
Ismenia Valentina Suárez
Génesis Hurtado



WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
[@whomakesthenews](http://www.whomakesthenews.org)

GAMMA
Octavio Díaz 8-15 y Juan José Flores
Cuenca, Ecuador

Telf: 593 2806791
www.gammaecuador.org
[@gammaecuador](#)