



GMMP+30

INFORME NACIONAL: ECUADOR



GMMP+30

Proyecto de
Monitoreo Mundial
de Medios

2025

GMMP 2025 aparece bajo licencia de creative commons utilizando una Attribution-NonCommercial-NoDerivs. El GMMP 2025 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 2025 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 de comunicación, asociaciones de periodistas, redes de medios de comunicación alternativos y grupos religiosos.

Sin fines comerciales. No se permite el uso de esta obra con fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se permite alterar, transformar o desarrollar esta obra.

Para cualquier uso o distribución, se deben dejar claras a los demás las condiciones de la licencia de esta obra. El uso legítimo y otros derechos no se ven afectados en modo alguno por lo anterior.



creative commons



Con el apoyo de



Reconocimientos

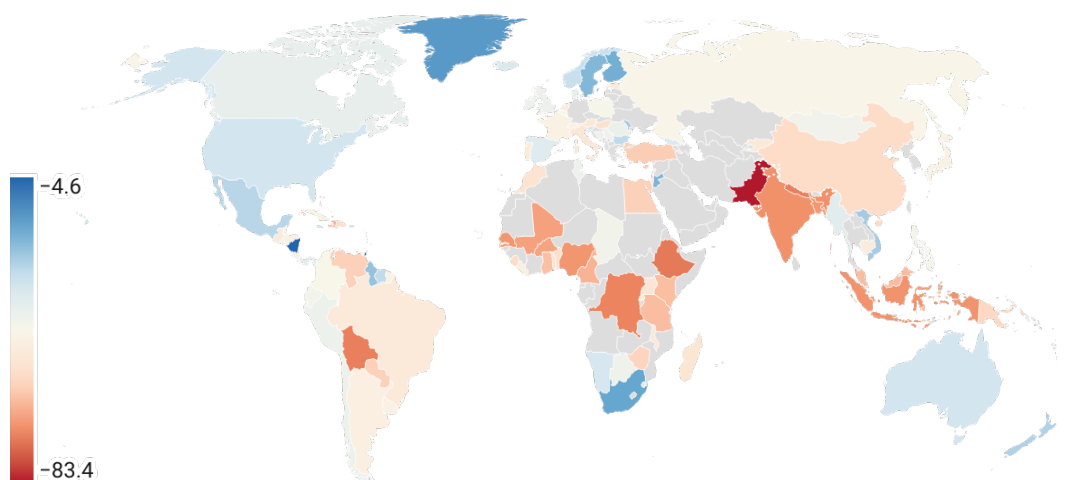
El equipo de monitoreo para el GMMP 2025 en el Ecuador, quiere plasmar su reconocimiento a todas las personas que se sumaron con sus manos, su voz, su pensamiento y voluntades para que se levante una nueva edición de este gran esfuerzo mundial.

Con este informe y la participación en el GMMP 2025, reafirmamos nuestro compromiso con el movimiento feminista y sus principios fundantes, la justicia social y la democracia como elementos indispensables para alcanzar la igualdad.

Tabla de contenido

PREFACIO	1
Contexto global	1
Contexto América Latina	5
Contexto nacional	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN ECUADOR	10
EL CONTEXTO	10
TEMAS EN LAS NOTICIAS	10
SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS	13
PERIODISTAS	20
PRÁCTICA PERIODÍSTICA: CENTRALIDAD DE MUJERES, ESTEREOTIPOS Y DERECHOS HUMANOS	21
ENFOQUE EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO	23
ESTUDIOS DE CASO	24
RESUMEN Y CONCLUSIONES	28
RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2026-2030	29
Anexo 1. Metodología	32
Anexo 2. Lista de monitoras y monitores	34

Índice de Igualdad de Género en los Medios de Comunicación (GEM-I) 2025



1. El GEM-I calcula la brecha promedio de género en las noticias basado en 6 indicadores del GMMP. +100 significa que todas las personas en las noticias (sujetos, fuentes y reporteros) son mujeres. -100 indica que todas las personas en las noticias son hombres. 0 indica igualdad de género. 2. El mapa se basa en los últimos valores GEM-I de cada país. Se aplican los valores GMMP 2020 para aquellos que no participaron en la edición de 2025. 3. Consulte el informe para detalles sobre el cálculo.

Source: Proyecto Mundial de Monitoreo de Medios • Created with Datawrapper

PREFACIO

Contexto global

La Declaración y Plataforma de Acción de Beijing parte de la premisa de que «el empoderamiento de las mujeres y su plena participación en condiciones de igualdad en todas las esferas de la sociedad, incluida la participación en el proceso de toma de decisiones y el acceso al poder, son fundamentales para el logro de la igualdad, el desarrollo y la paz» (Naciones Unidas, 1995). Concretamente, la Declaración, en su sección «J», estableció los siguientes objetivos relacionados con las mujeres y los medios de comunicación: Objetivo estratégico J1. «Aumentar la participación y el acceso de las mujeres a la expresión y la toma de decisiones en y a través de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la comunicación. Objetivo estratégico J2. Promover una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de comunicación» (Naciones Unidas, 1995).

El primer monitoreo mundial surgió de la necesidad de obtener evidencia empírica sobre el lugar, el papel y la participación de las mujeres en las noticias¹. Posteriormente, la Plataforma de Acción de Beijing consagró la supervisión de los medios de comunicación como una estrategia para alcanzar el objetivo estratégico J1. Se alentó a las organizaciones no gubernamentales y a las asociaciones profesionales de medios de comunicación a crear «grupos de vigilancia de los medios de comunicación que puedan supervisar y consultar con los medios de comunicación para garantizar que se reflejen adecuadamente las necesidades

¹ Lea más sobre la Declaración de Bangkok en el texto completo que emanó de la conferencia “Mujeres Empoderando La Comunicación” en el cual la idea del GMMP nació: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/documents/bangkok%20dec%20sp.pdf>

y preocupaciones de las mujeres» (párrafo 242a).

El GMMP se convirtió en la iniciativa de investigación y promoción de la igualdad de género más grande y de mayor trayectoria en y a través de los medios de comunicación. Desde 1995, cada cinco años, el GMMP realiza una fotografía de las dimensiones clave de la igualdad de género en las noticias. A lo largo de treinta años, el GMMP ha recopilado datos de más de 160 países, con al menos una observación para cada variable y país.

El panorama mediático mundial ha cambiado profundamente, pero el lugar que ocupan las mujeres en él no ha variado. La evolución de la presencia de las mujeres en el sector de noticias a lo largo de este periodo no ha sido tan drástica. El GMMP revela que, en muchos sentidos, el statu quo caracterizado por una grave subrepresentación de mujeres y una visión distorsionada de sus roles en la sociedad persiste en los contenidos de noticias.

Resultados globales. Aspectos destacados

Los resultados globales se basan en 29 935 artículos periodísticos que mencionan a 58 321 personas y 26 560 profesionales de la noticia en 94 países durante la séptima jornada mundial de monitoreo, celebrada el 6 de mayo de 2025.

- 1. Hace treinta años, el informe del primer GMMP pedía un cambio en la cobertura más allá de los ámbitos del poder político y económico, dominados por los hombres. La jerarquía de las «noticias serias» en los medios tradicionales no solo ha persistido a lo largo del tiempo, sino que también se ha trasladado a los medios digitales.**

La digitalización no supuso una ruptura radical con las normas patriarcales del periodismo tradicional. Por el contrario, sigue reforzando y amplificando una jerarquía informativa que privilegia los ámbitos y los temas centrados en el poder, es decir, aquellos dominados por los hombres. El reto es triple. En primer lugar, dismantelar el sesgo de las «noticias duras»; en segundo lugar, integrar de forma más intencionada los espacios y los temas de mayor preocupación para las mujeres y, en tercer lugar, permitir la visibilidad y la voz de las mujeres presentes en espacios tradicionalmente dominados por los hombres.

- 2. Tras un periodo de mejora lenta pero constante, el progreso hacia la paridad de género en las noticias se ha estancado desde aproximadamente 2010, sin alcanzar el 50 % en ningún tipo de medio de comunicación.**

Treinta años después de Pekín, las mujeres representan el 26% de las personas que aparecen, se escuchan o se mencionan en las noticias tradicionales (el 29% en los sitios web de noticias). La aguja se ha desplazado 9 puntos en los medios tradicionales desde 1995 y 4 puntos en las noticias en línea durante los últimos 10 años.

Los grupos minoritarios tienen cinco puntos más de probabilidades de aparecer en las noticias digitales que en los medios tradicionales. La probabilidad de que las mujeres pertenecientes a minorías aparezcan en las noticias como protagonistas principales o como entrevistadas es de dos entre cien en los medios tradicionales (3% para los hombres) y del 4% en los sitios web de noticias (5% para los hombres).

- 3. La visibilidad de las mujeres en las noticias políticas y económicas ha aumentado significativamente —en 15 puntos para cada tema — durante las últimas tres décadas.**

La grave infrarrepresentación observada en 1995 (7% en las noticias políticas, 10% en las económicas) ha mejorado. La presencia de las mujeres en las noticias deportivas es pésima, ya que solo representan el 15% de los sujetos y de las fuentes.

4. La proporción de mujeres que prestan testimonio como expertas ha crecido notablemente a lo largo de las últimas décadas, registrando el mayor aumento (+7 puntos) en las noticias digitales desde 2015.

En los medios tradicionales, la brecha de género en los puestos de autoridad como expertos y portavoces se ha reducido a un ritmo más lento que en el caso de las personas que aportan testimonios basados en la opinión popular y la experiencia personal, roles comunes que no requieren conocimientos especializados.

5. Los patrones de representación sesgada por género persisten a pesar de décadas de cambios en los roles de las mujeres en el mundo real.

Desde 2010, las mujeres siguen siendo aproximadamente dos veces más propensas que los hombres a ser retratadas como víctimas. Históricamente, las mujeres solían ser retratadas como víctimas de accidentes o pobreza. Este patrón se invirtió en 2025, cuando «otros delitos» y «violencia doméstica» (por parte de parejas íntimas y familiares) se convirtieron en las principales categorías de víctimas.

Las mujeres retratadas como supervivientes en los medios de comunicación tradicionales eran más propensas a haber sobrevivido a «accidentes, desastres naturales, pobreza y enfermedades» en estudios anteriores del GMMP. En 2025, se las retrata con mayor frecuencia como supervivientes de violencia doméstica en la misma proporción que las supervivientes de accidentes o desastres.

La sobrerrepresentación de las mujeres como amas de casa/madres disminuyó del 81% en 2000 al 73% en 2025, lo que indica un progreso, aunque persiste el sesgo periodístico de definir a las mujeres por sus roles domésticos, a pesar de la participación sin precedentes de las mujeres en el trabajo fuera del hogar. La infrarrepresentación en las profesiones y en los puestos de poder se ha mantenido constante.

También ha persistido la tendencia a describir a las mujeres por su edad y sus atributos físicos. Han sido fotografiadas con más frecuencia que los hombres (una diferencia de 7 a 9 puntos) durante las últimas dos décadas, y los análisis cualitativos siguen mostrando patrones de representación sexualizada.

6. La desigualdad de género en las noticias es mucho más grave que en la experiencia cotidiana.

La igualdad de género en las noticias, medida por el Índice GEM, está moderadamente correlacionada con los índices de género en otros sectores de desarrollo, como el Índice de Normas Sociales de Género. Entre el 65% y el 75% de la desigualdad de género en los medios de comunicación no puede explicarse por la realidad, lo que indica la presencia de otros factores de confusión que se combinan para producir las narrativas predominantes de género en las noticias.

7. La proporción de mujeres que participan como reporteras en las noticias publicadas en los periódicos y difundidas por televisión y radio ha aumentado y se ha estancado en oleadas desde 1995.

En nivel mundial, la proporción de mujeres como reporteras en los medios tradicionales aumentó 6 puntos entre 2000 y 2005, se estancó en el 37% durante 10 años hasta 2015, volvió a aumentar 3 puntos entre 2015 y 2020, y solo ha ganado dos puntos en los últimos cinco años. Las regiones se acercan y fracasan sistemáticamente en su intento de alcanzar la paridad, excepto el Pacífico y el Caribe, que se encuentran exactamente en la igualdad, y América del Norte, que se queda solo un punto por debajo. Los resultados sugieren que la

mayoría de los sistemas de noticias están dispuestos a absorber una cierta proporción de mano de obra femenina en el papel de reportera, pero no a ceder a la plena igualdad numérica de género.

En los medios de comunicación tradicionales, la brecha de género en la información política se ha reducido más rápidamente (+13 puntos en 25 años), salvo en la sección de deportes, pero sigue siendo el tema menos cubierto por las mujeres. Por primera vez en 25 años, las mujeres constituyen ahora la mayoría (52%) de los reporteros de ciencia y salud. El nuevo seguimiento de las noticias deportivas revela una proporción muy baja de reporteras (17%).

La proporción de mujeres como reporteras en noticias nacionales e internacionales ha experimentado un crecimiento significativo a largo plazo (+18 y +16 puntos, respectivamente).

8. El sexo del periodista influye en la perspectiva de género de las historias.

Históricamente, se ha observado que la perspectiva de género es más marcada en los artículos escritos por mujeres periodistas. A lo largo de tres décadas, ha existido una diferencia constante de entre 5 y 6 puntos en la selección de fuentes, ya que las mujeres periodistas recurren a más fuentes femeninas que sus colegas masculinos. Esta diferencia es aún mayor (9 puntos) en las noticias digitales. La diferencia entre periodistas mujeres y hombres en cuanto a la perspectiva de género es mayor en el indicador relativo a la centralidad de las mujeres en las noticias. La diferencia es de solo 1-2 puntos en otros indicadores que miden la calidad de las noticias desde una perspectiva de género, pero su existencia es un hallazgo importante.

9. La violencia de género es un tema que no se suele tratar en las noticias. Sin embargo, cuando aparece en los medios, la perspectiva de género en los reportajes es más clara que en las historias sobre otros temas.

Menos del 2% de las noticias tratan sobre la violencia de género. Este bajo porcentaje contrasta con la gravedad de la violencia de género, que afecta a una de cada tres mujeres y niñas en todo el mundo.

Las noticias sobre violencia de género elaboradas por mujeres periodistas tienden a plantear cuestiones de (des)igualdad de género con más frecuencia que las elaboradas por hombres. Aunque la perspectiva de género es más marcada en las noticias sobre violencia de género que en otros temas importantes, sigue habiendo un enorme margen de mejora si los medios de comunicación quieren participar en la creación de una sociedad en la que la violencia de género se considere una conducta desviada, delictiva y una violación de los derechos humanos fundamentales.

10. La mayor parte de las noticias siguen siendo deficientes en cuanto a las dimensiones de calidad del GMMP desde una perspectiva de género.

La proporción de noticias que cuestionan claramente los estereotipos de género aumentó del 3% (2005) al 6% (2010), pero disminuyó y se ha mantenido estancada en un 3-4% desde 2015. Esto indica un afianzamiento de los estereotipos en la información y un fracaso periodístico constante a la hora de producir contenidos que rompan con las narrativas estereotipadas.

Las comparaciones regionales muestran variaciones significativas. Las noticias de América del Norte son excepcionales, ya que cuestionan claramente los estereotipos de género en el 19% de las noticias, en marcado contraste con las noticias de Oriente Medio, donde solo el 1% revoca las narrativas simplistas sobre los roles, atributos y capacidades de las personas en función del género.

Los estereotipos de género son más frecuentes en las noticias sobre política y economía, dos

ámbitos en los que los hombres son los que ostentan la mayor parte del poder. Con el tiempo, el desafío a los estereotipos sigue limitándose en gran medida a temas en los que es más seguro cuestionar el statu quo de las relaciones de poder sesgadas entre géneros. Se trata de noticias sobre famosos, arte, medios de comunicación y temas sociales y legales. Las noticias sobre violencia de género desafían los estereotipos de género más que cualquier otra noticia, con un 17%. Aunque es loable, este nivel es insuficiente para transformar las normas perjudiciales que perpetúan dicha violencia.

La probabilidad de que las noticias citen marcos de derechos humanos o igualdad de género ha fluctuado modestamente, oscilando entre el 7% y el 11% durante los 15 años que se ha medido este indicador. La perspectiva de derechos humanos está ausente en aproximadamente 9 de cada 10 noticias.

Las noticias en línea son menos propensas a integrar una perspectiva de derechos humanos que las publicadas en los medios tradicionales, pero la probabilidad de que las mujeres sean las protagonistas centrales de una noticia es mayor en las noticias digitales (15%, frente al 10% en las noticias tradicionales).

En todos los temas de las noticias, excepto en las relacionadas con la violencia de género, el sexo del reportero influye ligeramente en la integración de una perspectiva de género. El 3% de las noticias escritas por mujeres desafían claramente los estereotipos de género, en comparación con el 2% de las escritas por hombres. El 12% de las noticias escritas por mujeres destacan cuestiones de (des)igualdad de género, en comparación con el 10% de las escritas por hombres. El 8% de los artículos escritos por mujeres adoptan un enfoque de derechos humanos, en comparación con el 7% de los escritos por hombres. En el caso de las noticias sobre violencia de género, por ejemplo, las reporteras son más de 10 puntos más propensas a llamar la atención sobre la desigualdad de género que los hombres.

El mensaje del GMMP en 2025, treinta años después de Beijing, es que la industria global de la información se encuentra en una encrucijada en su avance hacia la igualdad de género.

El ritmo casi estancado del cambio en los últimos 15 años apunta a la necesidad de un cambio radical en las estrategias de todos los actores del ecosistema informativo para romper la inercia. En las condiciones actuales y con las herramientas disponibles, es poco probable que se produzca un cambio notable hacia la igualdad de género.

Los efectos negativos de la digitalización en la industria de la información y en las relaciones de género en Internet en su conjunto sin duda complicarán la tarea de garantizar los derechos de las mujeres en y a través de las noticias digitales.

Contexto América Latina²

Decir que América Latina es la región más desigual del mundo es un lugar común, pero los datos confirman las desigualdades y violaciones a los derechos humanos que atraviesan los 17 países latinoamericanos. Esta realidad social, económica y política incide directamente en los medios de comunicación y en las condiciones para ejercer el periodismo.

En la XVI Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe (México, 2025), los países firmaron el Compromiso de Tlatelolco, que define la década 2025–2035 como un periodo de acción para acelerar la igualdad sustantiva y fortalecer la sociedad del cuidado. El documento reconoce el agravamiento simultáneo de crisis económicas, sociales,

² Ver informe completo de América Latina en: www.whomakesthenews.org

ambientales, de cuidados y de seguridad, que intensifican las desigualdades que afectan especialmente a mujeres, adolescentes y niñas, sobre todo a quienes enfrentan discriminaciones múltiples e interseccionales.

Estas condiciones se suman a un contexto político regional que tiene graves implicaciones para quienes producen las noticias. Aunque algunos países han avanzado en representación política de las mujeres —como la llegada de Claudia Sheinbaum en México y Xiomara Castro en Honduras—, desde el ámbito político también se han impulsado acciones que restringen la libertad de expresión, como ocurre con Javier Milei en Argentina o Nayib Bukele en El Salvador. En varios países, los retrocesos democráticos se expresan en la reducción del espacio cívico, la estigmatización del periodismo y ataques contra personas defensoras de derechos humanos.

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE) de la CIDH alertó en su Informe Anual 2024 sobre la persistencia de niveles críticos de violencia: 22 periodistas fueron asesinados en 2024 (ocho en México, siete en Colombia, tres en Haití, dos en Honduras, uno en Ecuador y uno en Jamaica). Resaltan Cuba, Nicaragua y Venezuela por la erosión del sistema democrático y la ausencia de garantías para la libertad de expresión. La estigmatización y el hostigamiento han provocado desplazamientos forzados, exilios y abandono de la profesión, con un impacto especialmente agravado para mujeres periodistas, incluidas las agresiones digitales.

A nivel regional, la prensa enfrenta gobiernos que utilizan los medios para amplificar narrativas oficiales, promover discursos estigmatizantes y usar herramientas legales para limitar la labor periodística. Según Reporteros Sin Fronteras (RSF, 2025), el periodismo enfrenta desafíos estructurales: concentración de propiedad mediática, precariedad laboral, debilitamiento de medios públicos y fragilidad financiera agravada por la migración de publicidad hacia plataformas tecnológicas. En 2025, 22 de los 28 países de América descendieron en su indicador económico de libertad de prensa.

Los retrocesos se evidencian en diversos países.

- En Argentina, el gobierno de Milei cerró el Ministerio de Mujeres, Género y Diversidades, silenció medios públicos y desmanteló organismos reguladores como la Defensoría del Público y Télam.
- En Bolivia, la inestabilidad política pos-2019 generó hostigamiento, censura y agresiones físicas.
- En Brasil, aunque hubo una disminución respecto al periodo anterior, el informe FENAJ (2024) documentó 144 ataques, con crecimiento del acoso judicial y violencia contra mujeres periodistas.
- En Chile, pese a la transición democrática, se observa baja tolerancia a la crítica y uso intensivo de redes sociales para posicionar mensajes oficiales.
- En Colombia, la cobertura de la vicepresidenta Francia Márquez evidencia cómo convergen racismo, clasismo y sexismo estructural, en paralelo a tensiones entre el gobierno y los medios.
- En Costa Rica, informes de la SIP alertan sobre el deterioro de la libertad de expresión bajo la administración Chaves.
- En Guatemala, persisten concentración mediática, criminalización de periodistas y hostilidad contra comunicadores comunitarios e indígenas.
- En Honduras, la prensa vive un deterioro sostenido desde el golpe de Estado de 2009.
- En El Salvador, el gobierno de Bukele ha emprendido acciones sistemáticas contra el medio independiente El Faro.
- En Nicaragua, el cierre del espacio democrático ha generado autocensura, hostigamiento y desplazamiento forzado de periodistas.
- En Panamá, se registró un cierre de telecomunicaciones que afectó a 200 mil

personas, como parte de medidas gubernamentales de control.

- En Paraguay, se observa el avance de narrativas antiderechos y campañas de desinformación que buscan desacreditar la “ideología de género”.
- En Perú, el Índice Chapultepec y RSF documentan un deterioro acelerado de la libertad de prensa y uso de leyes restrictivas.
- En Uruguay, persiste la concentración mediática y el debilitamiento de garantías por la nueva Ley de Medios.
- En Venezuela, nuevas leyes —como la Ley Anti-ONG y la Ley Simón Bolívar— profundizan el control estatal sobre organizaciones y medios independientes.

En Ecuador, la creciente violencia y el deterioro socioeconómico marcan el contexto: incremento de femicidios y otras violencias contra las mujeres, apagones eléctricos, aumento del costo de vida y crisis carcelaria. La desinformación y la pérdida de credibilidad en actorías políticas afectan la confianza ciudadana en los medios. Además, uno de los 22 periodistas asesinados en la región en 2024 ocurrió en el país. La combinación de inseguridad, polarización y narrativas conservadoras influye en la calidad de la cobertura y limita el espacio para los derechos humanos de las mujeres.

En toda la región, el avance de discursos conservadores y antiderechos, sumado a la desinformación y al control gubernamental de la información, afecta directamente la posibilidad de que los medios reflejen la diversidad social, cuestionen la desigualdad de género y promuevan representaciones libres de estereotipos.

En este escenario, el GMMP se desarrolla en medio de múltiples amenazas al periodismo y a la libertad de expresión, con efectos claros sobre las coberturas periodísticas y la limitada centralidad de los derechos humanos de las mujeres en la agenda noticiosa.

Contexto nacional

Ecuador ha avanzado de manera gradual en la construcción de marcos normativos e institucionales que buscan garantizar la igualdad entre mujeres y hombres, así como prevenir y erradicar la violencia basada en género. Sin embargo, persisten profundas brechas estructurales en múltiples ámbitos de la vida pública y privada, lo que se refleja también en la producción y circulación de contenidos mediáticos.

Según el Índice de Desigualdad de Género (GII) 2025 del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Ecuador mantiene un nivel de desigualdad medio-alto en comparación con otros países de la región. El país presenta avances en educación y participación política, aunque continúa enfrentando barreras relacionadas con la autonomía económica, la salud sexual y reproductiva, y la prevalencia de distintas formas de violencia contra mujeres y niñas.

En términos normativos, Ecuador cuenta con un Plan Nacional de Igualdad de Género (vigente bajo las competencias del Consejo Nacional para la Igualdad de Género – CNIG) y con una Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (LOIPEVCM, 2018), que establece obligaciones para instituciones del Estado, incluidas las relacionadas con comunicación social. La legislación en materia de medios —especialmente la Ley Orgánica de Comunicación— incorpora principios de no discriminación y responsabilidad ulterior en casos de contenidos que refuercen estereotipos o prácticas discriminatorias.

Respecto a la Sección J de la Plataforma de Acción de Beijing (Mujeres y Medios), el país no cuenta actualmente con un plan de acción específico que articule políticas estatales orientadas a mejorar la representación de las mujeres en medios de comunicación o fortalecer su acceso a posiciones de toma de decisiones en el sector. Las acciones existentes se han

desarrollado principalmente desde organizaciones de la sociedad civil, colectivos feministas, universidades y redes de periodistas. Es justamente el caso de GAMMA, organización no gubernamental feminista, que desde 1995 genera reportes sobre la situación de representación de las mujeres en los medios de comunicación y desde el año 2004, sostiene el Observatorio Ciudadano de la Comunicación en Cuenca, cuya labor se ha centrado en analizar, difundir resultados de los estudios técnicos de mensajes publicitarios para generar una nueva cultura crítica frente a estos mensajes, así como acciones públicas de incidencia social y política.

Ecuador participa en el GMMP desde sus primeras ediciones y ha aportado evidencia clave sobre la persistencia de brechas de género en los contenidos informativos, en la selección de fuentes, en las jerarquías temáticas y en la presencia de mujeres periodistas como autoras de noticias. La edición 2025 se desarrolla en un contexto marcado por:

- Una crisis de seguridad y violencia criminal sin precedentes, que ha reconfigurado la agenda mediática hacia temas de seguridad, orden público y política institucional.
- Un ecosistema mediático atravesado por la digitalización acelerada, la precarización laboral, el cierre de medios regionales y el crecimiento de plataformas de comunicación digital.
- Una creciente demanda ciudadana por información confiable frente a la propagación de desinformación, discursos de odio y contenidos sensacionalistas.
- Una fuerte presencia de violencia simbólica y estereotipos en medios, especialmente en cobertura de seguridad, entretenimiento y política.

El GMMP Ecuador 2025 se llevó a cabo con la participación de un equipo de monitoras y monitores vinculados a organizaciones de derechos humanos, universidades (Universidad Nacional de Educación, UNAE) y colectivos de comunicación feminista (GAMMA). El ejercicio permite ofrecer una “fotografía” de cómo las mujeres aparecen —o no aparecen— en las noticias, y evaluar la calidad de la representación desde un enfoque de género y derechos humanos.

Para GAMMA y la UNAE, como equipo de coordinación en el Ecuador, 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 Monitoreo Mundial de Medios 2025 (GMMP) constituye el estudio longitudinal más extenso en nivel global sobre la representación de mujeres y hombres en las noticias.

En el Ecuador, el GMMP ofrece una radiografía crítica del ecosistema mediático y evidencia que, pese a avances normativos y a la creciente participación de las mujeres en la vida pública y comunitaria, los medios continúan reproduciendo desigualdades estructurales, estereotipos de género y formas de invisibilización que limitan la construcción de una comunicación democrática.

En el día monitoreado, el 6 de mayo de 2025, la agenda informativa ecuatoriana estuvo fuertemente marcada por temas de política, gobierno y seguridad, un patrón histórico que privilegia voces masculinas y enfoques institucionales. Esta predominancia temática dejó relegadas las problemáticas vinculadas a igualdad de género, cuidados, derechos de las

mujeres, participación política y violencia basada en género, pese a que Ecuador atraviesa un contexto crítico donde los femicidios, la violencia intrafamiliar y la inseguridad estructural afectan de manera diferenciada y desproporcionada a mujeres y niñas.

Si bien se identificó un aumento en la presencia de mujeres en las noticias, que pasa de 23% en 2020 a 29% en 2025, esta visibilidad sigue siendo insuficiente y no necesariamente implica representación. Las mujeres aparecen mayoritariamente como víctimas, testigos o figuras secundarias, mientras los hombres continúan dominando la narrativa informativa desde posiciones de autoridad, liderazgo, opiniones expertas o toma de decisiones. Este desequilibrio reproduce una jerarquía simbólica profundamente enraizada que asocia lo masculino con el conocimiento, la credibilidad y la opinión seria.

En los diferentes tipos de medios analizados —prensa escrita, radio, televisión y plataformas digitales— persisten patrones consistentes de androcentrismo, sexualización, sensacionalismo e invisibilización. La presencia de mujeres diversas —indígenas, afroecuatorianas, rurales, jóvenes, adultas mayores o con identidades sexo-genéricas diversas— es escasa o inexistente, lo que limita la comprensión pública de la desigualdad interseccional que caracteriza al país. Asimismo, la cobertura de violencia contra las mujeres resulta fragmentada, episódica y centrada en hechos aislados, sin marcos de derechos, sin contextualización y con poco análisis sobre causas estructurales.

Aunque las mujeres periodistas demuestran prácticas más inclusivas —mayor diversidad de fuentes, menor uso de estereotipos, mayor contextualización social—, enfrentan barreras editoriales que restringen su participación en áreas de liderazgo o temas como economía, política nacional, seguridad o, inclusive, deportes. La tradicional división sexual del trabajo en las salas de redacción permanece intacta, perpetuando un sistema mediático donde los temas considerados “duros” siguen bajo hegemonía masculina.

El análisis cualitativo permite identificar que los estereotipos de género se mantienen tanto en la narrativa como en la construcción visual de las noticias. Solo casos puntuales, como el reportaje televisivo sobre prevención del acoso en el transporte público de Quito, ofrecen ejemplos de buenas prácticas para un periodismo con enfoque de género y derechos humanos.

Los resultados del GMMP Ecuador 2025 reflejan, en suma, que los medios de comunicación aún operan desde un modelo androcéntrico y poco inclusivo. La desigualdad de género persiste no solo en la cantidad de mujeres representadas, sino en la calidad y profundidad de su representación. Para avanzar hacia un periodismo que contribuya a sociedades más democráticas, equitativas y respetuosas de los derechos humanos, se requieren transformaciones profundas en políticas editoriales, formación profesional, rutinas productivas y mecanismos de rendición de cuentas.

UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN ECUADOR

El 6 de mayo de 2025, la agenda noticiosa en Ecuador estuvo marcada por temas de política nacional, seguridad y administración pública. La coyuntura política —incluidas decisiones del Ejecutivo y tensiones con la Asamblea Nacional— ocupó los titulares centrales en prensa, radio y televisión. De manera paralela, los medios priorizaron información relacionada con el incremento de hechos violentos en varias ciudades, especialmente Quito, Guayaquil y Cuenca, lo que reforzó una narrativa centrada en el delito y el crimen organizado.

En temas relacionados con el deporte y las políticas nacionales, el tema que marcó la agenda mediática fue la elección de la nueva directiva nacional de la Federación Deportiva en el Ecuador; hecho que evidencia la falta de presencia de las mujeres, es decir su baja participación política y por ello, su invisibilización en los medios de comunicación.

En el ámbito social y comunitario, la cobertura incluyó temas de salud pública, particularmente el seguimiento a programas de vacunación y acciones para la prevención del dengue y otras enfermedades transmitidas por vectores. En medios digitales, se observó una mayor presencia de notas vinculadas a ciencia, tecnología y salud.

La violencia basada en género estuvo prácticamente ausente de la agenda del día, con contadas excepciones, entre ellas la noticia sobre el probable femicidio de una joven modelo cuencana, difundida principalmente en portales digitales. También se registró un reportaje televisivo sobre protocolos de prevención del acoso sexual en el transporte público de Quito, constituyéndose en un ejemplo destacado de cobertura con enfoque de género.

En general, el día del GMMP en la agenda mediática, evidenció una agenda noticiosa dominada por voces institucionales —autoridades, generalmente hombres, representantes de poder político y actores jurídicos—, con baja presencia de mujeres como protagonistas, expertas o fuentes especializadas.

EL CONTEXTO

El monitoreo del GMMP 2025 en Ecuador incluyó los cuatro tipos de medios contemplados por la metodología internacional: prensa escrita, radio, televisión y medios digitales. La selección se realizó para asegurar diversidad geográfica, de propiedad y de alcance. El equipo nacional codificó un conjunto de historias que representan la agenda noticiosa del país durante la jornada del 6 de mayo de 2025.

El muestreo incluyó medios nacionales y regionales, seleccionados con criterios de relevancia pública, audiencia, trayectoria y disponibilidad de contenidos. El equipo estuvo conformado por monitoras y monitores con formación en comunicación, género y derechos humanos, quienes realizaron la codificación siguiendo estrictamente las guías proporcionadas por la Secretaría Global del GMMP.

El monitoreo incluyó los siguientes medios:

TEMAS EN LAS NOTICIAS

En el Ecuador, como en los otros países que participaron en la edición 2025 del GMMP, el monitoreo incluyó: prensa, radio, televisión e internet. A continuación el detalle de los principales temas en las noticias el día del GMMP.

El tema con mayor relevancia es el de política y gobierno, seguido de ciencia y salud, luego social y legal. En contraste, temas como economía, delincuencia y violencia; y, celebridades/entretenimiento, ocuparon espacios secundarios.

Se puede notar que efectivamente, el tema sobre violencia de género es el de menor presencia el día del GMMP, hallazgo Un hallazgo crítico en un país donde 65 de cada 100 mujeres reportan haber sufrido algún tipo de violencia a lo largo de su vida. Esta brecha evidencia la desconexión entre la gravedad del fenómeno y su representación mediática.

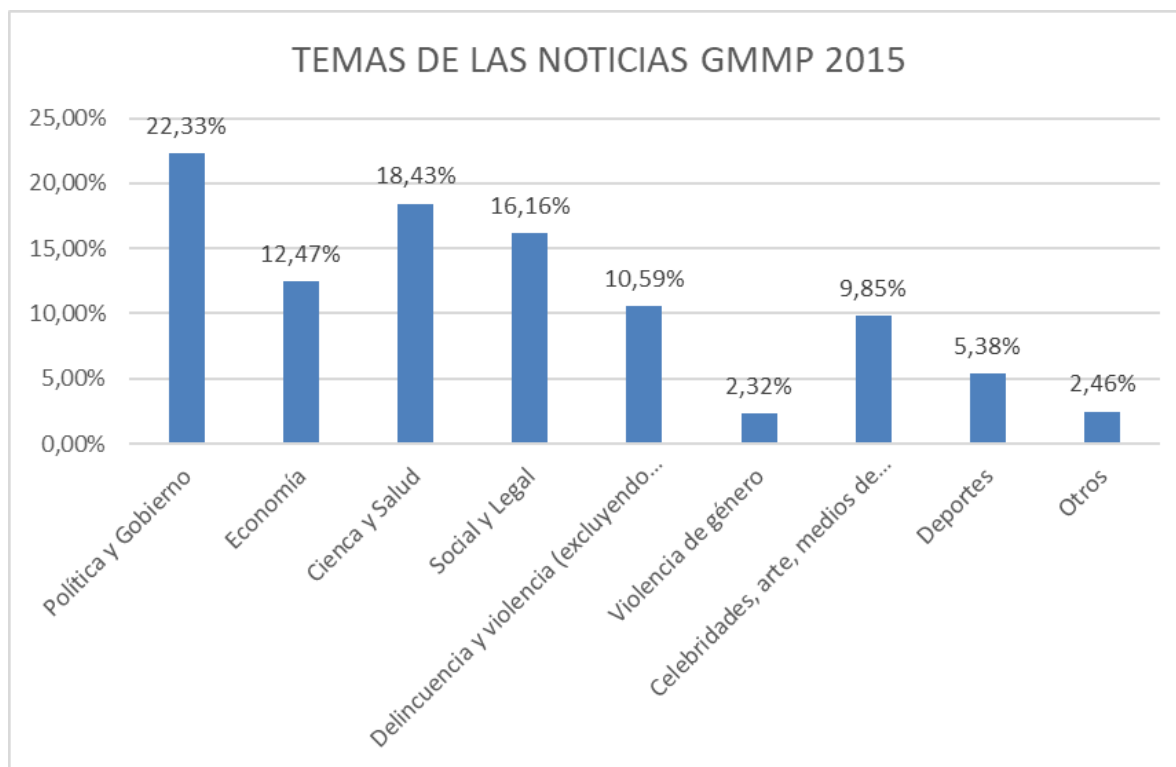


Gráfico 1

Por otra parte, al observar el detalle de los temas de noticias según medio de comunicación, se nota cómo el tema de más relevancia, política y gobierno, se presenta con más recurrencia en la radio, luego en la televisión, el internet y por último en la prensa escrita.

Ciencia y salud por su parte, tiene mayor presencia en la radio y en la prensa, siendo menor en televisión e internet.

El tema social y legal, ocupa un mayor espacio en la televisión, siendo menos visible en prensa, radio e internet.

El tema de violencia de género, está ese día, completamente postergado en la prensa y tiene más presencia en el internet.

En el gráfico 2, se puede observar el detalle según tipo de medios de comunicación.

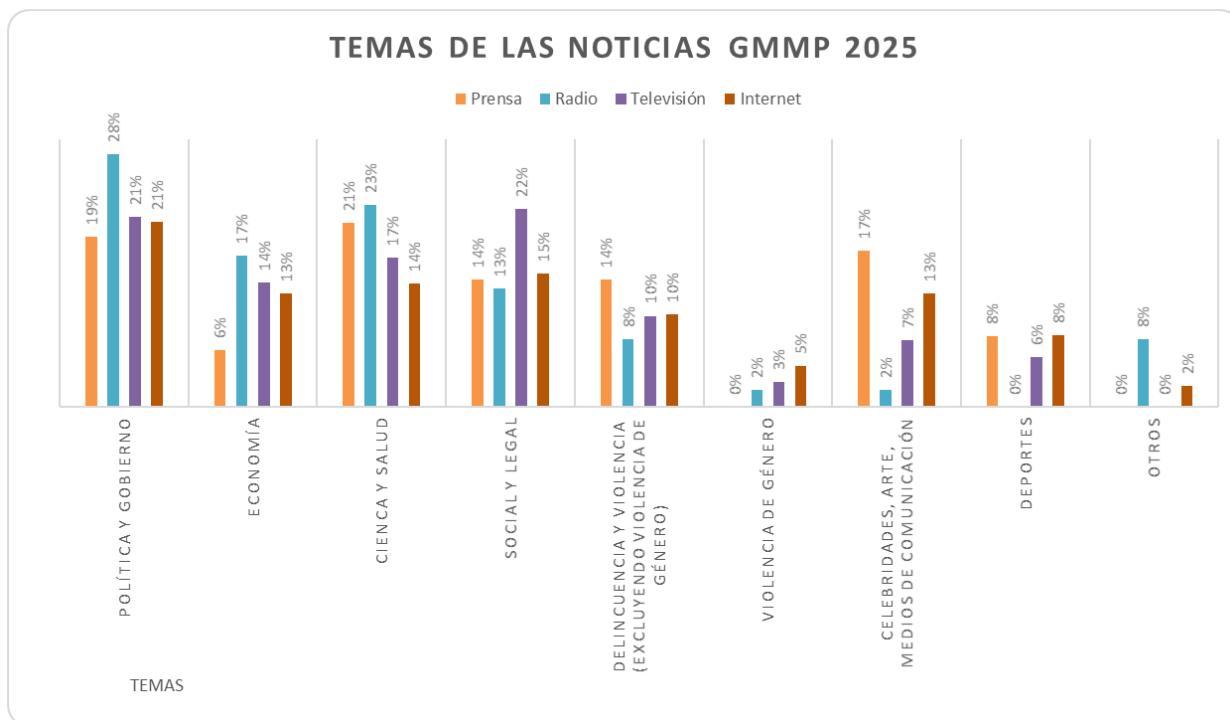


Gráfico 2

La radio prioriza noticias de política y gobierno, con narrativas centradas en autoridades y procesos burocráticos. La televisión destaca temas sociales y legales, especialmente relacionados con seguridad ciudadana y hechos judiciales; el tono generalmente sensacionalista y carente de un enfoque de derechos.

La prensa escrita enfatiza ciencia y salud, combinando informes oficiales con notas de divulgación. El internet —particularmente portales informativos— muestra una mayor presencia de notas policiales y temas de coyuntura inmediata.

La presencia marginal de noticias sobre violencia de género es especialmente preocupante en la prensa, que ese día no publicó ninguna nota sobre el tema. Su mayor visibilidad estuvo en plataformas digitales, sin embargo, con un peso muy bajo.

La jerarquización temática refuerza patrones tradicionales del periodismo ecuatoriano:

Los temas considerados “serios” o “duros” —política, seguridad, administración estatal— mantienen una centralidad masculina, tanto en las fuentes como en la estructura narrativa.

Temas relacionados con derechos de las mujeres, igualdad, cuidados, educación sexual, prevención de violencia o participación política femenina son residualizados.

Se evidencia una tendencia a invisibilizar las desigualdades de género dentro de los temas prioritarios, incluso cuando la noticia se relaciona con la vida cotidiana de mujeres y niñas.

Esta distribución contribuye a sostener estereotipos estructurales que asocian el poder, la toma de decisiones y la autoridad con figuras masculinas, y que reducen a las mujeres a apariciones excepcionales, periféricas o vinculadas únicamente a roles domésticos o victimización.

La tabla a continuación muestra el detalle en porcentajes:

Topics	Prensa	Radio	Televisión	Internet
Política y Gobierno	19%	28%	21%	21%
Economía	6%	17%	14%	13%
Ciencia y Salud	21%	23%	17%	14%
Social y Legal	14%	13%	22%	15%
Delincuencia y violencia (excluyendo violencia de género)	14%	8%	10%	10%
Violencia de género	0%	2%	3%	5%
Celebridades, arte, medios de comunicación	17%	2%	7%	13%
Deportes	8%	0%	6%	8%
Otros	0%	8%	0%	2%

Tabla 1

Adicionalmente se presenta el detalle del tamaño de página en el caso de noticias en prensa; se puede observar que el espacio es mayor para noticias de política y gobierno, ciencia y salud, social y legal. Resalta el hecho de que las noticias sobre delincuencia y violencia ocupan media página en un 22% de los casos.

	Página completa	Media página	Tercio de página	Cuarto de página	Menos
	%	%	%	%	%
Política y Gobierno	20%	17%	50%	0%	15%
Economía	7%	13%	0%	0%	0%
Ciencia y Salud	27%	13%	17%	33%	23%
Social y Legal	20%	13%	17%	17%	8%
Delincuencia y violencia (excluyendo violencia de género)	13%	22%	17%	0%	8%
Violencia de género	0%	0%	0%	0%	0%
Celebridades, arte, medios de comunicación	13%	4%	0%	33%	46%
Deportes	0%	17%	0%	17%	0%
Otros	0%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 2

SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS

Presencia global de las mujeres

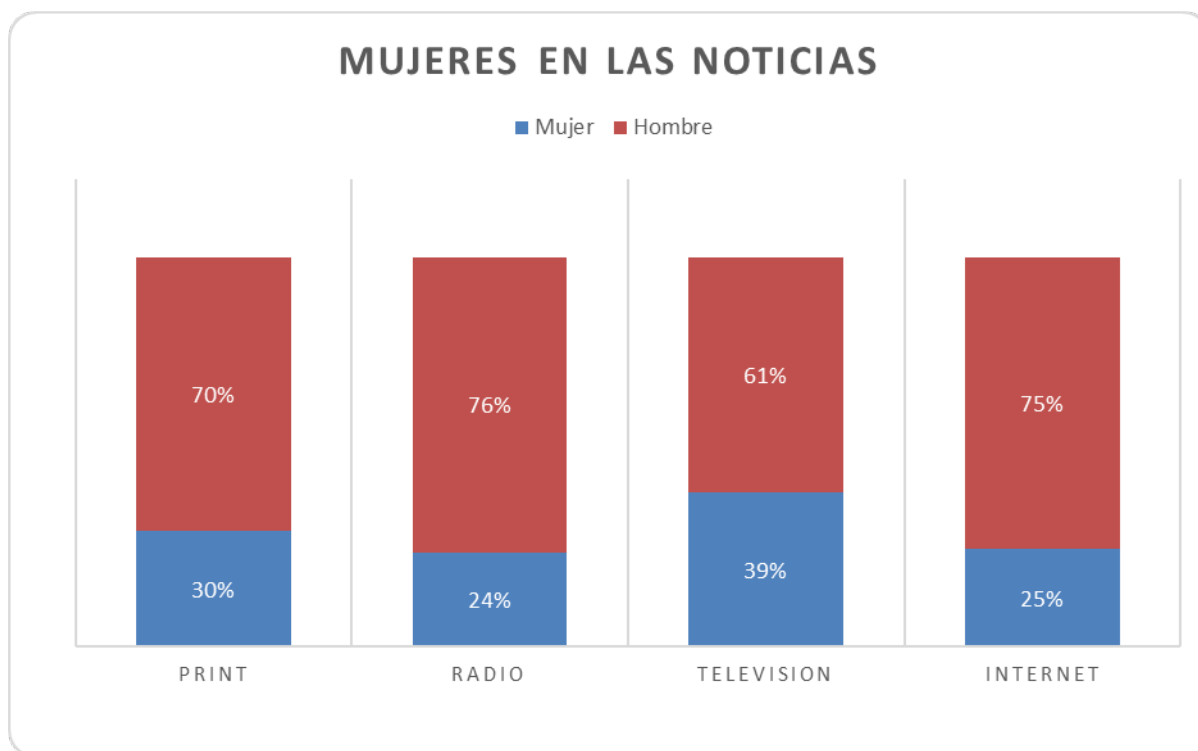


Gráfico 3

El análisis en esta sección, revela un patrón consistente con ciclos anteriores del GMMP: las mujeres continúan subrepresentadas como sujetos y fuentes de noticias. Sin embargo, para el caso del Ecuador, la presencia se ha elevado importantemente: 29% de representación de las mujeres en las noticias, frente al 23% de 2020. Los medios con menor representación son radio e internet.

Si bien en general, la tendencia en el Ecuador ha subido en comparación con el GMMP 2020, los estereotipos de género se mantienen cuando se observa los temas de las noticias en los que participan las mujeres.

A pesar de que las mujeres conforman la mitad de la población del país, su presencia en las noticias es significativamente inferior. En la mayoría de temas, las mujeres no superan el 25% de las personas mencionadas, entrevistadas o protagonistas. Su presencia es particularmente baja en:

- Política y Gobierno
- Economía
- Seguridad y violencia
- Deportes (como se apuntó al inicio, la agenda mediática estuvo marcada por la elección de nuevas autoridades de la Federación Deportiva, cuya representación recayó en sus puestos principales, en hombres).

PRESENCIA DE MUJERES EN LOS MEDIOS (PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN)

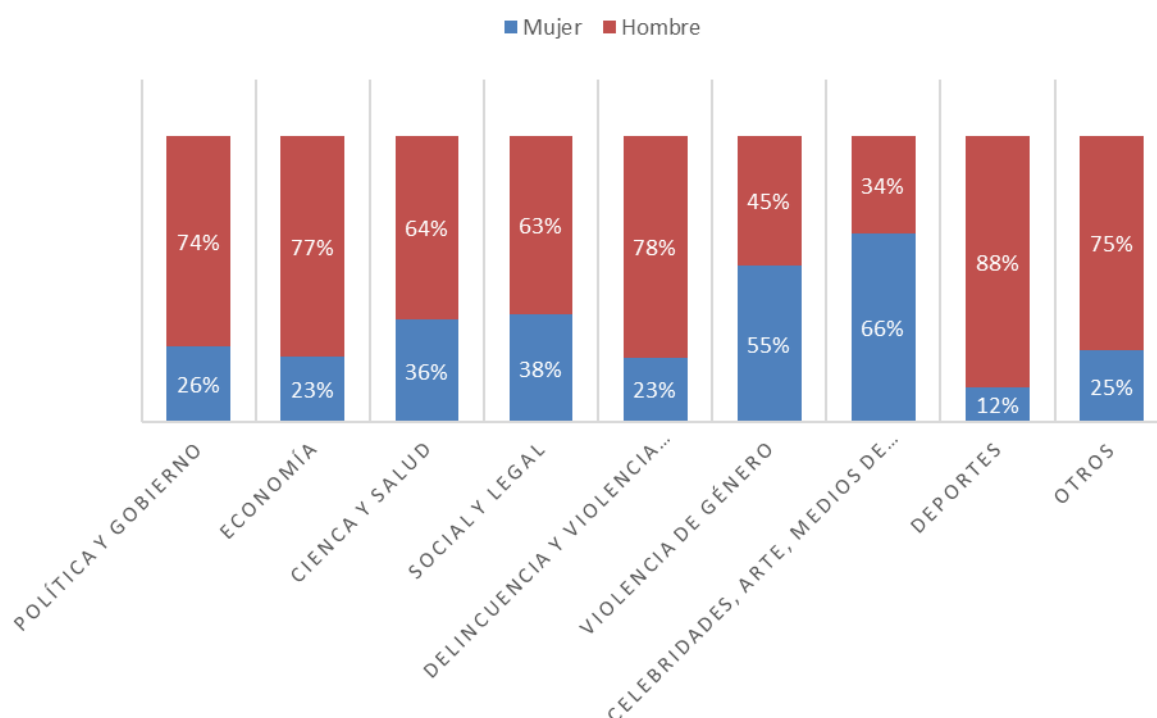


Gráfico 4

PRESENCIA DE MUJERES EN LOS MEDIOS (INTERNET)

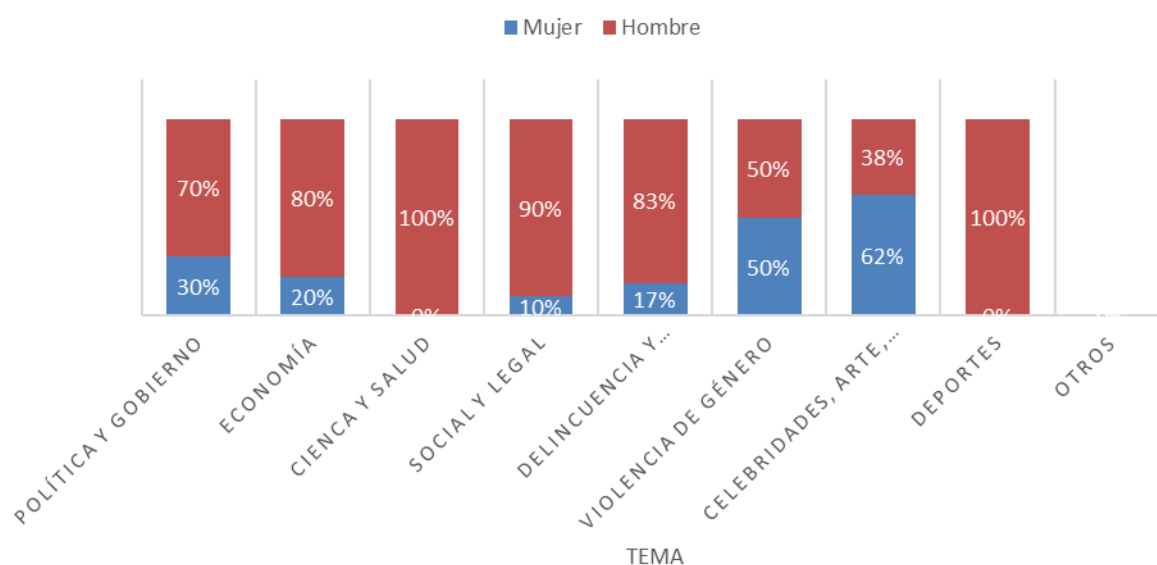


Gráfico 5

En este gráfico 5, destaca el hecho de que en noticias de ciencia y salud o de deportes, en plataformas digitales, la presencia de las mujeres es prácticamente nula.

Por otra parte, de acuerdo a la cobertura y al tipo de noticia con respecto a su ámbito de llegada, las mujeres están más en noticias subregionales, luego locales. Baja presencia evidente en noticias de corte nacional.

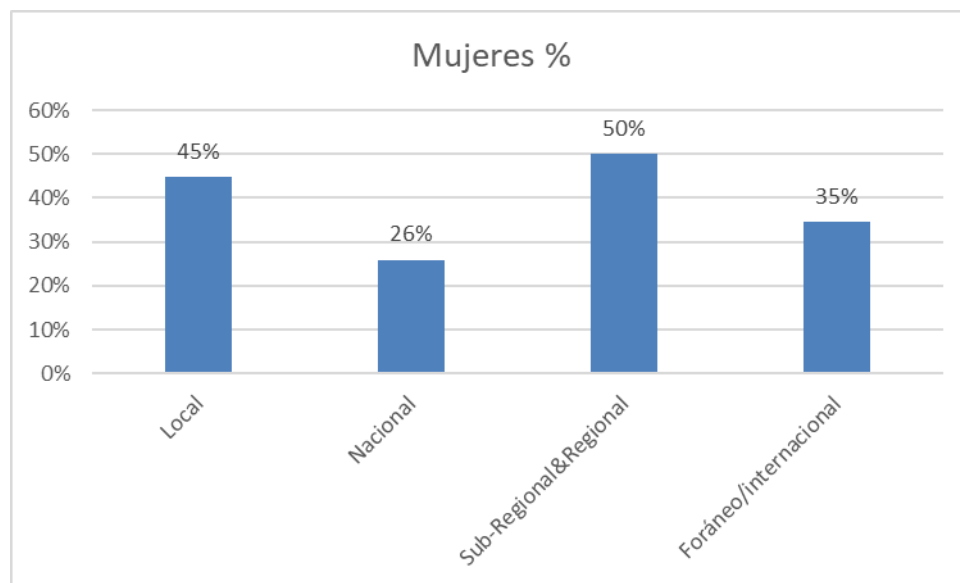


Gráfico 6

En cuanto al rol específico y a la función en las noticias, los estereotipos de género se intensifican cuando se analiza el tipo de rol que desempeñan las mujeres en las noticias:

- Como portavoces y testigos, su participación es nula; si bien como sujetos de la noticia su presencia es alta.
- Como testimonios personales u opinión popular representan el 100%. La mayor ocupación en este caso es la de amas de casa.
- Como opinión experta, representan solo el 33%. En estos casos la ocupación tiene relación con la academia o roles de funcionarias de gobierno.

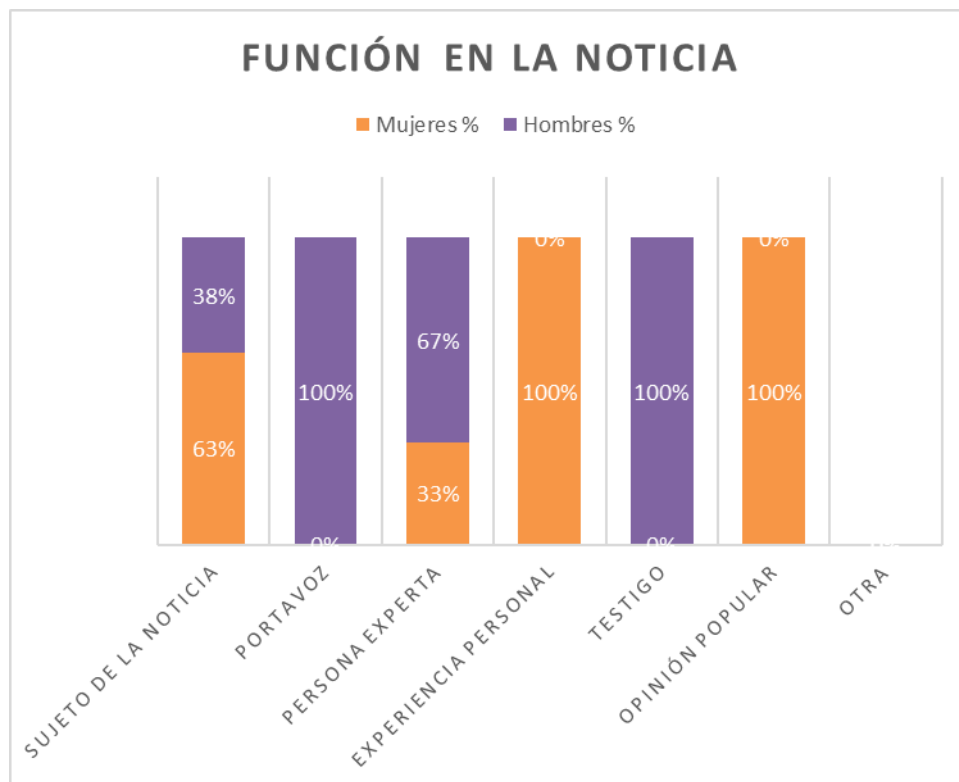


Gráfico 7

Este patrón reproduce un sistema de construcción de las noticias, que legitima la voz masculina como intelectual, experta y autorizada, mientras limita a las mujeres a roles emocionales, testimoniales o vinculados a situaciones de vulneración de derechos, sin mencionar por supuesto nada relacionado con los derechos de las mujeres en el desarrollo de la noticia.

Por otra parte, las principales ocupaciones para las mujeres son: trabajadoras de la agricultura, estudiantes, trabajadoras de servicios, madres/amas de casa, artistas o figuras de entretenimiento. Madres y amas de casa es el que mayor valor representa: 88% frente a los hombres.

Ocupación	Mujer
	%
No indicado	53%
Realeza, monarca, monarca depuesto, etc.	0%
Político/a, miembro del parlamento, ...	23%
Empleado/a gubernamental, servidor/a público/a, portavoz, etc.	28%
Policía, militar, paramilitar, milicia, bombero/a	13%
Experto/a académico/a, conferencista, docente	40%
Médico/a, dentista, especialista en salud	9%
Trabajador/a de la salud, trabajador/a social, educador/a de cuidado infantil	0%
Profesional de ciencia/tecnología, ingeniero/a, etc.	0%
Profesional de medios, periodista, cineasta, etc.	0%
Abogado/a, juez/a, magistrado/a, defensor/a legal, etc.	33%
Empresario/a, ejecutivo/a, gerente, corredor/a de bolsa...	40%
Trabajador/a administrativo/a u operativo/a, empleado/a no directivo/a	0%
Persona de oficios, artesano/a, obrero/a, conductor/a de camión, etc.	44%
Agricultura, minería, pesca, silvicultura	67%
Figura religiosa, sacerdote, monje, rabino, mulá, monja	9%
Activista o trabajador/a de organización de la sociedad civil, ONG, sindicato	25%
Celebridad, artista, actor/actriz, escritor/a, cantante, personalidad de TV	65%
Deportista, atleta, jugador/a, entrenador/a, árbitro/a	21%
Estudiante, alumno/a, escolar	50%
Persona dedicada al hogar, padre/madre (solo si no se indica otra ocupación; p. ej. dc	88%
Niño/a o joven sin otra ocupación indicada	33%
Habitante de comunidad o residente sin otra ocupación indicada	67%
Persona jubilada, pensionista sin otra ocupación indicada	0%
Criminal, sospechoso/a sin otra ocupación indicada	0%

Tabla 3

Sectores como tecnología, ciencia, fuerzas armadas, liderazgo político o dirigencia empresarial continúan fuertemente masculinizados, la presencia de los hombres en este conjunto de noticias es notoriamente superior al de las mujeres.

En cuanto a la edad, las mujeres están principalmente en rangos de: niñez, juventud (entre 20 y 30 años); en todos los otros grupos etáreos, su presencia disminuye, siendo nula en la adolescencia y en el grupo de personas mayores de 80 años. La tendencia de invisibilizar a la mujer cuando comienza la etapa madura y el envejecimiento se sostiene en este GMMP.

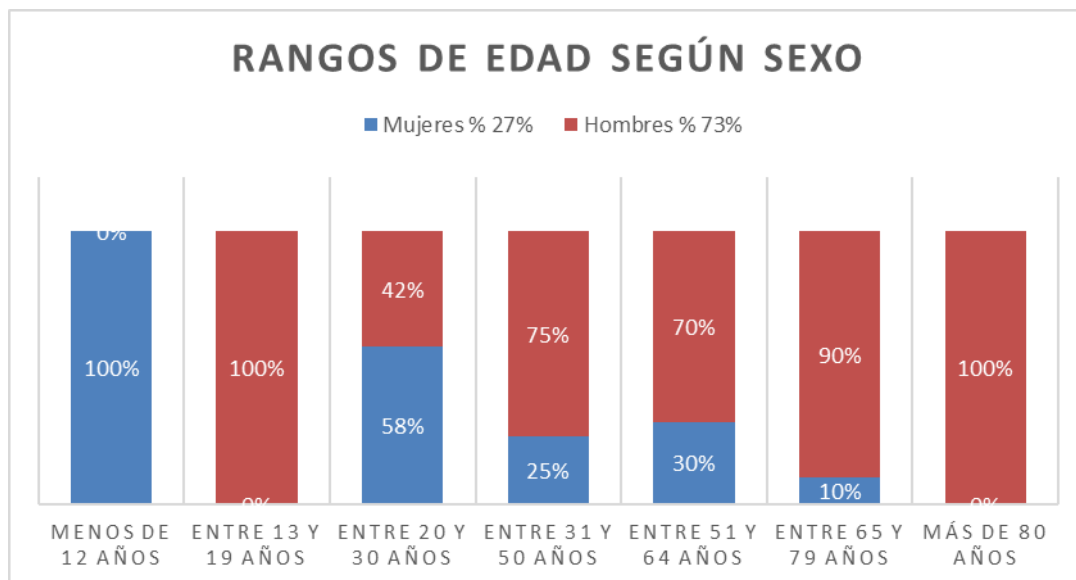


Gráfico 8

Un hallazgo crítico, y que reproduce la situación de GMMP anteriores, es que, cuando las personas aparecen como víctimas de violencia de género, son en su mayoría mujeres, y cuando la violencia es sexual, el 100% son mujeres. Es importante destacar en este tema que en el caso del Ecuador, en las noticias no aparecen personas como víctimas de guerra, terrorismo, violencia estatal o por discriminación o delitos de odio: género, raza, etnia, etc.



Gráfico 9

Esta situación, contribuye a la naturalización de la violencia contra las mujeres.

Finalmente, el monitoreo también registra que las mujeres indígenas, afroecuatorianas, rurales, jóvenes o adultas mayores son prácticamente invisibles en la agenda nacional.

Los cuadros referentes a minorías, muestran que la representación es tan baja que dificulta cualquier análisis estadístico robusto.

PERIODISTAS

La participación de mujeres periodistas ha crecido de manera sostenida en Ecuador, pero está lejos de alcanzar la paridad. El medio en el que más ha crecido es en prensa, sin embargo, en muchas ocasiones el sexo de quien escribe la noticia no se pudo determinar. La presencia en televisión está alcanzando la paridad. En internet sin embargo, la presencia de las mujeres periodistas es menor que el 25%.

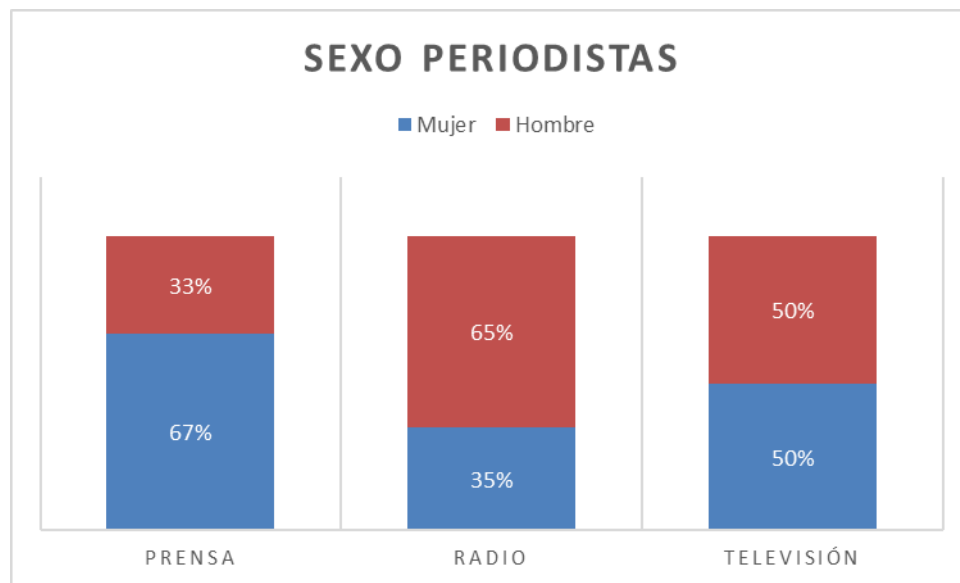


Gráfico 10

En cuanto a las mujeres presentando noticias, en radio alcanzan el 29%, mientras que en televisión superan el 55%. Este elemento tiene directa relación con los estereotipos de género.

Las mujeres periodistas tienden a cubrir más temas de ciencia y salud, social y legal, política y temas de celebridades, mientras los hombres predominan en deportes, economía y seguridad.

	Prensa		Radio		Televisión	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Política y Gobierno	33%	21%	33%	21%	33%	21%
Economía	2%	23%	2%	23%	2%	23%
Ciencia y Salud	20%	11%	20%	11%	20%	11%
Social y Legal	20%	23%	20%	23%	20%	23%
Delincuencia y violencia (excluyendo violencia de género)	9%	11%	9%	11%	9%	11%
Violencia de género	2%	4%	2%	4%	2%	4%
Celebridades, arte, medios de comunicación	13%	0%	13%	0%	13%	0%
Deportes	0%	6%	0%	6%	0%	6%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 4

En cuanto a qué tipo de noticias cubren mujeres y hombres, el GMMP, el GMMP global históricamente ha demostrado que, las mujeres periodistas, consultan más fuentes femeninas, visibilizan más temas de desigualdad, incorporan más contexto social, reproducen menos estereotipos de género.

En Ecuador, los datos siguen este patrón. Las notas escritas o producidas por mujeres muestran:

- mayor diversidad de fuentes,
- mejor contextualización de casos de violencia,
- menor tendencia a sexualizar o estereotipar a las mujeres sujetas de noticia.

Sin embargo, las periodistas continúan enfrentando la asignación de temas “blandos”, la precarización laboral y más barreras para ocupar roles editoriales o de toma de decisiones. Esto afecta directamente la perspectiva con que se construyen las agendas.

PRÁCTICA PERIODÍSTICA: CENTRALIDAD DE MUJERES, ESTEREOTIPOS Y DERECHOS HUMANOS

Cuando se analiza la centralidad de las mujeres en las noticias, en el caso del Ecuador, continúa siendo baja. Las mujeres son con mayor frecuencia son mencionadas tangencialmente o como terceras afectadas por decisiones tomadas por hombres.

En la mayoría de noticias, ellas no son el centro narrativo, incluso cuando el tema impacta directamente sus vidas.

Así mismo, persisten estereotipos de género en las noticias: las mujeres son definidas por su apariencia física (especialmente en televisión y medios digitales); son madres y esposas como rasgos identitarios dominantes relacionados con el servicio y el cuidado de la casa; también son mujeres jóvenes presentadas como “objetos visuales” en noticieros.

Frecuentemente en la televisión es visible un lenguaje infantilizante o condescendiente con las mujeres así como es evidente la representación hipersexualizada de las mujeres en la televisión y en los medios digitales (publicidades).

Las noticias no incorporan un análisis desde una perspectiva de género o derechos humanos, en la mayoría de ellas, no se citan marcos legales sobre igualdad, no se explica el impacto diferenciado en mujeres y hombres, no se incluyen voces diversas y expertas; finalmente, no se relacionan hechos con desigualdades estructurales.

En las noticias sobre economía se puede apreciar un incremento en el análisis desde una perspectiva de igualdad.

En la siguiente tabla se puede apreciar los temas más recurrentes en donde las mujeres son centrales, en orden de relevancia; se debe notar que temas como economía, política exterior, defensa nacional, gobierno, crisis económica, empleo, ciencia y tecnología, cambio climático, por mencionar solo unos cuantos, crecen de la presencia de mujeres como personajes centrales.

Alianzas globales (sistemas transnacionales de comercio y finanzas, p. ej., OMC, FMI, Banco Mundial, UE, SADC, EAC, ECOWAS, CELAC)	100%
Acoso sexual contra mujeres, violación, agresión sexual	100%
Otras violencias de género como feminicidio, trata de niñas y mujeres, MGF...	100%
Otras noticias de celebridades/arte/medios (especificar en “comentarios”)	67%
Noticias de celebridades, nacimientos, matrimonios, realeza, etc.	43%
Guerra en Medio Oriente, incluida Gaza...	33%
Pobreza, vivienda, bienestar social, ayuda, etc.	25%
Mujeres políticas, candidatas electorales...	17%
Otras noticias de política/gobierno interno (local, regional, nacional), elecciones, discursos...	11%
Artes, entretenimiento, ocio, cine, libros, danza	9%
Políticas económicas, estrategias, modelos, indicadores, mercados bursátiles, impuestos, etc.	8%
Educación, cuidado infantil, guardería, universidad, alfabetización	8%
Delitos violentos, homicidio, secuestro, agresiones, etc. (NO relacionados con género)	8%
Deportes de equipo (fútbol, baloncesto, balonmano, hockey, etc.): eventos, jugadores/as, instalaciones, entrenamiento, financiamiento	6%
Religión, cultura, tradiciones, controversias...	5%

Tabla 5

Por otra parte, las mujeres son centrales principalmente en noticias sobre celebridades y violencia de género.

En cuanto al porcentaje de noticias que desafían estereotipos de género, y de acuerdo a los temas que abordan, únicamente deportes y violencia de género tienen una respuesta positiva; este hecho puede ser un elemento positivo si se considera que en muchas ocasiones las noticias sobre violencia carecen de un enfoque que desafíe los estereotipos. Ver tabla a continuación.

	Si	No
Política y Gobierno	17%	83%
Economía	0%	100%
Ciencia y Salud	0%	100%
Social y Legal	18%	82%
Delincuencia y violencia (excluyendo violencia de género)	0%	100%
Violencia de género	40%	60%
Celebridades, arte, medios de comunicación	25%	75%
Deportes	44%	56%

ENFOQUE EN LA VIOLENCIA DE GENERO

El GMMP en el Ecuador, evidencia que continúa la baja cobertura de noticias sobre violencia de género, si se considera la cifra nacional de violencia y los casos de femicidio en el último año (un poco más de uno por día).

Las coberturas por otra parte, son aisladas, no tienen continuidad y no dan cuenta de ser parte de un seguimiento sistemático; esto se encuentra en el análisis cualitativo del equipo de monitoreo.

Existe muy poca referencia a la LOIPEVCM o a marcos de derechos humanos. En algunos casos, se observan elementos de sensacionalismo que revictimizan a mujeres y niñas.

La excepción positiva es el reportaje televisivo sobre prevención del acoso sexual en el transporte público de Quito, que incorpora datos, voces de usuarias, explicaciones institucionales y perspectiva de género y que ha sido presentado en la sección de análisis cualitativo de las noticias.

En todas las noticias sobre violencia de género, las mujeres con centrales tanto en medios tradicionales cuanto en internet. No se encontró el día del GMMP ninguna noticia que hable sobre violencia contra los hombres por razones de género.

ESTUDIOS DE CASO

Estudio de caso 1. Un probable femicidio.

Título del artículo: Lo que reveló el informe forense sobre la muerte de la modelo cuencana María Fernanda López Rodríguez

Nombre del medio digital: Metro
Noticia No.: 2

¿Si la noticia está tomada de un periódico, es una de las noticias que codificó en la parte cuantitativa del estudio? Por favor, marque sí o no.

Sí.....X.....

No.....

Fecha: 6 de mayo de 2025

Su país: Ecuador

Tema: (56) Otras violencias de género como el feminicidio, la trata de niñas y mujeres, la mutilación genital femenina...

Aspectos: Tema de la noticia.

Género: Sospecha de femicidio .

Su análisis:

Titulares: El titular de la nota periodística hace referencias al contenido de la noticia y menciona el nombre de la víctima.

Fuentes: Se presenta varias fuentes: el informe forense, que determina que la mujer falleció como víctima de violencia; la pareja de la víctima, que fue quien alertó a la policía sobre la desaparición de la mujer, lo que condujo a que ingresaran a su domicilio y encontraran el cadáver; y la policía, que establece que la víctima no tenía antecedentes y que (hasta la fecha de la noticia) no se había detenido a nadie por el hecho.

Lenguaje: El lenguaje es neutro y objetivo. No hay instancias en las que sea necesario el uso de lenguaje no sexista.

Imágenes visuales: Las imágenes son dos fotografías aparentemente recientes de la víctima, a quien se presenta en el titular como "modelo". Las fotografías son sofisticadas, precisamente como fotografías del portafolio de una modelo.

Ángulo de la noticia y perspectiva: La noticia está redactada como nota de crónica roja, con objetividad forense. Se menciona específicamente la causa del fallecimiento de la mujer (asfixia por estrangulación), así como algunas lesiones adicionales provocadas por el acto violento de su probable femicidio. No se insinúa culpabilidad de la pareja, pero el detalle sobre que fue este hombre quien avisó a la policía de la desaparición hace parecer que pudiera haber una historia más profunda allí.

Lugar que ocupa: La nota está ubicada en la sección de noticias.

Análisis: ¿De qué manera la noticia apunta hacia un posible femicidio?

En la nota se afirma que la pareja de la víctima había denunciado ante la policía que llevaba varios días sin tener contacto con ella y que no obtenía respuesta al acudir a su domicilio. La policía ingresó a la vivienda y encontró el cadáver. El informe forense establecía que la muerte había sido violenta. Se reportaba que no había detenciones.

En el contexto de la violencia de género y sus características más recurrentes, es sospechoso que la pareja avise a la policía que no había visto a la víctima y que no le abrían la puerta. La nota no insinúa nada, pero una persona lectora con conocimiento básico sobre los patrones de la violencia contra la mujer y sobre el comportamiento de los agresores intuye inmediatamente que el crimen puede haber sido un femicidio.

Quizás la nota debió mencionar la normativa ecuatoriana al respecto, no para insinuar la existencia de posibles responsabilidades penales de ninguna persona específica, sino para contextualizar el crimen en una sociedad con altos niveles de violencia de género.

Estudio de caso 2. Una noticia que discute adecuadamente el acoso sexual en el transporte público de Quito

Tema del reportaje televisivo: Sistema de prevención del acoso sexual en el transporte público de Quito

Nombre del canal de televisión: TC Televisión

¿Si la noticia está tomada de un canal de televisión, es una de las noticias que codificó en la parte cuantitativa del estudio? Por favor, marque sí o no.

Sí.....X.....

No.....

Fecha: 06/05/2025

Su país: Ecuador

Tema: (51) Acoso sexual contra mujeres, violación, agresión sexual.

Aspectos: Tema de la noticia y su tratamiento destacado en la nota..

Género: Adecuado tratamiento de un tema relacionado con la igualdad de género.

Su análisis:

Titulares: No hay propiamente titular, pero la nota se anuncia como “Plan Cero Acoso en Trolebuses”.

Fuentes: La primera fuente es el gerente de la empresa Pasajeros, quien explica cómo funciona el botón de auxilio que se ha implementado en los trolebuses de Quito, así como que el plan incluye la presencia inmediata de una autoridad en la siguiente parada para retener al infractor, asistencia psicológica para la víctima y, de ser el caso, asesoría legal para la realización de la denuncia correspondiente; asimismo, se entrevista a dos usuarias que saludan esta iniciativa .

Lenguaje: En la nota se utiliza un lenguaje sensible y adecuado, que toma el tema con la seriedad que merece.

Imágenes visuales: Se ve a las personas entrevistadas, a la reportera que hace la nota e imágenes del trolebús y de algunas de sus respectivas paradas.

Angulo de la noticia y perspectiva: Se parte de una perspectiva de género: se proporciona cifras (cuatro de cada diez usuarias de entre 18 y 25 años de edad reportan haber sufrido acoso en el transporte municipal), se respeta las opiniones de las víctimas o de las usuarias y se explica claramente cómo usar el sistema de prevención y cómo activar los protocolos. Se menciona también que ha habido mal uso del botón de auxilio.

Lugar que ocupa: La nota está ubicada cuando ha transcurrido más de la mitad del noticiero. En el video de dos horas recopilado para el estudio, la noticia empieza después de una hora, once minutos y 17 segundos (1:11:17) y termina en la hora, trece minutos y siete segundos (1:13:07), para un total de dos minutos y cuatro segundos.

Análisis: ¿De qué manera esta noticia constituye una buena práctica?

El tema es tomado con seriedad. En ningún momento se pone en duda la existencia y prevalencia del acoso sexual en el transporte público municipal de la ciudad y, más bien, se aporta cifras concretas que revelan que se trata de “una realidad” (como se dice en la nota): cuatro de cada diez usuarias de entre 18 y 25 años de edad reportan haber sufrido acoso en el transporte municipal; en dos meses de funcionamiento, ha habido tres denuncias por acoso en el trolebús eléctrico; etc.

El gerente de la empresa Pasajeros es claro y directo en lo que corresponde a los protocolos y a la asistencia psicológica y legal que pueden recibir las víctimas, de acuerdo con el plan, así como con respecto a que una autoridad tiene la disposición de retener al agresor en la siguiente parada (el chofer del trolebús no puede abrir las puertas hasta que esa autoridad se haga presente, si es que se ha activado el botón de auxilio).

La reportera, llamada Priscila Cadena, no es solamente neutral, sino que explica también cómo usar el botón de auxilio y por qué éste es importante. Además, aclara que el botón puede ser activado por cualquier persona que sea víctima de acoso o que sea testigo de esta situación.

Finalmente, las dos usuarias anónimas entrevistadas son escuchadas sin cortes y sin ningún tipo de juicio o prejuicio.

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Aunque la presencia de las mujeres en las noticias, en el caso del Ecuador, creció con respecto al GMMP 2020, las mujeres continúan siendo minoría en todos los tipos de medios. La mayor visibilidad se registra en notas locales y subregionales, mientras su presencia en noticias nacionales continúa siendo baja.

Las mujeres aparecen principalmente como víctimas, figuras domésticas, testigos o fuentes testimoniales. Los hombres predominan como expertos, portavoces y autoridades, reforzando la asociación histórica entre masculinidad y poder.

Se observa una débil cobertura de la violencia de género, pese a su alta incidencia como problema de salud pública. En un país donde los femicidios superan un caso por día, la violencia basada en género casi no ocupa espacio en la agenda. Su tratamiento carece de continuidad, enfoque de derechos y marcos legales, con excepciones puntuales de buenas prácticas.

Aun es escasa la presencia de mujeres en temas de política, economía, seguridad y deportes. Las áreas de alto prestigio editorial continúan profundamente masculinizadas. Esta ausencia limita la representación de las mujeres como actrices políticas, económicas, científicas y ciudadanas con plenos derechos.

El GMMP evidencia la subrepresentación de las mujeres en toda su diversidad. Las mujeres indígenas, afroecuatorianas, rurales, adultas mayores o con identidades sexo-genéricas diversas siguen siendo invisibles, lo que limita la comprensión mediática de la desigualdad estructural e interseccional.

En el caso de las mujeres periodistas, se observa un incremento de análisis desde la perspectiva de género, sin embargo, su participación aún es limitada. Es evidente si, que las periodistas integran más fuentes femeninas, mayor contexto social y menos estereotipos. Sin embargo, enfrentan precarización, asignación a temas “blandos” y limitada participación en cargos de decisión.

El análisis revela que la mayoría de noticias no cita leyes, políticas públicas ni marcos normativos vigentes sobre igualdad o violencia. La narrativa se mantiene centrada en hechos aislados, sin análisis estructural.

Aunque los medios digitales ofrecen mayor inmediatez y apertura, reproducen patrones tradicionales: sensacionalismo, sexualización de mujeres y baja presencia de voces expertas femeninas.

Las decisiones editoriales, la jerarquización temática y la selección de fuentes continúan reflejando perspectivas masculinas, lo que restringe la pluralidad y equidad informativa.

RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2026-2030

Ecuador vive un momento de transición. La realidad de las mujeres —su liderazgo, sus luchas, sus voces diversas— no está siendo representada con la fuerza y profundidad que merece; al mismo tiempo, la situación social y de creciente presencia de grupos transnacionales de crimen organizado agrava la situación de inseguridad para las mujeres.

Los medios de comunicación, con su enorme poder para moldear imaginarios y transformar percepciones, pueden ser aliados decisivos para cerrar esta brecha histórica a la vez que generar alertas que permitan construir estrategias de cuidado y de protección en este contexto que rebasa las fronteras nacionales.

Las recomendaciones a continuación, reafirman la convicción del equipo de monitoreo: un periodismo que cuida, que respeta y que nombra a todas las mujeres puede cambiar vidas; los medios de comunicación son una enorme oportunidad para construir sociedades democráticas y de garantía de los derechos humanos.

Para los medios de comunicación: construir un ecosistema informativo que refleje la dignidad y diversidad de todas las mujeres

1. Adoptar políticas editoriales con enfoque de género y derechos humanos

Los medios no solo narran lo que ocurre en el país: también ayudan a imaginarlo. Incorporar lineamientos explícitos que garanticen igualdad sustantiva, lenguaje inclusivo y ausencia de estereotipos permite avanzar hacia un periodismo que respete la dignidad humana.

Esto responde directamente a la Plataforma de Acción de Beijing, que exhorta a los medios a evitar representaciones estereotipadas y a amplificar la contribución de las mujeres en la sociedad.

2. Dar espacio real a mujeres especialistas y voces diversas

Ecuador está lleno de mujeres economistas, científicas, líderes comunitarias, técnicas agrícolas, juristas, académicas y defensoras. Aumentar su participación como fuentes expertas no solo mejora la calidad informativa, sino que rompe con décadas de silenciamiento simbólico.

3. Erradicar la revictimización en la cobertura de violencia contra las mujeres

Contar una historia de violencia con respeto es un acto ético y político. Aplicar los estándares de la LOIPEVCM y los marcos internacionales implica contextualizar, proteger identidades, evitar afirmaciones que revictimizan y explicar las raíces estructurales de la violencia para aportar en su prevención y erradicación. Cada noticia puede ser una oportunidad para educar y prevenir.

4. Promover la paridad en la toma de decisiones editoriales

No habrá igualdad en los contenidos si no existe igualdad en las redacciones. Incluir a más mujeres —y mujeres diversas— en cargos de dirección editorial, producción y asignación de temas es coherente con los compromisos internacionales del Ecuador y con la Sección J de Beijing.

Para periodistas: fortalecer el periodismo que cuida, que escucha y que fortalece la democracia.

1. Formación continua en enfoque de género, interseccionalidad y derechos humanos

El aprendizaje constante es una herramienta de resistencia ante un entorno saturado de desinformación y desigualdad. Fortalecer capacidades permite narrar de forma ética, precisa y empática.

2. Buscar voces femeninas y diversas para ampliar y enriquecer las fuentes y el análisis de lo que sucede

Ampliar el abanico de fuentes es un acto de justicia narrativa en los medios de comunicación. Incluir a mujeres indígenas, afrodescendientes, rurales, jóvenes, migrantes, diversas, adultas mayores y mujeres con discapacidad muestra un país más real y más humano.

Para universidades y centros de formación: la igualdad como condición para la democracia

1. Incorporar procesos de sensibilización y formación sobre género y comunicación para estudiantes y docentes.

Integrar estos contenidos en mallas curriculares garantiza profesionales más conscientes, críticos y sensibles.

2. Promover investigación, observatorios y laboratorios de medios

Fortalecer evidencias es clave para transformar estructuras. El GMMP es un ejemplo de ello; las Universidades y organizaciones pueden generar espacios que monitoreen la representación de género, documenten buenas prácticas y formen nuevas generaciones con mirada feminista.

Para el Estado y sus instituciones: crear condiciones estructurales para una comunicación igualitaria

1. Implementar un Plan Nacional para la Sección J de Beijing

Ecuador asumió este compromiso internacional hace 30 años. Es momento de retomarlo con fuerza: promover medios inclusivos, fortalecer la participación de las mujeres y garantizar que la comunicación sea un derecho.

2. Fomentar políticas y estímulos para contenido con enfoque de igualdad

Las políticas públicas pueden incentivar producciones y narrativas que contribuyan a desmontar estereotipos, promover corresponsabilidad de cuidados, visibilizar diversidades y erradicar la violencia contra las mujeres.

3. Fortalecer los mecanismos de prevención de violencia simbólica y mediática

La violencia no es solo física: también ocurre en la palabra, en la imagen, en la omisión. El Estado debe garantizar el cumplimiento de normas y promover diálogo permanente con medios y sociedad civil. El Ecuador es país pionero en incorporar en su norma la violencia simbólica como parte de las violencias de género; es necesario llevar a la práctica acciones efectivas para su erradicación.

Para organizaciones feministas, sociedad civil y colectivos ciudadanos

1. Mantener y ampliar el monitoreo independiente de medios

La vigilancia ciudadana protege la democracia y exige responsabilidad informativa. Espacios como el Observatorio Ciudadano de la Comunicación, que lleva adelante GAMMA desde hace más de 20 años, son pilares para fortalecer la democracia y alcanzar la igualdad.

2. Fortalecer las campañas de alfabetización mediática con enfoque feminista

Talleres de lectura crítica, espacios como el salón de la comunicación del OCC en Cuenca son instrumentos ideales para desarrollar destrezas que permitan reconocer estereotipos, manipulación y desinformación; este tipo de espacios empodera a las audiencias, en especial a mujeres jóvenes y rurales.

3. Crear redes de apoyo para periodistas mujeres

Generar herramientas frente al acoso digital y toda violencia que se ha visto favorecida por el uso de la tecnología, es esencial para garantizar un periodismo libre y seguro.

Los avances en la representación mediática de las mujeres en el Ecuador son importantes y los resultados del GMMP 2025 así lo confirman; es necesario continuar impulsando propuestas para lograr más equidad y justicia de género en los medios de comunicación.

Anexo 1. Metodología

Durante un ciclo completo de 24 horas, miles de voluntarios desde el Pacífico hasta el Caribe monitorearon los medios de comunicación, sumando las voces de sus países a este importante análisis sobre la representación de género en los medios de comunicación. La séptima edición del GMMP se caracterizó por muchas novedades, destacando las mejoras introducidas en este estudio a lo largo de los años. Por primera vez en el GMMP, la edición de 2025 se basó íntegramente en la captura de datos electrónicos, sin utilizar formularios manuscritos; las hojas de codificación se enviaron al equipo técnico directamente a través de la plataforma o utilizando la versión en hoja de cálculo de la conocida plantilla de codificación. También fue la primera vez que la mayor parte de la captura de datos en línea fue realizada por equipos nacionales, que se encargaron de más de 12.000 entradas. Otra novedad fue el protagonismo de las noticias en Internet, que superaron a las entradas de radio a nivel mundial y en seis de las ocho regiones, lo que refleja el cambio continuo hacia las fuentes de noticias digitales.

A pesar de estas evoluciones, la metodología fundamental del GMMP se ha mantenido constante a lo largo de las décadas, preservando la comparabilidad de los resultados entre las distintas rondas de la encuesta.

Cómo se llevó a cabo el seguimiento

La jornada de seguimiento del GMMP reunió a una amplia red mundial de voluntarios, todos ellos comprometidos con responder a la pregunta: ¿cómo se representa el género en un día normal de noticias? Las redes nacionales del GMMP, que abarcan desde equipos de investigación universitarios hasta grupos de defensa de los medios de comunicación, aportaron su profunda experiencia en los ecosistemas mediáticos locales, lo que garantizó que los datos recopilados se basaran en el contexto y captaran con precisión los matices de la cobertura informativa en todo el mundo. En algunas regiones, la colaboración traspasó fronteras: equipos de América Latina y Asia ayudaron a países vecinos con la introducción de datos, lo que garantizó que los conocimientos y los esfuerzos se compartieran allí donde fuera necesario.

En los días previos a la jornada de seguimiento, el equipo de la WACC y las coordinaciones regionales impartieron una serie de sesiones de formación sobre la metodología del GMMP. Los equipos nacionales recibieron formación de actualización sobre la metodología de muestreo y los procedimientos de seguimiento, junto con una introducción a los desgloses temáticos actualizados. Los equipos podían elegir entre dos opciones de seguimiento: el seguimiento completo, que ofrecía una visión detallada de la representación de género en los medios de comunicación, o el seguimiento breve, que solo recogía los indicadores clave del GMMP.

Las sesiones de formación también abarcaron el uso de la plataforma personalizada de recopilación de datos del GMMP, que se utiliza desde 2015. Disponible en inglés, francés y español, la plataforma sirve como sistema central para consolidar las respuestas de los equipos nacionales tras la jornada de seguimiento. El mismo día del seguimiento, los equipos llevan a cabo la captura inicial de datos sin conexión, ya que el debate y la reflexión son una parte fundamental del proceso de seguimiento. Estas sesiones colaborativas permiten a los equipos revisar los resultados, comparar interpretaciones y garantizar la coherencia. Para mantener la precisión, se grabaron boletines de radio y televisión y se recopilaron copias de medios digitales e impresos para su consulta.

Las preguntas del GMMP recogen datos cuantitativos sobre cuatro dimensiones clave de

cada noticia: i) Sobre la noticia: el tema, la ubicación y el alcance de la noticia; ii) Sobre las personas que aparecen en la noticia: sujetos y fuentes; iii) Sobre el personal de noticias (locutores, presentadores y reporteros) que aparece en la noticia; y iv) La calidad de la noticia desde una perspectiva de género (estereotipos de género, protagonismo de las mujeres, derechos y ángulos de igualdad de género). Los equipos nacionales también pueden incluir hasta tres preguntas adicionales sobre las personas que aparecen en la noticia, con el fin de explorar cuestiones de interés nacional específico. Además, los equipos proporcionan un contexto cualitativo para facilitar la interpretación, describiendo la agenda informativa del día del seguimiento, sus razones para seleccionar determinados medios de comunicación y las características clave de su sistema mediático nacional. Los equipos también llevan a cabo un análisis cualitativo estructurado siguiendo el marco estándar del GMMP, complementando los datos cuantitativos con información que ayuda a explicar los patrones y tendencias en la representación de género en los medios de comunicación.

Aunque los equipos no tenían límite en cuanto al número de medios que podían supervisar, se les proporcionó orientación sobre el mínimo recomendado a través de la tabla de bandas de medios del GMMP. El sistema de bandas de medios, introducido por primera vez en 2005, se diseñó para promover una distribución más equilibrada de los datos y proporcionar a cada país orientación sobre el número mínimo de medios de comunicación que debía supervisar. Las bandas se determinaron en función del número total de cada tipo de medio de comunicación en cada país. A lo largo de los años, la investigación documental ha servido de base para recopilar estas cifras, que luego se validaron con los equipos nacionales. Para esta edición, muchas de las bases de datos de investigación sobre medios de comunicación en las que se había confiado anteriormente estaban desactualizadas, lo que nos llevó a recurrir a las bases de datos históricas del GMMP como referencia para los medios de comunicación relevantes a nivel nacional. Esta lista fue revisada y confirmada por los coordinadores nacionales y regionales.

En varios países, el número de medios de comunicación relevantes para este estudio ha disminuido desde 2020, lo que refleja los cambios en el panorama mediático. En consecuencia, se redujo el número de bandas de medios de comunicación; por ejemplo, las bandas de medios de radiodifusión se redujeron de cinco a tres. En cuanto a las noticias en Internet, los países se clasificaron según las tasas de uso de Internet publicadas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y se agruparon en las bandas de medios correspondientes.

Conclusión

Desde aulas y oficinas hasta espacios virtuales compartidos, la red GMMP convirtió un día cualquiera de noticias en una instantánea representativa a nivel mundial del género en los medios de comunicación. Este logro no habría sido posible sin la dedicación de miles de voluntarios, cuyo cuidadoso y diligente seguimiento de los medios de comunicación de todo el mundo sostiene esta importante tradición de monitorización de los medios.

Bibliografía

Lynn, P. (2018). Tackling Panel Attrition. In: Vannette, D., Krosnick, J. (eds) The Palgrave Handbook of Survey Research . Palgrave Macmillan, Cham
https://doi.org/10.1007/978-3-319-54395-6_19

Anexo 2. Lista de monitoras y monitores

Gabriela Ávila Paredes
Johanna Cabrera Vintimilla
Johana Garrido
Génesis Hurtado Agreda
Pamela Carolina Logroño
Santiago Mejía Cabrera
Raquel Mendoza Ureta
Janeth Morocho Minchala
Roberto Ponce Cordero
Rosa Elena Vallejo Castro
Soraya Vicuña Almeida

Equipo de Coordinación

Sandra López Astudillo
Marcela Samudio Granados



WACC
80 Hayden Street
Toronto
ON M4Y 3G2
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

FB [@Global.Media.Monitoring.Project](https://www.facebook.com/GlobalMediaMonitoringProject)
X [@whomakesthenews](https://twitter.com/whomakesthenews)
Instagram [@gmmpglobal](https://www.instagram.com/gmmpglobal)

GRUPO DE APOYO AL MOVIMIENTO DE
MUJERES DEL AZUAY

Calle Octavio Díaz 8-15 y Juan José Flores
Cuenca

Teléfono: 593 806792
Página web: <https://gammaecuador.org>
FB: @GAMMAECUADOR
Instagram: @gamma_ecuador
X: @gammaecu