

MIES Consejos nacionales para la igualdad | Investigación y sociedad

Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación



Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación

Consejos de transición hacia los consejos
de igualdad

Ministerio de Inclusión Económica y Social

2014



Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación

Ministerio de Inclusión Económica y Social-MIES

Ministra Doris Soliz Carrión

Consejos nacionales para la igualdad:

Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia en transición al Consejo para la Igualdad Intergeneracional

Secretario Ejecutivo Álvaro Sáenz Andrade

Consejo Nacional de Discapacidades

Vicepresidente Xavier Torres

Comisión de transición para la Definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres-CTDIPHyM

Presidenta Yina Quintana

Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador-CODENPE

Secretario Nacional Ejecutivo José Chimbo

Corporación para el Desarrollo del Pueblo Montubio de la Costa-CODEPMOC

Secretario Ejecutivo Fabián Navarrete

Equipo de investigación:

Diego Peña (CNNA-CNII)

Lilia Lemos (CNNA-CNII)

Paola Viera (MIES)

Doris Espín (CONADIS)

Mónica Benavides (CTDIPHyM)

Janneth Cervantes (CTDIPHyM)

Isabel Sandoval (CODEPMOC)

David Lema (CODENPE)

Impresión: El Telégrafo

ÍNDICE

Resumen ejecutivo	9
Introducción	11
Antecedentes	15
Objetivo del Estudio	16
Tipo de afectaciones a los derechos, por grupos poblacionales	17
Afectaciones por grupos etarios y medios de comunicación	20
Nivel de exposición del grupo etario al medio de comunicación	20
Cuadro resumen de afectaciones	21
Niñas, niños y adolescentes en los medios de comunicación	22
Jóvenes en los medios de comunicación	25
Personas adultas mayores en los medios de comunicación	25
Mujeres en los medios de comunicación	26
Lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales en los medios de comunicación	30
Personas con discapacidad en los medios de comunicación	31
Personas en situación de movilidad humana en los medios de comunicación	32
Pueblos y nacionalidades en los medios de comunicación	33
Conclusiones	35
Recomendaciones	39
Anexos	58
Anexo No. 1: Metodología	58
Anexo No.2: Referencias legales por tipo de afectación	60
Anexo No.3: Referencias de las afectaciones en la Real Academia Española de la Lengua	79
Anexo No.4: Lista de entidades proveedoras de información	83
Anexo No.5. Matriz de sistematización	85
BIBLIOGRAFÍA	123

Presentación

El ejercicio de la comunicación es una responsabilidad central en las sociedades contemporáneas que persiguen el cambio, la justicia social y la defensa de los derechos. Comunicar es ofrecer la posibilidad de que las mayorías tengan acceso a los beneficios de aquello en lo que el Estado y la sociedad trabajan, y que se informen sobre temas cruciales en su desarrollo. Construir un país incluyente y no discriminatorio es tarea de una comunicación inclinada a la justicia, a la participación y no al corporativismo o a la defensa de los intereses de ciertos grupos. La Ley Orgánica de Comunicación ha recogido este espíritu y en sus distintos artículos procura proteger el derecho a la comunicación de toda la sociedad y no de unos pocos. Ya la Constitución reconoce la necesidad de contar con una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, que se exprese en las distintas lenguas que identifican la pluralidad y diversidad de nuestro país.

Hacia falta una base para comenzar el trabajo de los sujetos de derechos representados por los consejos para la igualdad, instancias encargadas de asegurar la vigencia de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales como lo establece la Constitución ecuatoriana de 2008 en el artículo 156. Los sujetos de derechos de temas de género, étnicos, intergeneracionales, interculturales, de discapacidades y movilidad humana han sido vistos y tratados de cierta forma por la información generada en los medios de comunicación y ello ha corrido paralelamente a su identificación, luchas sociales por la igualdad, incorporación en agendas cívicas y ciudadanas y su reconocimiento en distintas instancias estatales. Sin embargo dicho tratamiento, en líneas generales, se intuía, no ha sido positivo ni constructivo.

Ello supuso la necesidad de contar con un análisis que examine el estado de la cuestión, los estudios y el tratamiento que ha prodigado la información a los sujetos de atención de los consejos para la igualdad. Dado que los consejos cuentan con un representante al Consejo de Regulación, instancia establecida en la Ley de Comunicación, la realización de un estudio era indispensable para contar con un punto de partida que permita observar la comunicación en una de sus facetas: el enfoque hacia los grupos que luchan por la igualdad en la diversidad de derechos. Este es un trabajo que puede establecer las pautas de futuras investigaciones del mismo corte y de análisis directo de la programación y los contenidos de los medios.

Como producto de dichas inquietudes se decidió realizar esa investigación que hoy se publica como libro. Los contenidos de este examen tienen la trascendencia para ser conocidos, discutidos y refutados, de ser el caso, por la opinión pública. Está dirigido a investigadores, comunicadores, usuarios, maestros universitarios, funcionarios públicos, ciudadanos con vocación activa por los derechos y la ciudadanía en general. Intentamos que sea el inicio de varios estudios que trabajen desde esta perspectiva, con el objetivo de fortalecer las oportunidades que ofrece una ley como la actual que trabaja en atención de una comunicación constructiva e incluyente. Como consejos para la igualdad somos los llamados a conectar esas posibilidades con el trabajo particular en nuestro campo, en el fondo, la determinada tarea de construir un país de oportunidades, de igualdad y no discriminación.

Doris Soliz Carrión

Resumen ejecutivo

La comunicación es fundamental para la sociedad. Una comunicación respetuosa y exigente de los derechos humanos fomentará una sociedad donde se conozcan, promuevan, ejerzan y exijan estos derechos. Por ello es necesario pensar en la comunicación en su conjunto, en los medios y en los mensajes que, a través de distintos contenidos y formatos, pueden contribuir a la formación ciudadana y a la opinión pública de los sujetos de atención de los consejos de igualdad en su calidad de receptores, emisores y actores de la comunicación.

En el marco del inicio de la gestión del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación se ha planteado la necesidad de contar con un diagnóstico de contenidos de los medios, por ser parte importante de los procesos de comunicación social. Por tal motivo, los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad y el Ministerio de Inclusión Económica y Social han elaborado un documento que permita conocer las relaciones entre la comunicación y los derechos de las personas representadas por los Consejos de Igualdad.

En una primera fase del diagnóstico se ha elaborado una prospección bibliográfica que da cuenta de las tendencias, fortalezas y debilidades de los contenidos de los medios de comunicación y de información en el ámbito nacional e internacional que afectan de manera directa o indirecta a los grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad.

En este documento se incluye un análisis del estado de situación basado en información

secundaria, investigaciones nacionales e internacionales, desarrollada por observatorios, veedurías, organizaciones, instituciones, universidades y centros de estudios que fomentan el debate en torno a la promoción, difusión o vulneración de derechos humanos en los medios de comunicación.

Este trabajo ha sido posible gracias al trabajo coordinado de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad, Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia en transición hacia el Consejo para la Igualdad Intergeneracional, el Consejo Nacional de Discapacidades, la Comisión de transición para la Definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad y el Ministerio de Inclusión Económica y Social quienes pusieron a disposición de esta investigación equipos multidisciplinarios especializados en análisis de contenidos y apreciación de temas relativos a la comunicación. Dicho equipo contó con el apoyo del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador-CODENPE y la Corporación para el Desarrollo del Pueblo Montubio de la Costa-CODEPMOC para complementar distintos aspectos presentados en esta investigación.

Los reportes que se incluyen en este documento se resumen en afectaciones negativas de violencia, invisibilización, discrimen, manipulación, incitación e identificación en los contenidos de noticias, crónica roja, entretenimiento, publicidad y propaganda hacia las personas que conforman los grupos de atención de los Consejos de Igualdad.

Introducción

El cometido de la Ley Orgánica de Comunicación promulgada en junio de este año, es lograr que el ejercicio de la comunicación coadyuve a conformar y consolidar una sociedad de derechos.

Desde los Consejos Nacionales de Igualdad se busca en este proceso el acceso de todos los grupos y actores sociales a la comunicación y que el ejercicio comunicativo no sea discriminatorio ni afecte a los derechos, a los enfoques de igualdad ni a los grupos de atención prioritaria reconocidos por el Estado ecuatoriano en sus instrumentos legales.

Desde una perspectiva histórica, el ejercicio cotidiano de la comunicación a través de los medios masivos ha respondido predominantemente a las visiones hegemónicas de la sociedad instauradas en el poder o en procesos coyunturales de cambios, convirtiéndose en una forma de transmisión de la ideología y la cultura dominantes.

En las últimas cuatro décadas los medios de comunicación han transmitido las orientaciones de conducta que han estructurado procesos sociales y políticos impuesto como dominantes y han expresado claramente la correlación de las fuerzas vigente en cada momento histórico.

Sin duda cedieron espacios, aunque marginalmente, a la discrepancia y a las visiones opuestas en juego, pero han adscrito a las formas de ver, pensar y actuar de las posiciones hegemónicas y funcionales al ejercicio del poder y la confrontación de intereses particulares que representaron históricamente.

Al predominio de una visión mercantil, excluyente y homologante, se sumó el proceso de urbanización, masificación y generalización y el desarrollo de las tecnologías de la información y

la comunicación, que caracterizaron al proceso de modernización capitalista y globalización de nuestra sociedad contemporánea, aspectos que han influenciado en el devenir de la comunicación. Del mismo modo que en lo político, la *democracia representativa* sustituyó a la participación, la información general sustituyó a la comunicación. En ambos casos, la actoría de los grupos sociales fue relegada por la generalización y suplida por la mediatización. Las voces y los derechos se extraviaron en el manejo de los instrumentos y los actores devinieron únicos.

La información, la interconexión mundial, el desarrollo de los procesos identitarios externos, la visión cosmopolita de las culturas, el conocimiento del desarrollo de las ciencias y el arte contribuyeron a la modernidad de la sociedad ecuatoriana. Sin embargo, en las últimas cuatro décadas los medios se tornaron instrumentos de dominación, exclusión y discrimen para apuntalar la defensa del libre mercado y una integración a la comunicación global representada por el consumismo. Este no ha sido el único resultado que produjo la apropiación de los medios por el poder y los fines de lucro, pero es la expresión predominante del tratamiento de la comunicación por parte de los medios.

El análisis de documentos provenientes de diversas fuentes y el examen del tratamiento que la comunicación dio a los derechos de los grupos de población de atención prioritaria realizado por los propios Consejos Nacionales de Igualdad, permiten tipificar las formas de afectación que se han hecho sobre los derechos y sus titulares a través de la programación mediática de entretenimiento, noticias, publicidad y propaganda.

De manera directa a veces y de forma no intencionada en otras, a través de la programación aparentemente neutra en términos ideológicos, se han manifestado formas negativas de identificación, discriminación, manipulación, incitación e invisibilización de actores constitutivos de nuestra sociedad, manifestaciones todas de violencia y exclusión.

Han sufrido especial afectación mediática negativa los pueblos y nacionalidades, los indígenas, los afrodescendientes, los montubios, las mujeres (utilizadas y cosificadas permanentemente en la publicidad en los medios), los jóvenes y adolescentes (considerados incapaces cuando no delincuentes, violentos, inmorales y peligrosos), las personas con discapacidad y los adultos mayores son escondidos, invisibilizados, incluso despreciados: cuando no se les estigmatiza como inútiles se los expone como víctimas y cargas sociales. Las personas con opciones sexuales diversas son satanizadas, declaradas inmorales, objetos de burla y extremadamente peligrosas.

En la propaganda, las niñas y niños son usados para conseguir adeptos. En la publicidad son manipulados hacia el consumo indiscriminado. A través de ellos se presiona a los padres hacia el consumo, se los proyecta como adultos. Los programas de entretenimiento, en general, son una vitrina de conductas negativas más que educativas. En el ámbito informativo, son expuestos a riesgos y busca mostrárselo en situaciones de violencia y maltrato la *supuesta protección de la identidad* es convertida por las noticias en un semi-ocultamiento de la imagen que no evita su revictimización.

Se considera a la noticia como una mercancía más para atraer audiencias apelando al enfoque sensacionalista sin escatimar imágenes, insinuaciones y prejuicios que ponen en riesgo a las personas. Para lograr un efecto impactante muchas veces se magnifica, distorsiona o tergiversan los hechos, y se recogen y difunden rumores maliciosos como si fueran descubrimientos ver-

aces. La competencia entre los medios exagera aún más estas situaciones cuando lo que prima es la búsqueda de la primicia y el *rating*.

A pesar de esto, se ven avances en algunos contenidos de la programación aunque todavía como hechos aislados en medio de una situación mediática de violencia, banalización y exclusión.

Los grupos y organizaciones progresistas y la reciente acción del Estado han promovido programación y espacios comunicacionales que permiten expresión diversa buscando incluir y dar espacio a más voces, más temáticas, más enfoques. Estos avances son recogidos y deben ser reconocidos en el análisis de situación, como caminos para la construcción de una nueva comunicación basada en un enfoque de derechos.

Se cuida en algunos programas el derecho a la imagen y la no re-victimización de niñas, niños y adolescentes, se ha visibilizado la presencia destacada de la mujer en la acción pública y los avances y protagonismo de las personas con discapacidad, así como los aportes de los pueblos y nacionalidades se ha incorporado el uso de idiomas nativos y lenguaje de señas, hay mayor programación de debate y reflexión y se puede observar a personas de grupos antes excluidos y marginados en acciones públicas, se habla de emancipación, se cuestiona la violencia. Todo esto en algunos medios y momentos, pero dentro de una tónica general aún caracterizada por la dominación de esquemas y estereotipos mercantiles más que humanos.

Un cambio radical de las relaciones sociales conduce a un cambio en el sistema de mensajes, generando nuevas y diferentes perspectivas, como afirman Felipe de Jesús Marañón Lazcano y Carlos Muñiz, autores del estudio sobre los *Estereotipos mediáticos* de los indígenas, realizado en México y publicado el año pasado que forma parte de las investigaciones analizadas para este primer informe de situación.

Nota aclaratoria

Constancia de las observaciones presentadas en la reunión con organizaciones de pueblos y nacionalidades

Una vez concluida la escritura de este informe se realizaron reuniones con varios grupos que representan a pueblos y nacionalidades con el objetivo de difundir los resultados de la investigación, recoger su punto de vista y abrir la posibilidad de nuevos aportes de dichos grupos a la construcción de esta investigación. Hay que reiterar, como se ha dicho en el informe, que es un documento abierto a nuevos elementos de juicio, respaldos, comentarios críticos y aun a la reformulación de algunas nociones planteadas en el estudio. Se trata de un documento que debe ser fortalecido y una de las vías para hacerlo es promover el comentario crítico de organizaciones que son afectadas por igualdad y no discriminación.

El martes primero de octubre de 2013 se convocó a una reunión en la que participaron el CODAE- Corporación de Desarrollo Afroecuatoriano, CODENPE-Consejo Nacional de Pueblos y el CODEPMOC-Consejo de Pueblos Montubios de la Costa para recibir esos aportes a la construcción colectiva de este documento. Los representantes de estas organizaciones observaron que, en la temática de pueblos y nacionalidades, un examen del tratamiento informativo sobre los sujetos de derechos de los consejos para la igualdad debe diferenciar sus pe-

culiaridades. Son unas las condiciones de información que atañen a los afroecuatorianos y otros a las distintas nacionalidades indígenas, por ejemplo. Esta diferenciación parte de los diferentes procesos de desarrollo histórico y cultural de los pueblos y nacionalidades, de su heterogeneidad y del tratamiento distinto de dichos grupos en lo social y comunicacional. Los afroecuatorianos, por ejemplo, no sufren de invisibilización como ocurre con las nacionalidades indígenas sino de una hipervisibilización de identificación negativa (son vistos como delincuentes o malvivientes). En unos casos se percibe un tratamiento informativo de invisibilización, en otros visibilización y aun hipervisibilización, de acuerdo con el grupo.

También se apuntó la falta de presencia de las lenguas propias de las nacionalidades en la información y comunicación. Es otro tipo de proceso de invisibilización cultural que debe ser examinado y estudiado.

Además los representantes del CODENPE señalaron la importancia que para la educación con pertinencia cultural, tiene el buen uso y aprovechamiento de la comunicación.

Aportes como estos son recogidos para fortalecer el diagnóstico y permitir el tratamiento preciso de las necesidades de los sujetos de derechos representados por los consejos para la igualdad.

Antecedentes

El Estado ecuatoriano a partir de 2008 cuenta con una nueva Constitución en la que se incluyen elementos de gran importancia en torno al derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos (...) (Constitución de la República del Ecuador, 2008: 25). En la misma línea, el artículo 19, pone de manifiesto la necesidad de regular los contenidos de los medios de comunicación en su programación y publicidad. Establece que:

La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos (Constitución de la República del Ecuador, 2008: 6)

En el marco de la aprobación de la Constitución, se hace necesaria una nueva Ley Orgánica de Comunicación que entró en vigencia en el Estado ecuatoriano a partir del 25 de junio de 2013. En su Capítulo II, De la Institucionalidad para la Regulación y el Control, artículo 47, se establece la creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, y el artículo 48 aborda la integración de dicho Consejo, señalando que este estará conformado por un representante de: i) la Función Ejecutiva (quien preside), ii) Consejos Nacionales de Igualdad, iii) Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, iv) Gobiernos

Autónomos Descentralizados y IV) del Defensor Pueblo.

Entre otras, las principales atribuciones de este Consejo están vinculadas con la implementación de mecanismos para el ejercicio de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicación e información, la regulación del acceso universal, la clasificación de contenidos y franjas horarias, la implementación de mecanismos que permitan una programación variada con orientación a programas educacionales y/o culturales y la difusión de las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales, la elaboración de estudios respecto al comportamiento de la comunidad sobre el contenido de los medios de información y comunicación (Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

En armonía con la Constitución, el Nuevo Plan Nacional del Buen Vivir incluye como quinto objetivo el Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad (SENPLADES, 2013: 211). Al respecto, el panorama del país para los próximos cuatro años, en torno al espacio de la comunicación, promoción y regulación se articula a través de la política 5.5, que apunta hacia garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa (SENPLADES, 2013: 225). En consecuencia, se han planteado 16 lineamientos estratégicos, de los cuales ocho están relacionados con la regulación, promoción y difusión de producción, programación y contenidos educativos, pertinentes, que aporten a erradicar estereotipos que atentan a las personas en sus diversidades y a su vez fortalezcan la identidad. En este horizonte, se incluye en el literal d, el siguiente lineamiento estratégico:

Promover la regulación de la programación de los medios de comunicación, desde un enfoque de derechos humanos y de la naturaleza SENPLADES, 2013: 225).

En este contexto, como respuesta a los grandes avances en materia de normativa y de planificación que marcan un hito histórico en el país y la región, en el marco del inicio de la gestión del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, se ha identificado la necesidad urgente de contar con un diagnóstico de contenidos de medios que se elabore en coordinación con los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad¹ y con el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Se ha planteado, en una primera fase, elaborar una prospección bibliográfica de los estudios elaborados en esta línea que dé cuenta de las tendencias, fortalezas y debilidades de los contenidos de los medios de comunicación y de información en nuestro país y la región que afecten de manera directa o indirecta a los grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad: niñas, niños, adolescentes, jóvenes, personas con discapacidad, personas en situación de movilidad humana, personas adultas mayores, mujeres, lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales, pueblos y nacionalidades.

En este sentido, este estudio busca responder las siguientes interrogantes: ¿cuáles son los contenidos que abordan los análisis de los medios de comunicación?, ¿cuáles son las afectaciones producto de los contenidos analizados?, ¿cuáles son las principales conclusiones de los

estudios de los contenidos de medios de comunicación?, ¿cómo son recibidos los contenidos de los medios por parte de los diferentes grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad? y, ¿cuál es la tendencia de los análisis de los contenidos de medios de comunicación?

Es preciso señalar que, a pesar de los esfuerzos realizados para homogenizar los aspectos por analizar, el proceso trae consigo sus propias limitaciones en cuanto la información proviene de estudios con contenidos y metodologías muy variadas y, por lo tanto, difíciles de comparar. De esta manera, este estudio debe ser tomado como un estudio exploratorio que permita tener una perspectiva general de la tendencia sobre esta línea analítica.

Objetivo del Estudio

Conocer el estado de situación y las tendencias de los análisis elaborados sobre los contenidos de los medios de comunicación y de información en nuestro país y la región, que afectan de manera directa o indirecta a las personas que conforman los grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad.

Esto permitirá:

- Generar una aproximación al estado de situación sobre las afectaciones a las personas que conforman los grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad, a partir de algunas investigaciones existentes sobre los medios de comunicación.

¹ Los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad que participaron en este estudio son: la Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres; el Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia; y, el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades. También se recibieron aportes posteriores, una vez redactado el documento, del Codenpe, Codepmoc y Codae.

- Conocer la reflexión existente en el Ecuador y otros países, respecto a los contenidos de los medios de comunicación y su incidencia en los grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad.
- Conocer la tendencia de los análisis de los contenidos de medios de comunicación.
- Sistematizar propuestas, críticas, observaciones y recomendaciones que desde distintos espacios se han realizado sobre la manera en que los medios de comunicación abordan a los grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad.
- Aportar con recomendaciones sobre el camino que se debe seguir desde el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación para cualificar los contenidos de los medios de comunicación en Ecuador, desde su producción y programación antes que desde la sanción.

Tipo de afectaciones a los derechos, por grupos poblacionales

Se hizo un análisis de contenidos de la información transmitida a través de los medios de comunicación, contenidos que afectan a las personas atendidas por los consejos para la igualdad. Para los fines de este informe, se incluye información relacionada con los siguientes grupos poblacionales que por su condición etaria, física, étnica o cultural atraviesan situaciones de discriminación o exclusión: niñas, niños, adolescentes, jóvenes, pueblos y nacionalidades, personas con discapacidad, personas en situación de movilidad humana, mujeres, lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales.

Los resultados del análisis están organizados de acuerdo con los sujetos de atención de los consejos de igualdad y con el objeto de análisis de las investigaciones recolectadas: noticias, publicidad, propaganda y entretenimiento.

Para la lectura de estos resultados hay que entender a los medios como parte de un proceso de comunicación social, en el que prima la exposición y utilización de estereotipos predominantes en los imaginarios colectivos de nuestra sociedad.

El estudio ha permitido establecer cinco tipos de afectación en los que pueden incurrir los medios de comunicación hacia los derechos de las personas y grupos y que son: discrimen, invisibilización, manipulación e identificación negativa.

La definición de estos términos ha permitido establecer una tipología que puede servir para que los medios identifiquen las afectaciones en las que incurren o pueden incurrir, para futuras investigaciones y para el examen de los derechos por parte de la sociedad.

Se entiende por *discrimen* las acciones u omisiones que afectan a individuos o grupos y nacen de prejuicios relacionados con origen étnico, edad, sexo, identidad de género o cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diferencias físicas. La discriminación restringe o anula el ejercicio de los derechos y se expresa bajo distintas formas entre las cuales, para los fines de este estudio, se recoge las siguientes:

- Xenofobia: distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o

étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública («Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial», aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 21 de diciembre de 1965).

- Machismo: prepotencia de los varones respecto de las mujeres (DRAE). Una ideología que involucra actitudes, conductas, prácticas y creencias para apuntalar dicha prepotencia.
- Misoginia: característica o manera de ser que consiste en rehuir el trato de las mujeres por miedo a las mismas. Se diferencia del machista en que este tiene una actitud ofensiva hacia la mujer, mientras que el misógino la tiene defensiva (SAU, s/a).
- Regionalismo: ideología construida sobre la aparente superioridad de uno de los componentes de una nación basada en una supuesta condensación histórica que privilegia dicho componente.
- Adulto centrismo: categoría pre moderna y moderna que designa en nuestra sociedad una relación asimétrica y tensión al de poder entre los/as adultos/as y los/as niños/as y adolescentes en nuestra sociedad, donde se construye un universo simbólico, un orden de valores y de distribución de los materiales y una forma de relacionarse entre personas adultas y personas menores de edad a partir de los conceptos y valores de las personas adultas. (Krauskopf, s/a ²).
- Sexismo: todos y cada uno de los métodos empleados en el seno del patriarcado para poder mantener en situación de inferioridad, subordinación y explotación al sexo dominado: el femenino (Sau, s/a).
- Racismo: desde una perspectiva sociológica el racismo es un fenómeno complejo, característico de ideologías de poder, dominación y superioridad racial de un grupo humano sobre otro (Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural).
- Fobias contra personas LGBTI: fobias contra las personas «que no adscriben a la matriz heterosexual ni a la normativa binaria de género» (Glosario feminista), es decir, lesbianas, gays, transgénero, travestis, bisexuales e intersexuales.
- Vejación frente a diferencias, personas con discapacidad, diferente condición política, social, económica.
- Exclusión social de un grupo humano considerado inferior en cuanto a recursos, servicios y derechos (Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural).

Se entiende por manipulación al proceso que emplea trucos específicos, semánticos, técnicos, psicológicos o de comportamiento para engañar, mal informar, influir, persuadir o controlar un objeto, que puede ser concreto (una persona, estado o acción) o abstracto (pensamiento o percepciones), normalmente con el objetivo de ganar la ventaja. (Ritter, s/a³)

- Espectacularización: es la exposición de datos e imágenes que explotan el dolor ajeno como un espectáculo (Abad, s/a).
- Superficialización: tratamiento que elude la profundidad, el desentrañamiento

² Vid: <http://168.96.200.17/ar/libros/cyg/juventud/krauskopf.pdf>

³ Vid: http://ritterandpartners.median-webstudio.de/es/documentos/De_la_comunicacin_a_la_manipulacin.pdf

de las causas, el origen de los procesos de la información.

- Sensacionalismo: denuncia la manipulación informativa que tiende a producir sensación, emoción o impresión y se aplica a todos los medios de comunicación.
- Exotización: convertir en fenómeno el tratamiento de las características de ciertas culturas ajenas a aquellas que se sitúan en la posición del hablante.
- Manipulación: es sacar ventajas de adhesión a niñez o mujeres para cumplir un fin político, comercial, religioso, sexual, económico.
- Afrenta: vergüenza y deshonor que resulta de algún dicho o hecho, como la que se sigue de la imposición de penas por ciertos delitos (DRAE).
- Incitación: estimular a alguien para la ejecución de algo negativo.
- Difamación: convocatoria a perjudicar la imagen de otra persona.

Se entiende por identificación negativa la inclinación a concentrar características negativas, anómalas o censurables sobre la imagen de ciertos individuos o grupos.

- Descontextualización: aislamiento de la información de su núcleo de generación que puede explicar las causas de los acontecimientos, su secuencia y efectos.
- Prejuicios: sobre exposición de elementos negativos relacionados; vínculos forjados (hijo de personas privadas de libertad, racial, ocupación, baja educación, situación económica y género).
- Estereotipia: asumir y reproducir estereotipos y patrones culturales.
- Estigmatización: asunción de características negativas que se endilgan a ciertos individuos o grupos.

- Descalificación: desacreditar o señalar la incapacidad de ciertos individuos o grupos para acometer ciertos asuntos o responsabilidades.
- Escarnio: burla tenaz que se hace con el propósito de afrentar (DRAE).

Se entiende por *invisibilización* el acto de sustraer de discursos públicos, información o del corpus de discusiones académicas, conceptuales u otras a ciertos individuos o grupos en función de ciertas características que se le atribuyen propia o impropriamente.

- Exclusión: descartar, rechazar o negar la posibilidad de algo (DRAE).
- Generalización: considerar y tratar de manera general cualquier punto o cuestión (RAE).
- Omisión: falta por haber dejado de hacer algo necesario o conveniente en la ejecución de una cosa o por no haberla ejecutado (DRAE). Desatención frente a grupos poblacionales.

Los grupos específicos han recibido afectaciones también diferenciadas. Así los pueblos y nacionalidades han sufrido ante todo discrimen, manipulación, identificación negativa e invisibilización.

La imagen de las personas que conforman los grupos de población que son sujetos de atención de los consejos de igualdad sufre, en mayor o menor medida, afectaciones negativas por el tratamiento inadecuado de los contenidos de los medios de comunicación; esto genera imaginarios sociales negativos y errados respecto a estos grupos poblacionales, lo que conlleva relaciones sociales basadas en violencia implícita o explícita.

Según los estudios analizados, la identificación negativa se presenta como la constante afectación a las personas y

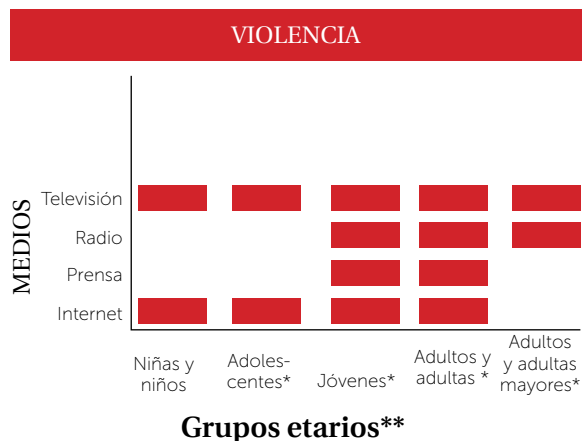
grupos poblacionales sujetos de atención de los consejos nacionales de igualdad.

La discriminación y la invisibilización se evidencian como la segunda afectación más alta a estos grupos. Dentro de ello, resulta manifiesta la invisibilización que sufren las personas lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales, jóvenes y las personas en movilidad humana.

En las investigaciones exploradas, no se ha podido encontrar análisis del tratamiento comunicacional sobre la población adulta mayor, lo cual puede estar relacionado con la falta de espacios que los medios de comunicación ofrecen a este grupo poblacional, así como también podría resultar de menor interés para la academia y la sociedad en general. Esto es importante considerar, por ser conocido que el nivel de relación de las personas adultas mayores con los medios de comunicación es relevante.

Afectaciones por grupos etarios y medios de comunicación

Cuadro 2. Afectaciones por grupos etarios y medios de comunicación



(*) Incluyen personas lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales (LGBTI)
 (**) Incluyen personas con discapacidad, pueblos y nacionalidades.

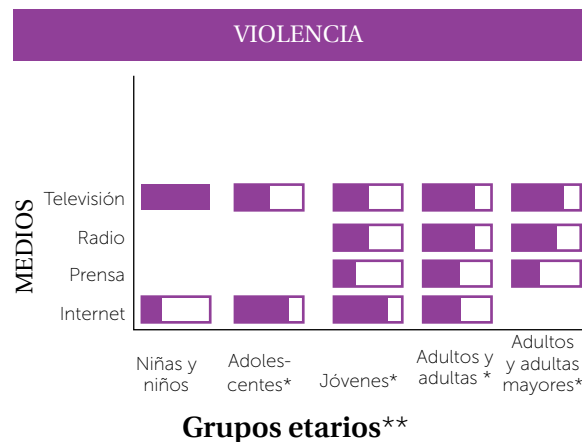
■ = Violencia: Discriminación, Invisibilización, Manipulación, e identificación negativa.

En la relación que se da entre los sujetos de atención de los consejos nacionales de igualdad y los medios de comunicación analizados, encontramos que entre las distintas afectaciones que finalmente son formas de violencia se destaca la que impacta entre niñas y niños a través de la televisión.

Respecto a las afectaciones de los medios de comunicación a las personas jóvenes y adultas resulta mayor pues se relacionan con todos los medios de comunicación. Sin embargo, la afectación no se equipara a los otros grupos poblacionales por el nivel de actividad en la que están involucrados -en la mayoría de casos- lo cual les hace menos dependientes de las emisiones y ediciones de los medios.

Nivel de exposición del grupo etario al medio de comunicación

Cuadro 3. Nivel de exposición de los grupos etarios al medio de comunicación



(*) Incluyen personas lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales (LGBTI)
 (**) Incluyen personas con discapacidad, pueblos y nacionalidades.

■ = Nivel de exposición del grupo al medio de comunicación

Cuadro resumen de afectaciones

Cuadro No. 1. Tratamiento en los medios de comunicación a los sujetos de derechos.

DESCRIPTORES DE AFECTACIONES TIPO	INVISIBILIZACIÓN	MANIPULACIÓN	DISCRIMEN	IDENTIFICACIÓN NEGATIVA	INCITACIÓN
	Exclusión Generalizaciones Desatención Omisión Exclusión	Superficialización Sensacionalismo Exotización	Xenofobia Sexismo Racismo Fobia	Prejuicio Sobrexposición Vínculo forjado Estereotipia Estigmatización Descalificación	Difamación Incitación Escarnio
SUJETOS DE DERECHOS	Niñas, niños y adolescentes				
	Mujeres				
	Pueblos y Nacionalidades				
	Personas con discapacidad				
	Jóvenes				
	Adultas y adultos mayores				
	LGBT				
	Personas en movilidad humana				

= Mayor afectación negativa

= Menor afectación negativa

Se evidencia, que el nivel de penetración de la televisión en los niños y niñas resulta mayor por la centralidad que este medio tiene en sus vidas lo cual resulta determinante en su proceso de formación y desarrollo físico.

En los adolescentes el peso también recae en la televisión, con una tendencia a pasar al internet de manera acelerada y posiblemente con mayor fuerza, pues niños, niñas y adolescentes no utilizan radio y prensa.

En el caso de las personas adultas mayores vemos que su relación con la televisión, la radio y la prensa, en ese orden, es importante tanto por el nivel cuanto por su intensidad al haberse reducido su mundo relacional por su menor movilidad cotidiana y participación en otras actividades.

Cabe señalar que, respecto a cada formato de los medios de comunicación, el segmento de noticias tiene implicación directa e inmediata con la realidad. El entretenimiento ocupa el mayor porcentaje de tiempo en el medio de mayor penetración en los hogares, la televisión mientras que la prensa es mayoritariamente informativa. La radio, que tiene un alto nivel de penetración en la zona rural, divide su tiempo entre lo informativo y el entretenimiento.

Niñas, niños y adolescentes en los medios de comunicación

Noticias

Las investigaciones revisadas en relación al tratamiento noticioso de temas relacionados con niñez y adolescencia se basan en la cuantificación de la presencia, frecuencia ubicación y tamaño de los espacios destinados a temas de niñez y adolescencia, así como en el análisis

cualitativo de la presentación de estos tópicos y sus sujetos tomando en cuenta su relevancia, seguimiento, contextualización, diversidad de fuentes y el género periodístico usado.

En los últimos tres años (2009-2012), la información sobre niñez y adolescencia representa solo el 6% del total de la información que se difunde. El aumento del 1% en relación con el período bianual anterior de 5%, corresponde a la categoría de *víctima* con que se presenta a niñas, niños y adolescentes en la crónica roja.

De acuerdo a las investigaciones y documentos revisados, el modo primordial de presentación de los contenidos noticiosos e informativos referidos a niñas, niños y adolescentes en los medios de comunicación es limitado en cantidad y este porcentaje reducido de información se caracteriza por estar relacionado con violencia, al presentarlos como víctimas, victimarios o beneficiarios pero no como sujetos de derechos. El otro tema abordado es educación; le siguen temas de salud, casi siempre cortos, superficiales y coyunturales. Sus voces son raramente presentadas y no en las mejores condiciones para obtener sus opiniones. Si bien se ha mejorado el tratamiento de noticias en algunos espacios informativos, la revictimización, el escándalo y la descontextualización siguen presentes.

Los principales problemas identificados en los análisis de contenidos noticiosos de los medios de comunicación giran en torno a la invisibilización y a las representaciones adultocéntricas, estereotipadas y prejuiciosas de este grupo prioritario de personas de interés superior para Ecuador. Por ejemplo, una de las investigaciones analizadas indica que en estos últimos tres años, de 56 piezas informativas

estudiadas sobre delitos sexuales ninguna protegió adecuadamente la identidad de las víctimas. Esto significa que la imagen de la o el adolescente vulnerado apareció sin protección o se dieron otros detalles que permitieron su reconocimiento⁴.

En cuanto a temas de salud y sexualidad, el 3% de todas las notas de prensa procesadas en un estudio refieren temas relacionados con adolescentes y jóvenes y una décima parte de ese 3% trata el tema del embarazo adolescente. El 50% de ese porcentaje trata de manera inadecuada el tema, con exageración o tergiversación, aunque también se presenta una imagen positiva en el tratamiento del tema en cuatro de cada 10 notas. En la radio, dos de cada 10 programas con alcance nacional analizados muestran una imagen positiva de la adolescencia o la juventud, pero siete de cada 10 programas no son útiles al entendimiento cabal de los temas de los jóvenes y adolescentes.

De acuerdo con los estudios revisados, gran parte de la comunicación periodística habitual reproduce y refleja la estigmatización y discriminación que padecen las y los adolescentes en nuestra sociedad.

Parte de la niñez es tratada de manera diferente a la *común* o *normal*, como *anormales* y *problemáticos*: el segmento de niñas, niños y adolescentes, generalmente pobres, que son víctimas de formas variadas de abandono y abuso, o que están acusadas de entrar en conflicto con la ley penal.

Un estudio revela que las niñas y niños a partir de los seis años diferencian con

claridad la ficción de la realidad presentada en la televisión, sintiendo más temor de las noticias que de programas de ficción con contenidos violentos.

Propaganda y publicidad

Cabe indicar que en varios países está prohibido el uso de niñas y niños en publicidad.

La publicidad concibe a la niñez y adolescencia como consumidores potenciales y transmisores de exigencias de consumos a madre, padre, abuelas y abuelos, tías y tíos. Muchos comerciales se difunden sin tomar en cuenta las incidencias y consecuencia de sus mensajes, como frustración, angustia o denigración

La publicidad tiene como objetivo estimular el deseo y la necesidad de consumir, y los niños y jóvenes representan una importante cuota de mercado. La influencia de la publicidad en niñas y niños es muy fuerte y puede considerarse negativa cuando crea apetencias y necesidades que no corresponden con la edad de la niña, niño o adolescente y que, en la mayoría de los casos, no podrá satisfacer.

La propaganda, por su parte, incurre en la manipulación de la imagen de niñas y niños para ganar adeptos entre las personas adultas.

Entretenimiento

El alto e inadecuado contenido sexual y violento emitido por las novelas y otros programas de entretenimiento de la televisión preocupa a los padres y madres más que a las niñas, niños y adolescentes. No hay control

⁴ «Menor aparece con 26 puñaladas en el cuerpo» «antes de morir, José Stiven estuvo buscando a su padre», «Temor y hermetismo en sepelio de niño asesinado» Varios diarios hicieron varias entregas sobre el caso del asesinato del niño de 11 años que fue asesinado con 26 puñaladas en el Guasmo (Guayaquil), quien había salido en busca de su progenitor y a los cuatro días su cuerpo fue hallado. Así, en uno de los medios se presentó una noticia con una extensión de 173 palabras, en las cuales se relata el hecho de manera visceral y morbosa, exponiendo con amplios detalles la forma en que el cuerpo fue encontrado. Más adelante, en otra edición, se presentó pormenores reveladores sobre el funeral del niño, pero sobre todo se mostró su fotografía.

real por parte de los adultos responsables del cuidado de niñas, niños y adolescentes aunque una de las encuestas realizadas para un estudio revela que el 100% de padres y madres de familia asegura que impone a sus hijos horarios para ver la televisión.

En relación los casos concretos de series animadas estudiadas (*Los Simpson* y *Dragon Ball*), se concluye que el horario de programación de estas dos series televisivas no es el más adecuado por la exposición a niñas y niños menores de seis años. Las niñas se identifican más con *Los Simpson* y los niños con *Dragon Ball*. En general *Los Simpson* es más visto por niñas y niños de edades mayores por la unidad familiar que es presentada en la serie, pero se considera que ni una ni otra serie deben ser vistas por niñas y niños de menor edad que ellos.

Muchos programas de entretenimiento generan frustración y mayores afectaciones negativas en niñas, niños y adolescentes cuyas oportunidades de educación, vida familiar, entretenimiento y recepción crítica de los mensajes son reducidas.

Según la investigación «Algunos efectos y reacciones psicológicas del niño ante los contenidos violentos de la televisión», las niñas, niños y adolescentes pasan más tiempo promedio al año frente a la televisión que en la escuela (alrededor de cuatro horas diarias, 1400 horas anuales frente a 1000 horas anuales de escuela). Durante un día las niñas, niños y adolescentes pasan un mínimo de 2 y un máximo de 5 horas frente al televisor. La televisión es por tanto uno de los ejes en la vida de niñas, niños y adolescentes. Si bien diariamente en su mayoría no pasan más horas frente a la televisión que en la escuela, también consumen televisión los fines de semana y durante las vacaciones, lo que explica el primer dato. En algunos períodos esa cifra

(la de horas frente al televisor *versus* horas en la escuela) iguala o supera en casos el número promedio al año.

El 45% de las niñas y el 30% de niños estudian mientras ven televisión. A mayor exposición a la televisión, menor rendimiento escolar. La televisión no favorece la creatividad ni el desarrollo de la inteligencia, inhibe la expresión de emociones y el razonamiento y afecta la comunicación familiar. También puede inducir imitación de comportamientos violentos, enfrentamiento erróneo de necesidades insatisfechas, frustración y consumo. 87% de las personas de la muestra investigada afirma que la mayoría de contenidos de la televisión es de muy mala calidad.

La publicación *L@S niñ@s te ve ven y ¿qué ven? Una televisión violenta que divierte y desencanta* dice que 70% de los niños, afirman que sí encuentran programas negativos en la televisión. Los asuntos que encuentran negativos son, en sus palabras, porque enseñan «cosas malas» (28,8%), por la violencia 22,8% y por contenidos sexuales (19,6%).

Debemos destacar:

- La invisibilización de niñas y niños en la prensa, superficialidad y esquematización en el tratamiento del tema, descontextualización y tratamiento coyuntural y revictimización.
- Hay invisibilización y banalización del tema de adolescencia, refuerzo de estereotipos y superficialidad en el tratamiento de temas.
- Falta de capacidad mediadora por parte de la familia para orientar el uso de la televisión entre niñas, niños y adolescentes. La distancia generacional entre padres y madres con sus hijas e hijos so-

bre temas de violencia y sexo no permite diálogo ni orientación adecuada.

- La televisión tiene una importante incidencia en el desarrollo de niñas y niños.
- A pesar de que las niñas y niños a partir de los seis años diferencian la ficción de la realidad, se ven frustrados ante la ficción de ciertos personajes todopoderosos presentados dadas sus carencias y limitaciones en la vida real, lo que podría hacerlos vulnerables a ofertas de realización de sus sueños.
- La investigación «Percepciones de la calidad de los contenidos televisivos e incidencia en el comportamiento y rendimiento escolar» indica que la percepción mayoritaria es que el 87% de programación es de muy mala calidad.
- A excepción de la reciente franja de programación «Veó Veó», no existe producción nacional ni independiente en la programación de la televisión de señal abierta.

Jóvenes en los medios de comunicación

Noticias

Hay invisibilización y banalización de temas de juventud, refuerzo de estereotipos y superficialidad en el tratamiento de temas.

Otro de los estudios expone que solo el 6,12% de notas de prensa estudiadas el día de la juventud corresponde a temas de jóvenes. Los enfoques principales son deportivos, artísticos o académicos, pero la información referida a jóvenes no se sitúa en páginas importantes o *serias*.

Entretenimiento

La investigación «La influencia de los programas televisivos en el desarrollo cultural de los jóvenes de 18 a 25 años en el cantón La Libertad» expresa que el 94% de la muestra reconoce que su comportamiento es influenciado por aquello que ven en la televisión y el 88% de los jóvenes reconoce que los programas de violencia afectan su comportamiento.

Propaganda y publicidad

Una de las investigaciones analizadas sostiene que los anuncios dirigidos o que usan imágenes de adolescentes y jóvenes son el 6%.

Personas adultas mayores en los medios de comunicación

No se hallaron investigaciones sobre el tratamiento de los temas relacionados con las personas adultas mayores en los medios de comunicación. Esta ausencia indica que no ha habido interés en investigar específicamente desde la mirada de estas personas a los medios de comunicación, tanto en calidad de sujetos o actores de la información, como personajes o espectadores de programas de entretenimiento o en relación a la publicidad y este grupo de personas. Sin embargo, podemos evidenciar la relación estrecha entre las personas adultas y los medios de comunicación, resultado de las limitaciones de sus relaciones sociales y de la escasa oferta de otros espacios o medios de socialización. La televisión y la radio llegan a ser en muchos casos su mayor compañía. Pero la relación de los medios con las personas adultas mayores es más bien distante, lo cual puede obedecer a que son consumidores *sin importancia* o ciudadanos

sin incidencia. También podemos evidenciar a partir de la revisión de la programación en relación con otros grupos sociales que las personas adultas mayores se verían influidas por las mismas afectaciones que hemos analizado en relación a los otros grupos de la población, fundamentalmente por la violencia, discriminación, imagen negativa e invisibilización.

Mujeres en los medios de comunicación

Noticias

Las noticias de prensa y televisión son objeto de análisis y monitoreo permanente por organizaciones sociales, instituciones del Estado y estudiantes de universidades de pregrado y posgrado.

En cuanto al abordaje de temas que atraviesan la vida de las mujeres, los distintos documentos mencionan que, en el marco de la discusión de la Asamblea Constituyente durante 2008, el tema del aborto y la unión de hecho entre personas del mismo sexo salió a la palestra y fue tópico de discusión en diversos medios de comunicación, pero la atención a lo controversial y coyuntural de los temas no dio paso a una discusión estructural del fenómeno. Por ejemplo, en el tema del aborto, la selección de fuentes de información quitó legitimidad a esta demanda de los sectores de mujeres.

Según un estudio realizado por CONAMU, de marzo a julio de 2008 (Ponce, 2008) la manera en que los medios abordaron los temas relativos a las mujeres durante la Asamblea Constituyente se caracterizó en general por el uso de estereotipos de género, discursos sexistas, argumentos moralistas y religiosos antes que argumentos científicos,

jurídicos y sociales. En este marco, la opinión que se generó en los medios sobre este tema tuvo como protagonistas mayoritarios a hombres que, en general, se opusieron al reconocimiento de nuevos derechos, mientras se defendían los roles tradicionales de género.

Uno de los géneros privilegiados del análisis es el de la crónica roja y en este sentido, el periódico *Extra*⁶, es objeto de frecuente mención. Así se indica que:

En este periódico se juega con la dicotomía de mostrar la imagen de la mujer maltratada o la mujer sexy y tanto la mujer sexy como la mujer golpeada son presentadas como objeto y no como sujeto. Para explicar la violencia hacia las mujeres, ellas no son fuente de consulta, sino que son usadas cuando su cuerpo ha sido víctima de violencia. Las mujeres ocupan el lugar de objetos victimizados (Vasco, 2011).

Si bien el énfasis está dado sobre esta publicación, muchos de los criterios son aplicables, con sus matices, a la forma en que otros medios de comunicación abordan la violencia de género. En una reflexión general sobre cómo la prensa se refiere a la violencia de género, Jenny Pontón (2008) considera que la manera breve y superficial de tratar las situaciones de violencia naturaliza las conductas misóginas y esconde que como resultado de estas conductas se da el femicidio.⁹

En este sentido cabe resaltar que en 2011, según el análisis de GAMMA¹⁰ al monitoreo del Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca, el 44% de las noticias de violencia son presentadas desde un enfoque sensacionalista y un 25% de las notas de televisión culpabilizan a la víctima (a la mujer). El abordaje sensacionalista revictimiza a las víctimas y al explicarse la violencia a partir de la infidelidad, la ira,

⁶ Quizás esta curiosidad por el diario responde a que es evidente el uso del cuerpo de la mujer para relatos de crónica roja.

los celos, es normalizada retirando así la responsabilidad del agresor; los casos de violencia suelen ser presentados como crónica roja, sucesos y policiales, pero la noticia tratada como mercancía- termina por ser el género más usado, que por sus propias características privilegia lo espectacular al análisis y seguimiento de los casos, lo cual determina que el tema sea tratado como coyuntural donde la violencia de género es presentada como un problema individual y privado.

Las mismas características sobre la manera de abordar la violencia de género en los medios se repite también en el monitoreo realizado en los meses de junio a septiembre de 2012. Adicionalmente, este seguimiento concluye que la mitad de noticias analizadas refuerzan estereotipos y que la «violencia es noticia cuando existe la muerte de la mujer, la violencia económica y patrimonial no son de interés de los medios» (Gamma, 2012).

En el año 2011, Blanca Diego (2011) concluye que más allá de las críticas que se hace a la manera en que los medios abordan la violencia de género, cabe destacar que es una de las pocas fuentes en el país que contabiliza esta forma de violencia. Ella hace referencia a una noticia publicada en *El Comercio*:

Noticia en *El Comercio*, sección «Seguridad», fecha domingo 6 de febrero de 2011, titular: «De enero a noviembre de 2010 hubo 29 feminicidios en el país», fuente citada: el Departamento de Violencia Intrafamiliar de la Policía Judicial [...] . Cuando esta noticia entró en el registro del Observatorio de Humanas, el dato 29 genera dudas, y por eso el Observatorio se da la tarea de sumar mes a mes lo casos de mujeres asesinadas en el 2010 publicados en los periódicos [...]. El re-

sultado confirma la sorpresa 111, la mayoría como consecuencia de violencia machista [...] (Diego, 2011:19-20).

Este hecho confirma que en el Ecuador existe una falta de datos estadísticos confiables con respecto a la violencia de género y eso podría explicar porque son pocas las notas que cruzan datos y hacen planteamientos vagos.

Según el mismo estudio de la Corporación Humanas (Salazar y Diego 2011), apenas dos informaciones de las 506 revisadas presentan datos acerca de a dónde acudir o llamar en caso de ser víctima de violencia; además los reporteros aún se permiten utilizar adjetivos calificativos para las mujeres. El enfoque de derechos humanos, particularmente los derechos de las mujeres, está totalmente ausente de las noticias.

En cuanto a los roles de género y periodistas que cubren distintas fuentes de información, el informe de 2010 de Participación Ciudadana (Participación Ciudadana, 2010) revela que del total de reporteros el 61,35% son hombres y que estos abordan principalmente temas de política, economía, judicial y deportes; el 38,65% son mujeres que se encargan de temas sociales, de interés general, entretenimiento, cultura y farándula. El 80,90% de los entrevistados fueron hombres. El 59,36% son presentadoras de noticias, pero el protagonismo en los editoriales recae sobre los hombres.

Publicidad y propaganda

Al igual que en las noticias emitidas por los medios, la publicidad es parte de un

⁹ «El femicidio constituye la forma más extrema de violencia basada en el género, entendida esta como la violencia de hombres contra mujeres como forma de poder, dominación o control. En esta categoría se incluye los asesinatos de mujeres ocurridos en los espacios privados y públicos» (ONU, s/a).

¹⁰ Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay.

sistema que excluye-estereotipa a la mujer. En este espacio se destaca el hecho de que a partir de la lógica capitalista, la publicidad se vale de la imagen con énfasis en el cuerpo de la mujer para sus fines mercantiles. Así en ciertas publicidades es más evidente el uso sexista de la imagen según el producto que oferta el mercado; por ejemplo el caso de las bebidas alcohólicas. Algunos de los elementos anotados por las distintas investigaciones se refieren al uso del cuerpo de la mujer, a los estereotipos de género que se ponen en práctica y las relaciones asimétricas que se establecen entre hombres y mujeres. A continuación, mencionamos algunas de las conclusiones de los estudios revisados:

La publicidad refuerza estereotipos de género, donde se resalta el rol de la mujer como ama de casa y persona al servicio de los demás. En el caso de la presencia de las niñas esta asignación de roles no es distinta al contrario, se refuerza más pues se las ubica en lo privado, como seres hacendosos y al servicio de los demás; en cambio cuando el rol es de profesionales y personas de negocios el 88% son hombres (López, s/a).

Se evidencia machismo y sexismo en la publicidad. Persiste la difusión de patrones socioculturales que abonan en la subordinación de ciertos grupos sociales frente a otros.

Entre los atributos actitudinales que refuerza la publicidad, se presenta al hombre como agresivo y a la mujer como seductora. Estas son algunas de las actitudes sobre las que son representadas mujeres y hombres: alegres 61% mujeres, 39% hombres; afectuosas 76% mujeres, 24% hombres; decididos o valientes 60% hombres, 40% mujeres; pasivas y sumisas 100% mujeres; seductoras y vanidosas 89% mujeres (Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca / Gamma 2010).

Sin embargo Gamma reconoce que en el año 2009 a diferencia de 2008 hay un uso más adecuado del lenguaje en la publicidad analizada, pero también hace evidente que a pesar de esto el mensaje continúa siendo excluyente y subordina a la mujer frente al hombre.

Según el estudio *Medios de comunicación social y relaciones de género* (Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca / Gamma 2010) la publicidad es el género que mayor influencia tiene en la población. Cuando los personajes que aparecen son hombres estos aparecen en un 41% como profesionales, personas de negocios y ejecutivos y en 35 % como comerciantes y obreros las mujeres aparecen en un 75 % en el rol de amas de casa.

En cuanto a las propagandas, encontramos un análisis que cumplía con los criterios de selección, realizado sobre la campaña «Reacciona Ecuador, el machismo es violencia» de 2009 y 2010 existen visiones contrapuestas. Por un lado, se reconoce el éxito de la campaña al plasmar el machismo como una forma de violencia y al posicionar su eslogan «Reacciona Ecuador. El machismo es violencia», a través de herramientas comunicacionales que captaron la atención del público joven, tales como el *spot* en formato vídeoclip. Por otro lado existen críticas que se refieren a la invisibilización de la población afroecuatoriana, indígena, rural y homosexual provocando así el desinterés de estos sectores y el reforzamiento del imaginario de la mujer como víctima y el hombre como agresor. Sin embargo habría que relativizar estos cuestionamientos ante otros planteamientos que sostienen que la estrategia de presentar la violencia de género en situaciones urbanas-clase media, justamente tenía la intención de

desmontar la idea de la violencia de género como propia de sectores populares.

Entre la crítica se nombra que la campaña sostiene algunos esencialismos:

1. Presenta la pasividad y victimización de la mujer frente a las agresiones
2. Ubica al hombre como principal agente agresor de violencia de género
3. Utiliza estereotipos para la representación de lo femenino-masculino hegemónico.

Entretenimiento

Son siete las investigaciones que hacen referencia a los programas de entretenimiento y farándula. Uno de los primeros elementos que llama la atención, después de revisar los distintos estudios, es que los programas de mayor interés para investigar se repiten en varios de los documentos. En este sentido hay mayor curiosidad por los programas que han generado polémica o críticas desde distintos sectores sociales como: *Vivos, ni en vivo ni en directo*¹⁷, *Mi recinto*, *Haga negocio conmigo* y los programas de farándula.

Los diferentes estudios coinciden al identificar elementos característicos de este tipo de programas. A continuación anotamos algunos de los más relevantes. En general, los programas de farándula se valen de ciertas herramientas *cuestionables*¹⁸ cámaras ocultas, grabaciones sin permiso de los interesados, persecuciones encubiertas y *testigos* que cuentan privacidades, entre otros (Carranza, 2011).

En lo que tiene que ver con el género, al igual que la publicidad, los programas de entretenimiento reproducen roles

estereotipados de género, donde el cuerpo de la mujer cumple la función de seducción, mientras que en los hombres la seducción no se da por el cuerpo, sino por su gracia.

Según Gamma, en general, los programas de entretenimiento de la televisión ecuatoriana presentan un mensaje que subordina a las mujeres, no se encuentran programas que potencien su presencia; al contrario, se refuerzan los estereotipos de género y el discurso patriarcal y la imagen de las mujeres es utilizada como objeto decorativo y sexual. Además se trata de un atentado a los derechos humanos pues no se las presenta como sujetos sino como objetos, no como seres diversos, sino como un grupo homogéneo para la decoración.

La sátira es usada como un mecanismo para promover la banalización y exclusión, utilizando la burla sobre los sujetos que no calan en los roles de género naturalizados. Pero lo curioso es que a pesar de ser cuestionados son programas que ocupan altos niveles de *rating*.

En la tesis *Imaginario de género en Mi recinto: programa de la televisión ecuatoriana* (León, 2008) se plantea que en el programa se manifiestan relaciones de poder que pasan por etnia, clase y género. En este sentido existen valoraciones sobre ser afrodescendiente y mujer. De igual manera, estos programas tienden a cosificar a la mujer en su función de modelo, donde la *belleza* es un requisito fundamental.

A partir de este estudio de recepción se concluye que, desde un elemento problemático en el que por un lado se reproducen estereotipos y acciones que se ven en la pantalla, por otro se las condena

¹⁷ Este programa ya salió del aire, pero los principios sobre los que es analizado permiten hacer un acercamiento a otros que manejan el mismo formato y discurso.

¹⁸ Carranza Andrea, Análisis comunicacional de los programas rosas de la televisión ecuatoriana, FIACSO, Quito-Ecuador, 2011.

en el discurso. Además se encuentra el cuestionamiento sobre *el rescate de lo montubio*, que el programa presenta como una de sus características, ya que al mantener construcciones estereotipadas de lo masculino y lo femenino se termina por generar una visión estereotipada de lo montubio, es de este modo que: «*Mi Recinto* representa una sociedad que en medio de un caos, no se reproduce, potencia el racismo y estereotipa la vida montubia» (León, 2008: 110 - 111).

Además, una conclusión que aparece en varias de las investigaciones es que la participación de mujeres en los medios de comunicación no garantiza que se mantenga un enfoque de género. Esto permite ver que el patriarcado trasciende a los géneros. Aunque hay un avance en tema de paridad en los medios de comunicación, el rol de la mujer continúa siendo de subordinación, como accesorio de los programas, no como sujeto; por ello, aún queda mucho por trabajar, pues no solo basta con incluir a las mujeres en los medios sino garantizar su participación más allá de los estereotipos y roles tradicionales de género.

Las películas y los programas televisivos tienen gran influencia en los usuarios de los medios de comunicación. Pueden definir las expectativas de lo que significa ser hombre o mujer, lo que es divertido y lo que no lo es, o qué puede ser socialmente aceptado y qué no. Además, las imágenes de la televisión no nos presentan la realidad tal y como es sino tal y como desean que sea percibida, aclarar que entendamos y, sobre todo, la sintamos.

En los programas de comedia analizados, por ejemplo, se encontraron cuatro de cinco criterios de análisis: racismo, sexismo, machismo y fobia a las diversidades sexuales. El estereotipo de belleza de

hombres y mujeres en la publicidad es occidental, donde además hay una presión mayor al modelo de belleza en las mujeres a diferencia que en los hombres. Estos estándares sobre el cuerpo de la mujer en la publicidad son: esbeltez, delgadez, *bien formada*, y joven. Estos cuerpos no corresponden a la realidad y más bien desnaturalizan y banalizan la imagen de la mujer cotidiana.

Lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales en los medios de comunicación

Si bien los estudios analizados, vinculan a los grupos GLBTI con el discrimin a mujeres, se pueden recuperar algunas referencias de tratamiento general en noticias y entretenimiento.

Es frecuente que los medios de comunicación reproduzcan discursos que condenan a las personas GLBTI. Si bien existen excepciones, la tendencia general de los medios es construir en los imaginarios ciudadanos las trans, lesbo y homofobias.

Esta recurrencia refleja, que por lo general, las opciones de preferencia sexual son tratadas con claro y reiterado discrimin que contiene cargas machistas y sexistas.

A este trato se suma una fuerte identificación negativa con actividades delictivas o fuera de la ley, a las que suele ligarse criterios de xenofobia y de discriminación racial.

A las preferencias de este orden se las suele referir como patologías o perversidades, sugiriendo acciones que corrijan los supuestos defectos a los que se relaciona con conductas peligrosas.

En los medios se registran las marchas públicas de los GLBTI con sesgos de exotización y morbo.

Personas con discapacidad en los medios de comunicación

En este reporte, así como en los siguientes, no se ha realizado la diferenciación entre noticias, entretenimiento y publicidad y propaganda pues no hay suficiente investigación encontrada para ello.

Un artículo que resume el trabajo de un equipo español que lleva investigando cuestiones relacionadas con la discapacidad y los medios de comunicación, señala que en el ámbito mediático y en cierto modo organizacional se ha desarrollado una especie de *maniqueísmo*, que se ha limitado a plantear de modo redundante una simple distinción entre lo que es normal y lo que no lo es, introduciéndose la clave de la *integración*, de la discapacidad en el universo de la normalidad social.

Los medios de comunicación no solo dicen qué es la discapacidad, sino que probablemente también expresan las formas de ser y estar del discapacitado, contribuyendo de forma muy directa a configurar y definir las formas de identidad social de la discapacidad, señala el mismo artículo.

La escasa preocupación que existe dentro de las ciencias sociales de emprender estudios que traten temas relacionados con la discapacidad, en especial, de la construcción de la discapacidad desde los medios de comunicación, resulta llamativo; a pesar de que el nivel de incidencia sobre la misma ha ido en aumento en nuestro país. El investigador no puede limitarse a observar lo que los medios dicen de la discapacidad, sino la forma cómo los discapacitados se comprenden o se ven reflejados en aquellos.

Los textos revisados destacan el exceso de estereotipos y superficialidad; todo lo

extraño, lo minoritario, lo diferente, llega a la ciudadanía por medio de prejuicios, entre ellos, varios asociados a la discapacidad como algo anormal y problemático. Los medios de comunicación han fomentado la aparición y consolidación de estereotipos, que se enganchan fácilmente con los condicionantes de la información periodística: directa, sencilla, breve y concisa.

Existe por parte de los medios una actitud de indiferencia o de sensacionalismo, pero lo que prima es la invisibilización de las personas con discapacidad.

Se presenta a la discapacidad como una realidad desprovista de virtudes, se apela a la emoción y se sitúa a la condición del sujeto por encima de sus capacidades y desempeño.

La discapacidad es un mundo desconocido y los medios lo abordan solo desde las secuelas, las deficiencias, desde los problemas, generando miedo en la población a padecer una discapacidad e incomodidad frente a una persona con discapacidad más que respeto o solidaridad.

Juan Benavides Delgado, comunicador español, señala que los medios profundizan en los rasgos diferenciadores de las personas con discapacidad, situándolas como individuos discapacitados, no normales, marginales, en lugar de las personas que tienen instrumentos propios para realizar de forma diversificada los aspectos relacionados con su vida cotidiana. Propone un cambio necesario en la presencia de la discapacidad en los medios de comunicación que se caracterice por situar la discapacidad en el universo de la realidad cotidiana, acentuando la naturaleza cambiante y variada de esta última. Este nuevo discurso entiende la discapacidad como un aspecto más de la realidad de la vida cotidiana: una expresión de su diversidad. El ciudadano debe aceptar

que existen distintas formas de percibir y experimentar la realidad; entre ellas las expresadas desde la propia discapacidad. Precisamente, lo normal es la variedad de la realidad, la enfermedad, la salud y las nuevas experiencias. Esta nueva sensibilidad más interdependiente que integradora, presente en el discurso emergente sobre las relaciones humanas, conduce a una percepción de la discapacidad ajena a la dicotomía normalidad/anormalidad; así la discapacidad pasa a ser percibida como una expresión de la diversidad de la realidad.

La presencia de la discapacidad en los medios se lee en clave de conflicto y de diferencia negativa. El lenguaje usado contribuye a esta imagen: *minusválido, personas diferentes, personas especiales, sordo mudo, discapacitados*.

Los medios presentan a las personas con discapacidad por su situación de la disminución de su capacidad y no por su condición humana y capacidades.

Se tiende además al sensacionalismo usando a las personas con discapacidad siendo sujetos de generalización por sustitución, presentando una parte del todo como una totalidad de la misma. A su vez, muestran a la persona con discapacidad como un mero receptor de ayudas, provocando que se fomente la marginalidad del colectivo.

Es más habitual encontrar narraciones centradas en los problemas de la discapacidad, que a las soluciones y oportunidades que se puedan dar, incidiendo inconscientemente en crear una visión negativa y profundizando en el desconocimiento de la discapacidad y de las personas que la viven, creando prejuicios y prejuicios. A su vez, las notas periodísticas son utilizadas implícitamente como denuncias al Estado por su desatención con este colectivo.

Dentro de los medios de comunicación, escritos y televisivos, se tiende a dar mayor realce a las discapacidades visibles, con el fin de generar impacto para quienes lo vean, dando como resultado el aumento del índice de rating o ventas. Cabe recalcar que este tipo de imágenes fomentan el morbo y la descategorización de la discapacidad.

Pero el trabajo realizado desde la Vicepresidencia del Gobierno ecuatoriano, en torno a las personas con discapacidad ha motivado una preocupación creciente de la opinión pública por las personas con discapacidad. Las discapacidades ocupan hoy un espacio informativo en un segundo nivel tras las noticias de carácter político, económico, cultural y deportivo.

Se trata ahora de buscar que se aporte a una visión positiva a partir de un tratamiento informativo respetuoso del tratamiento noticioso de temas relacionados con la discapacidad que busque la inclusión y valoración de las personas con discapacidad.

Personas en situación de movilidad humana en los medios de comunicación

Existen algunos documentos como: Cobertura responsable del hecho migratorio... las tareas pendientes de Pepe Villamarín, de CIESPAL, que busca recomendaciones para un tratamiento adecuado de temas de migración, y *Cobertura periodística de la migración en las Américas*, de José Luis Sierra, Periodista México-estadounidense, editor de *New America Media* y editor de la cadena de TV en español Mundo Fox, que busca recoger y compartir los aportes realizados en el foro del mismo nombre realizado en 2011.

El foco de atención de los dos documentos es los derechos de las personas

migrantes en la comunicación frente al problema compartido también por los dos documentos sobre el tratamiento inadecuado de asuntos relacionados con la migración de personas en los informativos de los medios de comunicación, la irresponsabilidad con que ciertos medios manejan temas relacionados a la migración, derechos de las personas, respeto por el otro e integridad del ser humano, el hecho evidenciado de que la cobertura sobre el tema es *pobre y sesgada*, de que medios tradicionales no cubren en realidad los temas de inmigración o a los inmigrantes, «solo cubren la parte mala del asunto», y donde «el periodismo de paz», es una asignatura pendiente para la prensa nacional e internacional.

Evidencian también en sus conclusiones el «poco tiempo para trabajar en noticias de fondo o reportajes de investigación», la tendencia a ignorar o criminalizar a las personas migrantes, el hecho de que el fenómeno de la migración es cubierto solo para destacar un tema político, un crimen sensacionalista o una historia de éxito y omite graves aspectos sociales relacionados con la migración. Concluyen que «hay una cuota discriminatoria y xenofóbica en la prensa».

Los autores de los textos revisados recomiendan escribir más historias acerca de los propios migrantes, sus familias, las explicaciones históricas de la migración, realizar investigaciones acerca de las políticas gubernamentales, problemas de salud, factores económicos y sociales, la educación, la vivienda e incontables otros componentes que conforman el fenómeno de la migración.

Resaltan en los artículos analizados el hecho de que la migración es uno de los más complejos fenómenos humanos y, que

a pesar de esto, los recursos periodísticos no están proporcionando una cobertura de calidad de las migraciones internacionales en las Américas. Además señalan que la cobertura de los medios de comunicación tiene que explicar que la migración tiene un importante, si no crucial, efecto sobre la vida cotidiana de casi todos en las Américas.

Un tercer estudio, *La construcción mediática del otro*, de Gisella Harb Muñoz de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), ratifica lo evidenciado por los dos documentos anteriores. Focaliza la migración colombiana en Ecuador y la generación del miedo a los colombianos por parte de los ecuatorianos desde el tratamiento institucional y mediático de la migración colombiana en Ecuador, «Paralela a la industria del crimen y el delito se instala entonces, la industria del miedo, originada en diversos sectores como hemos visto y reproducida y en muchos casos exacerbada por los medios de comunicación» (Harb Muñoz, s/a 14).

Pueblos y nacionalidades en los medios de comunicación

Este diagnóstico no presenta un examen exhaustivo del tratamiento de la información respecto de los pueblos y nacionalidades del Ecuador en lo que respecta a estudios e investigaciones; ello obedece a que investigaciones y estudios que analizan la representación mediática o la percepción pública de los pueblos y nacionalidades son escasos.

Entre estos trabajos extraemos hallazgos de una investigación realizada en México, a modo de referencia, acerca del tratamiento a este grupo en la información de nuestro país, ya que las condiciones generales en las que se realizó dicha investigación no

difieren de lo que ocurre en Ecuador. El documento *Estereotipos mediáticos de los indígenas. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en Nuevo León*, de Felipe de Jesús Marañón Lazcano y Carlos Muñiz, intenta identificar, mediante un análisis de contenido de los programas de televisión, si se evidencia discriminación del indígena en su representación mediática, en los programas de entretenimiento y ficción en el estado de Nuevo León en México.

El estudio señala que la discriminación respecto de los indígenas, en cuanto uso peyorativo de su imagen motivada por su pertenencia a grupos particulares, es reconocida como reprochable pero no existe una sensibilidad para objetar o censurar dicha forma de discriminación. Los medios de comunicación difunden una imagen ridiculizada con la cual los indígenas son representados. Su habla y vestuario consolidan los estereotipos sobre estos grupos, tratados de modo burlón y despectivo.

El estudio evidencia tres aspectos resultantes en el espectador del modo de representación del mundo indígena: miedo, incomodidad y disgusto frente a este grupo de población. Este tratamiento se asocia también con una imagen satírica del indígena que es usado en su presentación televisiva como *payaso*.

El tratamiento del indígena puede ser englobado como estereotipado y discriminatorio. También se apela a la superficialidad que aplanar cualquier peculiaridad o especificidad de estos grupos. La supremacía del blanco sobre el indígena queda sugerida y también la supeditación de su cultura al modelo occidental de desarrollo capitalista y sus símbolos.

En Ecuador, al igual que en otros países, se han plasmado avances en la promoción para la erradicación de la discriminación racial y exclusión étnica; avances que abarcan el tratamiento de estas temáticas en los medios de comunicación. Así, en el año 2009, se difundió el *Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural*, en el cual se incluye un diagnóstico del tratamiento comunicacional de la imagen de los pueblos afroecuatorianos señalando que «constantemente en algunos programas de televisión el fenotipo y las manifestaciones afrodescendientes son ridiculizados, estereotipados [...]» (Ministerio Coordinador de Patrimonio Nacional y Cultural, *et al*, 2009: 10). A su vez, en el mismo diagnóstico se incluye respecto a los pueblos montubios que

[...] es objeto de discriminación por su comportamiento singular, propio y diferenciado, donde el formato de comedia alude a la figura del mismo haciéndolo sujeto de ingenuidad y falta de cultura, sin resaltar las bondades innatas del mismo aportando negativamente al desarrollo de una subcultura, llegando con un mensaje erróneo entregado a los televidentes (Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural, *et al* 2009: 25).

Además, este Plan Plurinacional incluye en su plan estratégico, lo relacionado a la educación, comunicación e información, apuntando a la responsabilidad que tienen los medios de comunicación en la reproducción de prácticas racistas, por lo cual es prioritario un giro en líneas editoriales que promuevan una cultura fundada en el respeto a las diferencias y a la interculturalidad.

Finalmente, entre los textos explorados, se encuentra el de José Chalá (2013), en el cual se incluye un breve análisis de una fotografía utilizada en una noticia del diario *El Comercio*, en la cual se hace

alusión al feminicidio, en cuya imagen se puede entrever un claro mensaje de racismo, pues quien se muestra como agresor de una mujer blanco-mestiza es un hombre afrodescendiente. En tal medida, el autor hace un llamado de atención frente a los mensajes racistas que se pueden difundir en la prensa y demás medios de comunicación, pues se continúan enviando mensajes errados de grupos poblacionales, mensajes que refuerzan estereotipos vinculados a la violencia, lo cual dista de aportes para la construcción de sociedades más equitativas e inclusivas.

Conclusiones

Los medios de comunicación son los instrumentos más importantes de la comunicación social por su capacidad de amplificar intencionalmente los mensajes y algunas formas de representación de la realidad. Los medios de comunicación son potentes difusores de recursos para la representación simbólica y la construcción de los imaginarios y las identidades de los individuos y los grupos.

En particular, gran parte de la población tiene acceso al mundo por la representación que la televisión hace de él (Diversidad, diferencia e identidad: Comunicación audiovisual global, diversidad cultural y regulación, s/a), por su alto nivel de penetración (98% en las ciudades y un 70% en el campo (La Generación Interactiva en Ecuador, s/a)), generado por los elevados índices de accesibilidad y por la potencia del mensaje al conjugar imágenes en movimiento y sonidos. La televisión predomina frente a las demás pantallas: en el 60% de casas hay dos televisores y en el 30%, tres o más (La Generación Interactiva en Ecuador, s/a).

La televisión puede ser una aliada importante en los procesos de formación social. En este sentido, puede ser un apoyo en los procesos formativos, emocionales y cognitivos de niñas, niños y adolescentes, acompañando y apoyando a la escuela y a la familia. En el caso de la juventud, los medios de comunicación pueden ser un apoyo para la toma de decisiones, de acuerdo a sus intereses particulares y su relacionamiento con el mundo adulto. Para las personas adultas mayores, quienes en la gran mayoría de casos tienen a la televisión como su único medio de entretenimiento e información, puede ser un apoyo sustancial para este momento de la vida.

Para todas las personas, en cualquier momento de su etapa de vida, la televisión puede reforzar ideas y hábitos de inclusión y respeto; puede ser un medio ideal para que, a través de sus contenidos, motiven la reflexión en torno a la violencia, la discriminación, la sexualidad y sobre el respeto a las personas, a su diversidad y a la naturaleza.

Hay algunas experiencias internacionales y del Ecuador que demuestran que es posible y eficaz el uso de la televisión para la formación y la construcción de una ciudadanía informada sin dejar de lado el entretenimiento; se trata de lograr contenidos formativos para la televisión de señal abierta que logren convertirla en un espacio de enseñanza en la lectura de otros mensajes y de otros medios de comunicación; este resulta uno de los principales retos que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación tiene, pues al momento, los contenidos de los medios de comunicación, respecto al tratamiento de los grupos de atención de los consejos para la igualdad, en general son discriminatorios. La violencia implícita o explícita es el parámetro general

bajo el cual se cobijan los distintos tipos de afectaciones revelados por los estudios examinados.

Se evidencia que hay un progreso en la visibilización de algunas personas y grupos poblacionales representados por los Consejos en transición a Consejos de para la Igualdad, tales como: mujer, niños, niñas y adolescentes, personas con discapacidad. A pesar de ese avance positivo, la visibilización no carece de elementos discriminatorios violentos.

Las niñas, niños y adolescentes consumen recurrentemente la televisión por la centralidad de esta en los hogares, lo cual ha debilitado las alternativas de recreación y ocio. De acuerdo con el análisis de estudios cualitativos, los adolescentes cuestionan muchos contenidos emitidos por la televisión; por ejemplo, noticieros que amplifican peleas, publicidad que genera consumismo, violencia política, telenovelas que refuerzan estereotipos, programas de entretenimiento antiguos y repetidos.

Las niñas, niños y adolescentes ven la televisión mayoritariamente solos pero también acompañan a los padres y madres a ver sus programas. Sin embargo, los padres y madres no acompañan a sus hijas e hijos en el uso de la televisión; es decir, no existe una adecuada orientación: los padres y madres no tienen elementos de orientación para sus hijas e hijos sobre cómo recibir los mensajes de la televisión.

Así como abundantes han sido las investigaciones sobre niñez, adolescencia y televisión, o el tema de género y publicidad, inexistentes han sido los textos que aborden las problemáticas de población adulta mayor y masculinidades. En la misma línea, se contó con escasos análisis respecto a personas con discapacidad,

personas en movilidad humana, pueblos y nacionalidades y los medios de comunicación. Esto no es casual, pues refleja la realidad que viven las personas de estos grupos poblacionales caracterizada por la exclusión y el abandono.

Los principales contenidos identificados en los análisis de los medios de comunicación, giran en torno a la invisibilización o banalización de sujetos y temas, representaciones estereotipadas en relación a etnias, condición socioeconómica y género, la violencia y la falta de diversidad.

Es importante anotar que la publicidad en los medios, en especial la de televisión, ha logrado transformarse en el principal referente de productos simbólicos de la cotidianidad de las personas.

La televisión ha llevado a un estado de homogeneidad que crea estereotipos, modelos de convivencia, valores y actitudes, que no se corresponden con la realidad social.

Hay numerosos estudios que confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor importante en la determinación de las conductas masculinas y femeninas violentas.

Los medios de comunicación refuerzan ideologías políticas, perspectivas predominantes de género, construyen identidades y destruyen otras, generan constructos sociales, representaciones de niño o anciano, *normal* o *anormal*, éxito o fracaso, adaptación social o inadaptación, entretenido o aburrido, lo socialmente aceptable y lo que no lo es, que en conjunto modelan la sociedad sobre la base de cánones que no necesariamente permiten una manifestación de las diversidades que compartimos.

Es lógico que las personas que no posean aún un criterio formado o que estén en el

proceso de hacerlo mediante la búsqueda y la exploración de nuevas modalidades de actuar, se sientan atraídos por los modelos que presentan la televisión. Este es el caso de niñas, niños y adolescentes, quienes podrían replicar los patrones de conducta presentados en la televisión. Lo mismo podría ocurrir en el caso de jóvenes y adultos que puedan sentirse atraídos por las tendencias y modas propuestas, con la finalidad de sentirse incluidos y pertenecientes en los grupos que puedan ser de su interés.

Lamentablemente, la gran mayoría de los estereotipos presentados en los programas exhiben casi exclusivamente patrones de conducta hegemónicos ajenos a nuestras realidades, identidades y culturas. Los programas que fomentan estereotipos y prejuicios sobre la gente en situación de pobreza o que habita en zonas rurales, transmiten actitudes discriminatorias negativas.

Asimismo, en el análisis de los mensajes, se evidencia que las mujeres están expuestas a ser exclusivamente objetos sexuales y amas de casa, con lo que se refuerza las brechas entre hombres y mujeres, desde las ventajas de pertenecer a determinado género.

Se puede interpretar que la televisión se vale de estrategias, como el sensacionalismo que atraen la atención de los televidentes, generando audiencias pasivas.

Se plantea en diferentes textos la necesidad de contar con instrumentos normativos que regulen los contenidos de medios, se percibe una tendencia favorable a la correulación entre el Gobierno, los medios de comunicación y la ciudadanía. La regulación de los programas televisivos es de fundamental importancia a través de la promulgación de políticas públicas integrales que aporten en este sentido. Es

precisamente este el medio por el cual el gobierno, como garante de los derechos de los ciudadanos, debe intervenir para el respeto a la diversidad de grupos sociales existentes.

A pesar de la poca difusión de la prensa, el trato de los derechos de la población de atención prioritaria se demuestra con gran capacidad de incidencia en otros medios como televisión y radio, porque es acudido como fuente y referencia para armar los programas de noticias.

La incidencia de la radio por su alto nivel de penetración, sobre todo en espacios rurales debe ser atendida en el marco de mejorar la calidad de su programación.

El internet, aunque tiene limitada difusión directa en la sociedad ecuatoriana, tiene un importante grado de penetración como soporte de radio, prensa y televisión.

En general existe un cuestionamiento al contenido de los medios de comunicación en los que se fomenta la discriminación y violencia. Se promueve además la participación y representación de los diversos grupos sociales en los medios de comunicación que den cuenta de la diversidad de sujetos y temas. Igualmente en algunos estudios se promueve la recepción crítica de mensajes.

Una vez que se ha realizado la presente retrospectiva bibliográfica, es preciso puntualizar y resaltar las siguientes conclusiones que guíen las próximas acciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación:

a. Existen diferencias y especificidades propias en los tipos de medios (prensa, televisión y radio), pero la televisión se revela como el medio de mayor penetración y, por lo tanto, de mayor

- influencia para la ciudadanía. La incidencia de la televisión es altamente importante para construir opinión pública.
- b. La violencia es el parámetro general bajo el cual se cobijan los distintos tipos de afectaciones revelados por los estudios examinados. Los distintos tipos de afectaciones encubren una violencia implícita o explícita, por ello se debe mantener a la violencia como una variable general de análisis.
- c. El tratamiento de los contenidos respecto de los grupos de atención de los consejos para la igualdad, en general es discriminatorio en su presentación en noticias, publicidad, propaganda y programas de entretenimiento. La discriminación se evidencia de distintos modos.
- d. Los grupos poblacionales son tratados mayoritariamente de modo parcial y superficial y se llega en ciertos casos a la invisibilización. Esto implica que los medios no están comprometidos con ofrecer una imagen completa y detallada de los grupos de atención: no poseen las herramientas para el tratamiento de la información específica y tampoco el conocimiento que se requiere para proveer de una información sólida y no discriminatoria.
- e. Los temas relacionados a los grupos representados por los Consejos de Igualdad merecen una atención más amplia y frecuente en los medios de comunicación, pese a que no siempre reflejan una mejor calidad en el tratamiento y no se ha logrado eliminar expresiones de discriminación. Esto determina un claro avance en términos de difusión aunque es insuficiente en términos de respeto de los derechos.
- f. Se observa que no se ha estudiado suficientemente la recepción e incidencia de contenidos de los medios de comunicación, las cuales son elementos fundamentales en el proceso de la comunicación.
- g. Los estudios revelan que la organización y la gestión interna de los medios de comunicación no cuentan con suficientes recursos para atender con responsabilidad los temas concernientes con los derechos de los diferentes grupos poblacionales.
- h. Se evidencia la necesidad de fomentar la producción nacional e independiente de contenidos de calidad para la programación televisiva.
- i. Es necesario continuar la revisión de los estudios e investigaciones elaborados dentro y fuera del país y realizar nuevas, en relación al análisis de recepción de la comunicación en cuanto a las personas que son sujetos de atención por los Consejos Nacionales de Igualdad.
- La posibilidad de regulación de este tratamiento a las personas y grupos representados en los Consejos para la Igualdad, es claramente una oportunidad para la difusión y ejercicio de los derechos de las personas y grupos.
- La producción nacional que se impulse para el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación debe incluir criterios de calidad, de promoción y ejercicio de derechos.
- La regulación de los contenidos de las emisiones y ediciones de los medios y la programación de franjas horarias y de

los espacios de exposición son posibles y necesarias porque las frecuencias son de dominio público y la comunicación es un derecho de las personas. En consecuencia, la promoción de medios de comunicación de calidad debe ser imperativo al igual que todo servicio público que aporte al cumplimiento y ejercicio de los derechos humanos individuales y colectivos.

El análisis de contenidos de los medios de comunicación ha sido por mucho tiempo un motivo de preocupación de las entidades que trabajan en la protección de los derechos de las personas y grupos que requieren, según la actual Constitución, una atención prioritaria de las políticas públicas, de los programas institucionales, de los servicios y prestaciones. Los juicios sobre los contenidos que han sido utilizados por estas entidades están, por ejemplo, desarrollados en el documento Sistema de Clasificación de Mensajes en los Medios de Comunicación (ver Anexo 6), emitido por el Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia, documento que hace alusión al análisis de los contenidos de los mensajes y programas de los medios de comunicación. El sistema que propone este estudio fue dispuesto mediante la Resolución No. 3 del Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia, cuyo Registro Oficial es el 695 del 03 de mayo de 2012.

Recomendaciones

1. La sociedad y los medios de comunicación deben asumir a las personas como sujetos de derechos y a la comunicación como un derecho de las personas. Este principio debe ser el que guíe las acciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.
2. Es importante mejorar el conocimiento mutuo entre el mundo de la comunicación y el de los sujetos de atención de los Consejos Nacionales de Igualdad.
3. Es necesario consolidar el tratamiento adecuado y el lenguaje positivo para referirse a los sujetos de atención de los Consejos Nacionales de Igualdad.
4. Es importante la contextualización en el tratamiento de la información, pues se tiende a la limitación de la mera descripción sin mostrar el contexto y factores causales.
5. Construir estándares de calidad de contenidos desde los derechos y principios y definir normas de programación en función de ellos. En consecuencia, en cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación, es necesario apoyar y promover la producción nacional e independiente de contenidos de calidad.
6. La promoción de medios de comunicación de calidad, debe ser imperativo al igual que todo servicio público que aporte al cumplimiento y ejercicio de los derechos humanos individuales y colectivos.
7. Aprovechar positivamente los medios de comunicación para el desarrollo social.
8. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y el Sistema de Comunicación Social deberían tomar en consideración este y otros insumos elaborados por los Consejos Nacionales para la Igualdad.
9. Es necesario hacer un trabajo coordinado con la academia, de tal modo que la comunicación sea un tema relevante en los procesos de formación profesional.

Apéndice

Estado del arte de los estudios elaborados sobre medios de comunicación y género

Informe final de resultados

Producción de: Comisión de Transición para la Definición de la Institucionalidad Pública que garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres

Yina Quintana, presidenta

Presidenta

Quito, Agosto 2013

Contenido:

Antecedentes

Objetivos del Estudio

Aspectos metodológicos

Criterios de selección

Resultados

Noticias

Publicidad y propaganda

Entretenimiento

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexo

Antecedentes

La discriminación y la violencia de género¹ es parte consustancial de una sociedad patriarcal² en donde la mujer no es considerada par del hombre, sino que por el contrario, se subordina al mismo. Atraviesa todos los ámbitos de la vida, su producción y reproducción se da en diferentes niveles: la familia, la escuela, la iglesia; y en este sentido los medios de comunicación no son la excepción.

Violencia que no tiene que ver solo con el maltrato físico, sino que se relaciona con la propagación de estereotipos y representaciones que legitiman visiones patriarcales, en donde se genera un juego de oposiciones y relaciones de poder donde todo lo que no es “blanco, heterosexual, hombre y adulto joven” es menos valorado.

Desde la segunda mitad del siglo XX los movimientos feministas³ en todo el mundo

¹ “La violencia de género se traduce, histórica y socialmente, en violencia dirigida contra las mujeres, (niñas, adolescentes, adultas, adultas mayores) puesto que las afecta en forma desproporcionada con base en el rol femenino socialmente construido. Incluye actos que infligen daños o sufrimientos de índole física, mental o sexual, amenazas de cometer esos actos, coacción y otras formas de privación de la libertad.” (Plan de Erradicación de la Violencia, 2007: 7)

² “El patriarcado puede definirse como un sistema de relaciones sociales sexo-políticas basadas en diferentes instituciones públicas y privadas y en la solidaridad interclases e intragénero instaurado por los varones, quienes como grupo social y en forma individual y colectiva, oprimen a las mujeres también en forma individual y colectiva y se apropian de su fuerza productiva y reproductiva, de sus cuerpos y sus productos, ya sea con medios pacíficos o mediante el uso de la violencia.” (Fontanela, Marta: “Patriarcado” en GAMBIA, Susana (Coord.) Diccionario de estudios de género y feminismos, Biblos, Buenos Aires, 2008)

³ El feminismo es un movimiento social y político que se inicia formalmente a finales del siglo XVIII -aunque sin adoptar todavía esta denominación- y que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación, y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción, lo cual las mueve a la acción para la liberación de su sexo con todas las transformaciones de la sociedad que aquella requiera. (<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1308>)

consideran la importancia de los medios de comunicación como generadores de opinión pública, además como institución fundamental en la creación y recreación de conductas sociales. Es desde aquel momento en que la lucha por ocupar un lugar en los medios de comunicación desde una mirada distinta que involucre a las mujeres se vuelve fundamental. Este primer acercamiento está marcado por una crítica al rol de la mujer en los medios, y la utilización de la misma como objeto sexual. Según Sally Burch: “Cuando el movimiento feminista surgió en los años 60, su principal frente de batalla y comunicación fue la crítica y denuncia de las imágenes estereotipadas y degradantes de las mujeres en los medios de difusión, que contribuían a perpetuar el sexismo” (Burch, 2009:25)

Sin embargo, la misma autora señala que en los años 90 en el marco de la IV Conferencia Mundial⁴ sobre la mujer, se realizó una crítica a los límites de este enfoque y se propuso trascender a una perspectiva en donde las mujeres sean consideradas “sujetos activos de la comunicación” y ya no como objetos pasivos.

Más allá de las valoraciones que se haga de las distintas estrategias, es de reconocer que uno de los logros de las luchas de las mujeres en este tema, es que ha puesto en el tapete la discusión sobre los diferentes mecanismos con los que cuenta el discurso patriarcal para reproducirse. Otro de sus logros ha sido sacar del ámbito de lo privado la violencia de género para llevarlo a la discusión pública.

En lo que tiene que ver con los medios de comunicación y el género, ya en la Constitución del 98 se hace referencia a la necesidad de regular los contenidos tanto de la

⁴ Realizada por la ONU en Beijing del 4 al 15 de septiembre de 1995.

programación como de la publicidad; y en la Constitución de 2008⁵ sigue siendo parte de la agenda y en su artículo 19 establece que:

La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos. (Constitución de la República del Ecuador, 2008: 6)

A partir del 2008, en el marco de la aprobación de la Constitución, se hace necesaria una nueva Ley Orgánica de Comunicación, misma que es aprobada en junio de 2013 donde se establece la creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. Dicha instancia tiene entre sus objetivos: “establecer los mecanismos para el ejercicio de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicación e información” (Numeral 1, artículo 49 de la LOC)

La presente revisión bibliográfica se realiza en el marco del inicio de la gestión del Consejo de Regulación de Medios en coordinación con la Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres. En este sentido, se busca levantar un estado del arte sobre comunicación y género que permita situarse al Consejo de Regulación en el estado actual de esta problemática y de las investigaciones que al respecto se han hecho.

⁵ Los movimientos sociales tuvieron participación en la construcción de la Constitución del 2008, pero cabe recalcar que el movimiento de mujeres tuvo un rol fundamental en la exigencia de derechos que se contemplan en la actual Carta Magna.

Objetivos del Estudio

- Aproximación al estado del arte sobre las investigaciones en cuanto a género y comunicación en el Ecuador de tal modo que permita un primer acercamiento a cuál es la situación sobre los medios y el tratamiento sobre temas relacionados con el género.
- Conocer las perspectivas y resultados de las investigaciones sobre género y comunicación, para tener insumos que permitan realizar un monitoreo a los medios de comunicación tanto públicos, privados y comunitarios.
- Aportar con breves recomendaciones para el Consejo de Regulación respecto al tratamiento del género en los medios de comunicación en Ecuador.

Aspectos metodológicos

A partir de mediados de julio de 2013 los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad iniciaron con un diagnóstico preliminar sobre las investigaciones existentes alrededor de la comunicación y las y los sujetos de derechos que conciernen a cada uno de dichas instancias. Es en este contexto que la Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres desarrolla la presente investigación.

Criterios de selección

La selección de los sitios a investigarse respondió a las necesidades de la Mesa de Comunicación conformada por los Consejos de Igualdad, priorizando el acceso y cercanía a éstos. Se seleccionaron aquellas fuentes que tienen antecedentes en los te-

mas que conciernen a cada uno de los Consejos. Para la revisión bibliográfica se tomó en cuenta aquellos textos que han sido publicados a partir del 2008. El corte de tiempo responde a que en ese año se aprobó la nueva Constitución del Ecuador que da el marco para el trabajo de los futuros Consejos de Igualdad.

Los lugares seleccionados para el levantamiento de la información bibliográfica fueron:

- Centros de investigación en temas relacionados con comunicación y género.
- Observatorios ciudadanos
- Organizaciones sociales
- Universidades de pregrado y posgrado de la ciudad de Quito.

Después de ubicar los lugares de levantamiento de información se procedió a revisar el material que cumpliendo el criterio del periodo se refería a los medios de comunicación y género en el Ecuador, es decir: análisis de contenidos, información y publicidad; dejando de lado todo material anterior al 2008, documentos teóricos, regionales y de análisis global⁶.

De la revisión de los materiales se descartó aquellos que no correspondían al ámbito de análisis; los demás fueron tomados en consideración, sin tomar en cuenta valoraciones sobre la calidad y pertinencia del documento. Finalmente estos fueron fichados, tomando en consideración:

- Título del Documento
- Autor del documento
- Instituciones/ organismos/ organizaciones

- Año de publicación del documento
- Período de tiempo analizado
- Objetivo(s) del documento
- Medio analizado
- Alcance
- Ámbito/Enfoque del documento
- Tema/ problema
- Breve contextualización espacio temporal y socio-político del texto
- Tipo de trabajo Estructura del documento
- Ideas principales
- Conceptos
- Enfoques teóricos
- Enfoques metodológicos
- Datos relevantes
- Conclusiones
- Autor/a de la ficha
- Fecha de lectura y análisis
- Metodología: Título de los temas, Descriptores, Metodología, Universo/muestra, Herramientas

Las instituciones en las que se buscó información sumaron un total de 20 (Anexo lista), en las cuales se encontraron 90 textos que por su titular parecían relativos al tema, pero que bajo los criterios de selección no aplicaban para la investigación, dejando como resultado un total de 31 documentos procesados.

Resultados

Los resultados de la revisión documental están divididos de acuerdo al objeto de análisis de las investigaciones recolectadas:

⁶ De los documentos regionales se encargó la Secretaría de Gestión de Conocimiento del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

noticias (prensa y televisión)⁷, publicidad y programas de entretenimiento (farándula, programas cómicos y de concursos).

Noticias

La prensa y las noticias de televisión, son objetos de análisis y monitoreo permanente por organizaciones sociales, instituciones del Estado y estudiantes de universidades de pregrado y posgrado. Según el levantamiento de información se encuentra que en 20 de los documentos recolectados hacen referencia al análisis de noticias. A modo de contextualización, es necesario evitar entender a los medios como actores omnipotentes en el vacío, sino que por el contrario debe entenderse los como parte de un todo social, del que son sujetos fundamentales, en donde prima la utilización de adjetivos y estereotipos propios de la sociedad en las que vivimos.

A continuación se detalla algunos de los elementos destacados que se refieren a la problemática de la comunicación, desde la perspectiva de género y que se desprenden de la revisión bibliográfica.

En lo que tiene que ver con el abordaje de temas que atraviesan la vida de las mujeres, los distintos documentos mencionan que en el marco de la discusión de la Asamblea Constituyente durante el 2008, el tema del aborto y la unión de hecho entre personas del mismo sexo, salió a la palestra y fue tópicos de discusión en diversos medios de comunicación, pero la atención a lo controversial de los temas no dio paso a una discusión estructural del fenómeno. Por ejemplo, en el tema del aborto, la selección de fuentes de información quitó legitimidad a

esta demanda del movimiento de mujeres.

Según el estudio realizado por CONAMU,⁸ de marzo a julio de 2008⁹, la manera en que los medios abordaron los temas relativos a las mujeres durante la Asamblea se caracterizó en general por el uso de estereotipos de género, discursos sexistas, argumentos moralistas y religiosos antes que argumentos científicos, jurídicos y sociales. Según este mismo estudio la información giró alrededor del aborto, derecho a la vida, los tipos de familia, el Estado laico, salud y vida de las mujeres, derechos económicos, sociales y culturales, derechos colectivos, participación política y paridad en la función judicial, principio de igualdad. En este marco, la opinión que se generó en los medios, sobre estos temas, tuvo como protagonistas mayoritarios a hombres, que en general se opusieron al reconocimiento de nuevos derechos, mientras se defendían los roles tradicionales de género.

Uno de los géneros periodísticos privilegiados del análisis es el de la crónica roja y en este sentido, el Periódico Extra¹⁰, es objeto de frecuente mención. Así se indica que:

En este periódico se juega con la dicotomía de mostrar la imagen de la mujer maltratada o la mujer sexy. Tanto la mujer sexy como la mujer golpeada son objeto, no sujeto. Para explicar la violencia hacia las mujeres, éstas no son fuente de consulta, sino son usadas cuando su cuerpo ha sido víctima de violencia. Las mujeres ocupan el lugar de objetos victimizados.¹¹

⁷ No se encontraron investigaciones cuyo objeto de este estudio sea la radio, por ello es necesario realizar un análisis exhaustivo de todos los medios de comunicación, donde además se tome en cuenta las radios: privadas, públicas y comunitarias.

⁸ Consejo Nacional de las Mujeres, actual Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres

⁹ Ponce Paulina, Mujeres a media tinta, CONAMU, Quito-Ecuador, 2008

¹⁰ Quizás esta curiosidad por el diario responde a que es evidente el uso del cuerpo de la mujer para relatos de crónica roja.

¹¹ Vasco, Diana, Análisis de imagen y representación de la mujer en el diario el Extra, FACSQ, 2011.

Si bien el énfasis está dado sobre esta publicación, muchos de los criterios son aplicables, con sus matices, a la forma en que otros medios abordan la violencia de género. En una reflexión general sobre cómo la prensa se refiere a la violencia de género, Jenny Pontón¹² considera que la manera breve y superficial de tratar las situaciones de violencia naturaliza las conductas misóginas e invisibiliza el femicidio¹³.

En este sentido cabe resaltar que en el 2011, según el análisis de Gamma¹⁴ al monitoreo del Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca el 44% de las noticias de violencia son presentadas desde un enfoque sensacionalista y un 25 % de las notas de televisión culpabilizan a la víctima (a la mujer). El abordaje sensacionalista revictimiza a las víctimas y al explicarse la violencia a partir de la infidelidad, la ira, los celos, la violencia es normalizada retirando así la responsabilidad del agresor. Los casos de violencia suelen ser presentados como crónica roja, sucesos y policiales, pero la noticia termina por ser el género periodístico más usado, que por sus propias características privilegia lo espectacular al análisis y seguimiento de los casos, lo cual determina que el tema sea tratado como coyuntural donde la violencia de género es presentada como un problema individual y privado.

Las mismas características sobre la manera de abordar la violencia de género en los medios se repite también en el monitoreo realizado en los meses de junio a septiembre de 2012, adicionalmente este seguimiento concluye que la mitad de noticias

analizadas refuerzan estereotipos y que la “violencia es noticia cuando existe la muerte de la mujer, la violencia económica y patrimonial no son de interés de los medios.” (Gamma, 2012)

En el año 2011, Blanca Diego¹⁵ concluye que más allá de las críticas que se hace a la manera en que los medios abordan la violencia de género, cabe resaltar que es una de las pocas fuentes en el país que contabiliza esta forma de violencia, ella hace referencia a una noticia publicada en El Comercio:

“Noticia en El Comercio, sección Seguridad, fecha domingo 6 de febrero de 2011, titular: De enero a noviembre de 2010 hubo 29 feminicidios en el país, fuente citada: el Departamento de Violencia Intrafamiliar de la Policía Judicial (...) . Cuando esta noticia entró en el registro del Observatorio de Humanas, el dato 29 genera dudas, y por eso el Observatorio se da la tarea de sumar mes a mes lo casos de mujeres asesinadas en el 2010 publicados en los periódicos (...). El resultado confirma la sorpresa 111, la mayoría como consecuencia de violencia machista (...)” (Diego, 2011:19-20)

Este hecho confirma que en el Ecuador aún faltan datos estadísticos¹⁶ (registros administrativos) que den cuenta de la violencia de género, y eso podría explicar porque son pocas las notas que cruzan datos de provincias o hacen planteamientos amplios.

Según el mismo estudio de la Corporación Humanas¹⁷, apenas dos informaciones de las 506 revisadas presentan datos acerca de a dónde acudir o llamar en caso de ser víctima

¹² Pontón, Jenny, *Violencia femicida en los medios: de la visibilización al adecuado tratamiento*, Flacso, 2008.

¹³ “El femicidio constituye la forma más extrema de violencia basada en el género, entendida esta como la violencia de hombres contra mujeres como forma de poder, dominación o control. En esta categoría se incluye los asesinatos de mujeres ocurridos en los espacios privados y públicos.” <http://www.onu.cl/pdfs/femicidio.pdf>

¹⁴ Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay.

¹⁵ Diego, Blanca, *¿Desconocimiento o apatía?*, en *Los derechos de las mujeres en la mira*, Corporación humanas, Ecuador, 2011.

¹⁶ Cabe aclarar que este dato corresponde al 2010 y para esa fecha no se contaba aún con la encuesta de relaciones familiares y violencia de género que es presentada en el 2012.

¹⁷ Salazar, Minna, Diego Blanca, *Mujeres en los medios*, en *Los derechos de las mujeres en la mira*, Corporación Humanas, 2011.

de violencia. Además los reporteros aún se permiten utilizar adjetivos calificativos para las mujeres y el enfoque de derechos humanos, particularmente los derechos de las mujeres, está totalmente ausente de las noticias.

En cuanto a los roles de género y periodistas que cubren distintas fuentes de información, el informe del 2010 de Participación Ciudadana¹⁸ revela que del total de reporteros el 61,35% son hombres y que éstos abordan, principalmente, temas de política, economía, judicial y deportes; el 38,65% son mujeres que se encargan de temas sociales, de interés general, entretenimiento, cultura y farándula, y el 59,36% son presentadoras de noticias, pero el protagonismo en los editoriales recae sobre los hombres; además el 80.90% de las personas entrevistadas fueron hombres.

Es frecuente que los medios de comunicación reproduzcan discursos que condenan a las personas LGBTI. Si bien existen excepciones: la tendencia general de los medios es construir la trans, lesbo y homofobia.

Publicidad y propaganda

De lo revisado, 6 textos hacen referencia en sus análisis a la publicidad y la propaganda, sobre esto puede mencionarse, que al igual que en las noticias emitidas por los medios (prensa y televisión), la publicidad es parte de un sistema que excluye-estereotipa a la mujer. En este espacio se destaca el hecho de que a partir de la lógica capitalista, la publicidad se vale de la imagen con énfasis en el cuerpo de la mujer para sus fines mercantiles. Es así que en ciertas publicidades es más evidente el uso sexista de la imagen según el producto que oferta el mercado. Algunos de los elementos anotados por las distintas investigaciones se refieren al uso

¹⁸ Participación Ciudadana, Disminución del sexismo y violencia de género en los medios televisivos, 2010

del cuerpo de la mujer, a los estereotipos de género que se ponen en práctica y las relaciones asimétricas que se establecen entre hombres y mujeres. A continuación mencionamos algunas de las conclusiones de los estudios revisados:

La publicidad refuerza estereotipos de género, donde se resalta el rol de la mujer como ama de casa y persona al servicio de los demás. En el caso de la presencia de las niñas esta asignación de roles no es distinta, al contrario se refuerza más pues se las ubica en lo privado, como seres hacendosos y al servicio de los demás; en cambio cuando el rol es de profesionales y personas de negocios el 88% son hombres.¹⁹

El estereotipo de belleza de hombres y mujeres en la publicidad son occidentales. Donde además hay una presión mayor al modelo de belleza en las mujeres a diferencia que en los hombres. Estos estándares sobre el cuerpo de la mujer en la publicidad son: esbelta, delgada, “bien formada”, y joven.

Entre los atributos actitudinales que refuerza la publicidad, se presenta al hombre como agresivo y a la mujer como seductora. Estas son algunas de las actitudes sobre las que son representadas las mujeres: alegres 61% afectuosas 76%; decididas o valientes 40 %; pasivas y sumisas 100 %; seductoras y vanidosas 89 %.²⁰

Sin embargo Gamma reconoce que en el año 2009 a diferencia del 2008 hay un uso adecuado del lenguaje en la publicidad, pero también hace evidente que a pesar de esto el mensaje continúa siendo excluyente y subordina a la mujer frente al hombre.

Según el estudio Medios de comunicación

¹⁹ López, Sandra, Medios de Comunicación, Imaginario Social y Relaciones de género, Marisol Cárdenas Oñate (comp.), Mujeres en la historia del Ecuador: género y cultura. Ministerio de Cultura del Ecuador: Convenio AECID, Quito.

²⁰ Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, Medios de Comunicación Social y Relaciones de Género, 2010.

social y relaciones de género²¹ la publicidad es el género periodístico que mayor influencia tiene en la población. Cuando los personajes que aparecen son hombres estos aparecen en un 41% como profesionales, personas de negocios y ejecutivos y en 35 % como comerciantes y obreros; mientras que las mujeres aparecen en un 75 % en el rol de amas de casa.

En cuanto a las propagandas, encontramos un análisis que cumplía con los criterios de selección y es sobre la Campaña Reacción Ecuador, el Machismo es Violencia, realizada durante el 2009 y 2010, existen visiones contrapuestas. Por un lado se reconoce el éxito de la campaña al plasmar el machismo como una forma de violencia y al posicionar su eslogan “Reacciona Ecuador. El machismo es violencia”, a través de herramientas comunicacionales que captaron la atención del público joven, tales como el spot en formato video clip. Por otro lado existen críticas que se refieren a la invisibilización de la población afroecuatoriana, indígena, rural y homosexual provocando así el desinterés de estos sectores y reforzando el imaginario de la mujer como víctima y al hombre como agresor. Sin embargo habría que relativizar estos cuestionamientos ante otros planteamientos que sostienen que la estrategia de presentar la violencia de género en situaciones urbanas-clase media, justamente tenía la intención de desmontar la idea de la violencia de género como propia de sectores populares.

Entre la crítica se nombra que la campaña sostiene algunos esencialismos:

- 1) presenta la pasividad y victimización de la mujer frente a las agresiones
- 2) ubica al hombre como principal agente agresor de violencia de género

²¹ Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, Medios de Comunicación Social y Relaciones de Género, 2010.

3) utiliza estereotipos para la representación de lo femenino-masculino hegemónico

Entretenimiento

Son siete las investigaciones que hacen referencia a los programas de entretenimiento y farándula. Uno de los primeros elementos que llama la atención, después de revisar los distintos estudios, es que los programas de mayor interés para investigar se repitan en varios de los documentos. En este sentido hay mayor curiosidad por los programas que han generado polémica o críticas desde distintos sectores sociales como: Vivos, ni en vivo ni en directo²², Mi recinto, Haga Negocio Conmigo y los programas de farándula.

Los diferentes estudios coinciden al identificar elementos característicos de este tipo de programas, a continuación anotamos algunos de los más relevantes: en general los programas de farándula se valen de ciertas herramientas “cuestionables”²³ cámaras ocultas, grabaciones sin permiso de los interesados, persecuciones encubiertas, “testigos” que cuentan privacidades.

En lo que tiene que ver con el género, al igual que la publicidad: los programas de entretenimiento reproducen roles estereotipados de género, donde el cuerpo de la mujer cumple la función de seducción, mientras que en los hombres la seducción no se da por el cuerpo, sino por su gracia.

Según Gamma, en general, estos programas de entretenimiento de la televisión ecuatoriana presentan un mensaje que subordina a las mujeres, no se encuentran programas que potencien su presencia, en general se

²² Este programa ya salió del aire, pero los principios sobre los que es analizado permiten hacer un acercamiento a otros que manejan el mismo formato y discurso.

²³ Carranza, Andrea, Análisis comunicacional de los programas rosas de la televisión ecuatoriana, FACSO, Quito-Ecuador, 2011.

refuerzan los estereotipos de género y el discurso patriarcal, la imagen de las mujeres es utilizada como objeto decorativo y sexual. Además se trata de un atentado a los derechos humanos pues no se las presenta como seres diversos, sino como un grupo homogéneo.

El humor es usado como un mecanismo para promover la discriminación, utilizando la burla sobre los sujetos que no calan en los roles de género naturalizados. Pero lo curioso es que a pesar de ser polémicos son programas que ocupan altos niveles de rating.

En la tesis *Imaginario de género en mi recinto: programa de la televisión ecuatoriana*²⁴ se plantea que en el programa se manifiestan relaciones de poder que pasan por raza, clase y género, en este sentido existen valoraciones sobre ser negra y mujer. De igual manera estos programas tienden a cosificar a la mujer en su función de modelo, donde la “belleza” es un requisito fundamental.

A partir de este estudio de recepción se indica que por un lado se reproducen estereotipos y acciones que se ven en la pantalla y por otro se las condena en el discurso. Además se encuentra el cuestionamiento sobre “el rescate de lo montubio” que el programa presenta como una de sus características, ya que el mantener construcciones estereotipadas de lo masculino y lo femenino se termina por generar una visión estereotipada de lo montubio, es de este modo que: “Mi Recinto representa una sociedad que en medio de un caos, no se reproduce, potencia el racismo y estereotipa la vida montubia” (León, 2008:110,111)

Además, una conclusión que aparece en varias de las investigaciones es que la participación de mujeres en los medios de comu-

nicación no garantiza que se mantenga un enfoque de género. Aunque hay un avance en tema de paridad en los medios de comunicación, el rol de la mujer continúa siendo de subordinación, como accesorio de los programas, no como sujeto, es por ello que aún queda mucho por trabajar, pues no solo basta con incluir a las mujeres en los medios sino garantizar su participación más allá de los estereotipos y roles tradicionales de género.

Observación: Las conclusiones aquí presentadas responden a lo expuesto en los documentos revisados, por lo tanto algunos programas no se mencionan, al igual que algunos ámbitos de análisis relacionados con la población LGBTI, masculinidad, mujeres con discapacidad, mujeres en situación de movilidad humana, mujeres adultas mayores, entre otras.

Conclusiones

Los diferentes análisis sustentan que el sexismo en los medios de comunicación se expresa de las siguientes maneras:

-Sin descartar a los medios de comunicación en general, el lenguaje excluyente y discriminatorio es más evidente en la crónica roja. La mayoría de las veces que se aborda temas de violencia de género existe una adjetivación o uso peyorativo de términos para describir a las mujeres. El hecho suele ser “justificado” al darle un sentido pasional.

-Mientras la mayoría de quienes cubren temas “serios” (política, judicial, economía) son hombres, las mujeres se encargan de farándula, sociedad, cultura y familia.

-Aunque existe cierta paridad entre presentadores y presentadoras de noticias, el rol de la mujer sigue siendo subordinado. Los espacios de opinión son dominados por la voz masculina.

²⁴ León, Dayana, *Imaginario de género en Mi Recinto: Programa de la televisión ecuatoriana*, Flacso, 2008

-Hay predominio cuasi absoluto de voces masculinas entre las fuentes de noticias (personas entrevistadas).

-En general en noticias televisivas, programas de farándula y publicidad las mujeres son presentadas como objeto decorativo-sexual.

-Las publicidades y los programas de entretenimiento muestran roles esencializados de género, donde las mujeres ocupan el espacio privado y el hombre el público. La función de la imagen de la mujer es como objeto de decoración, u objeto sexual y/o al servicio del hombre.

-Los programas de entretenimiento analizados muestran una naturalización de la violencia de género, justificado por el humor.

-El análisis arroja que es necesario que los medios aborden la violencia de género como un problema estructural, dejando de lado la espectacularización del hecho violento.

-A partir de las investigaciones revisadas es evidente que los medios de comunicación (prensa, radio²⁵, televisión) esencializan roles de género, presentan una visión en donde la mujer es ligada a lo privado (espacio doméstico) y el hombre a lo público.

-La representación de hombres y mujeres está apegada al canon de belleza comercial, ninguno de los formatos se escapa a usar el cuerpo femenino y masculino como objeto de consumo, sin embargo existe mayor presión sobre la representación de las mujeres.

-Los estudios que analizan el género y los medios de comunicación en el Ecuador se centran en las mujeres, la manera en que son representadas y como se aborda la violencia de género. Lo cual podría ser expli-

cado a partir de la larga trayectoria de este sector ya desde los años 60 identificaron a los medios de comunicación como actores fundamentales en la creación y recreación de patrones culturales.

-En los diversos estudios el rol de los hombres es presentado en relación a las mujeres y se lo caracteriza como violento. No hay mayores análisis sobre esta población.

-La investigación no encontró estudios sobre comunicación y masculinidades y personas LGBTI en el Ecuador. Así mismo son escasas las investigaciones sobre medios y poblaciones en movilidad, personas con discapacidad, adultas mayores, abordadas desde una perspectiva de género.

-Los estudios revisados tienen como eje fundamental el análisis de contenido desde una lectura de género y son pocos los que toman en consideración los análisis de recepción. En ese sentido se mantiene en las investigaciones una visión de los medios de comunicación como creadores de comportamientos sociales y patrones culturales, mientras a la población se la ubica en un rol de receptor pasivo. Donde la publicidad ocupa un lugar privilegiado en lo que se refiere a su capacidad de influir en la población.

-A pesar de todas las críticas que se hace a los medios de comunicación, especialmente sobre lo que tiene que ver con la manera en que abordan la violencia de género, éstos siguen siendo una fuente de consulta.

-De la investigación realizada se puede indicar que la mayor parte de las tesis de pregrado aportan poca rigurosidad en los datos presentados y el análisis. Sin embargo, aún en estos casos, los temas y las preguntas de investigación resultan de interés y aportan con posibles líneas de investigación.

²⁵ Aunque no encontramos investigaciones que aborden específicamente este medio, los hallazgos de este trabajo permiten poner a consideración también la radio como reproductora de estereotipos.

-Las mujeres constituyen sujetos heterogéneos, que expresan una gran diversidad de intereses, roles y planteamientos políticos, sin embargo la mayoría de los documentos evidencian que los medios de comunicación la tratan como un ser homogéneo. Como consecuencia la voz que prima, cuando se toma en consideración a mujeres para ser entrevistadas, responde al criterio moral que tiende a dominar en los medios de comunicación, por ejemplo en el abordaje del tema del aborto.

-Desde el 2008, hasta la fecha, según los distintos análisis de Gamma, la publicidad ha cambiado la representación de los roles de género en hombres y mujeres. Pero aun así siguen siendo cuerpos para el consumo.

-Los análisis tienden a repetir su objeto de estudio, ciertos programas y periódicos que se caracterizan por ser polémicos, son investigados y mencionados una y otra vez. En este sentido se destacan: Vivos, Mi Recinto, los programas de farándula y el Diario El Extra.

-Con el pretexto de usar el humor, las agresiones a las mujeres y a la población LGBTI son naturalizadas y justificadas.

-Muchos de los programas analizados desde el 2008 a la fecha, ya no están en el aire, sin embargo han sido sustituidos por otros que reproducen el formato, la estética, e incluso a los presentadores y presentadoras. Un ejemplo de esto es el programa que se transmitía en Canal Uno “Caiga quien caiga con Marian”, dejó de estar al aire y ahora se transmite un formato similar en Teleamazonas denominado “Jarabe de Pico”.

-Falta análisis de medios públicos, el único medio que es mencionado en algunos de los monitoreos en su categoría de público es el Telégrafo.

- Gran parte de los estudios se citan entre

ellos. Los más mencionados son: los monitoreo de medios de Gamma, el Estudio Mujeres a media Tinta del Conamu (actual Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres) y los monitoreos de la Corporación Humanas.

-De la experiencia de Gamma en Cuenca se resalta que al ser una iniciativa local su ámbito de incidencia es reducido, dificultándose especialmente la interacción con la televisión nacional.

- Hay escases de estudios de recepción, existe un número mínimo de tesis encontradas que abordan este ámbito de la comunicación, y que por las características mismas de su trabajo han focalizado su población de estudio.

Recomendaciones

Las presentes recomendaciones están en camino de considerar la comunicación con enfoque de género. Entendiendo esta como “(...) una comunicación que contribuye a superar la desigualdad y los desequilibrios de poder entre hombres y mujeres en la sociedad” (Burch, 2009:16)

Dado que este documento se ha realizado sobre fuentes bibliográficas, para una perspectiva más integral se recomienda contar con la opinión del movimiento de mujeres, de manera que tanto el diagnóstico como las sugerencias sean más participativos y tome en consideración las perspectivas y exigencias históricas del movimiento.

No se trata de volverse en un gran censor, sino que a la par que se impulsan y apoyan mecanismos de veeduría social, la Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres podría abrir espacios de discusión, reflexión diálogo que aborden de manera crítica el rol de

los medios y que tomen en consideración la recepción que de los mismos se da por parte de la población. Espacios de reflexión más que con “especialistas” deberían promoverse con la población en general, de tal modo que haya un aporte y trabajo articulado con las competencias del Consejo de Regulación.

A pesar de que se recomienda hacer análisis de recepción, para comprender la dinámica social alrededor de ciertos programas que son polémicos, tampoco se puede quitar de vista que es necesario que la Comisión de Transición junto a la población esté alerta sobre reclamos puntuales ante el Consejo de Regulación alrededor de la violación de derechos humanos, mensajes sexistas, homofóbicos, racistas, clasistas que denigren a las mujeres o las personas LGBTI.

En este marco es sugerente la idea de promover espacios de diálogo entre el público receptor y los productores televisivos, sin oposición entre “buenos - malos”.

Diversos autores mencionan la necesidad de que la población reconozca el tema de la violencia de género y el femicidio como un problema estructural, público y no individual y del espacio privado. Así mismo se apunta la importancia de hacer seguimiento de los hechos violentos, de su judicialización, así como análisis de sus causas. En este sentido es necesario que el Estado aporte con información, actualizada, cuantitativa y cualitativa sobre los casos de violencia de género que se registran en el país.

Queda como tema pendiente para un abordaje global de comunicación y género, el análisis de la manera en que los medios construyen la imagen de las masculinidades, personas LGBTI, en movilidad, discapacidad y adultas mayores.

El presente documento es una línea base

del estado de las investigaciones sobre medios de comunicación y género en el Ecuador a partir del 2008. Las investigaciones y los monitoreos revisados aportan de manera inicial al estado de los medios de comunicación y el tema de género en el Ecuador. Sin embargo para el trabajo del Consejo de Regulación de Medios y el aporte desde la Comisión de Transición se presenta la necesidad de realizar un monitoreo exhaustivo de los medios de comunicación en el País.

A partir de la revisión bibliográfica, se presentan las siguientes recomendaciones para el monitoreo:

1. Tomar en consideración tanto medios públicos²⁶, privados y comunitarios (Televisión, Prensa, Radio)
2. Incluir en el diagnóstico análisis de recepción.
3. Monitoreo que deberá cruzar las distintas variables de género, etnia, clase, etaria, discapacidades y movilidad humana.
4. En cuanto a la propaganda, el análisis debe abarcar la producción privada como lo estatal.

El Consejo de Regulación de Medios al ser una instancia nacional puede utilizar como ejemplo para su acción los espacios ya existentes de seguimiento y monitoreo a los medios, así como potenciar las demandas que desde estos sectores surgen.

Es necesario que existan tanto espacios de veeduría social como estatal. Éstos deben trabajar de manera coordinada, evitando superponerse.

Para alcanzar una comunicación respetuosa de los derechos humanos y con perspectiva de género el trabajo no puede limitarse

²⁶ Si bien los medios en general tienen la obligación de respetar los derechos humanos y en este sentido mantener una perspectiva de género, mucho más los públicos e incautados.

a la veeduría, monitoreo y control de los medios de comunicación, es necesaria una perspectiva más amplia que involucre a la sociedad en su conjunto. En lo que tiene que ver con la comunicación es necesario hacer un trabajo desde las facultades y escuelas de pregrado, de tal modo que la formación vaya acorde no solo con la Constitución, con la Ley orgánica de Comunicación, sino que incluya parámetros del Plan Nacional de Erradicación de la Violencia.

La publicidad aparece como uno de los elementos con mayor influencia en la población, al mismo tiempo es uno de los espacios que más reproduce mensajes sexistas, en este sentido es necesario que desde el Consejo de Regulación de Medios, se tomen medidas de veeduría y control. Podría abrir una oportunidad con la Ley Orgánica de Comunicación y su disposición de que la publicidad sea de producción nacional²⁷ de tal modo que el lobby con estas empresas de comunicación sea más directo y la incidencia abarque nuevos actores.

Revisar el estudio de la Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres, sobre la campaña “Reacciona Ecuador: El machismo es violencia”, que según la encuesta de Santiago Pérez fue valorada como positiva por el 70% de la población y es la campaña más recordada durante el 2010. Su revisión puede aportar con elementos de cómo realizar propagandas con un formato innovador. Así mismo se

recomienda revisar, para futuras campañas con una perspectiva de género, tanto la encuesta de Santiago Pérez como los trabajos críticos que sobre la campaña se han hecho, donde se considera que hay cierta esencialización de los roles de género: identifica a las mujeres como víctimas pasivas y a los hombres como agresores, al tiempo que se resalta que parte de la población queda invisibilizada (afroecuatorianas, indígenas, sector rural, clases sociales, personas LGBTI)

La Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres podría impulsar una política comunicacional de género, que potencie medios comunitarios desde la voz de las mujeres, así como auspiciar programas de capacitación en comunicación para organizaciones de mujeres.

Es necesario que los medios de comunicación traten la violencia de género sin promover el sensacionalismo y la re victimización de las mujeres y en su lugar aporte como mecanismo de información, profundización de las causas. Que mantenga un enfoque crítico a la violencia de género en lugar de naturalizarla y justificarla.

Es necesario además dar una mirada integral a los medios, pues los objetos de análisis recurrentes no corresponden a todas las franjas y programas que se muestran en éstos.

²⁷ “Art. 98.- Producción de publicidad nacional.-La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales” (Artículo 98 de la LOC)

Bibliografía estado del arte medios de comunicación y género

- Aguirre, M., (2012), *La idealización del cuerpo femenino a través de la mirada masculina: caso de estudio revista Soho*, UASB.
- Almendáriz, R., (2010), *La narrativa de los programas de farándula: el caso Vamos Con Todo*, UASB.
- Aranda, L., (2011), *Imaginario sobre la mujer en la televisión ecuatoriana: en el caso del programa Vamos con Todo en RTS*, FACSO.
- Articulación Regional Feminista por los Derechos Humanos y Justicia de Género, *Las mujeres en los medios*, 2011.
- Blanca, D., (2011), ¿Desconocimiento o apatía?, en Los derechos de las mujeres en la mira. Ecuador: Corporación humanas.
- Bravo, R., (2011), *Comunicación, sexualidad y homofobia. Los procesos comunicacionales de inclusión y exclusión sexual del colectivo LGBTI (gay, lesbiana, bisexuales, transexuales e intersex) en el imaginario de la ciudad de Quito*, Ecuador: FACSO,
- Burch, S., (Coord. yed) (2009), *Ellas tienen la palabra: comunicación, organización y género*. Ecuador: Agencia Latinoamericana de Información ALAI.
- Burch, S., (2013), *Movimiento de mujeres. La comunicación con enfoque de género*, en Osvaldo León (coord.), *Democratizar la palabra: movimientos convergentes en comunicación*. Ecuador: Agencia Latinoamericana de Información (ALAI).
- Carranza, A., (2011), *Análisis comunicacional de los programas rosas de la televisión ecuatoriana*. Ecuador: FACSO.
- Corporación Participación Ciudadana Ecuador, (2010), *Disminución del sexismo y violencia de género en los medios televisivos*, Ecuador.
- Estévez, M., Vega, E., Pérez, S., (2011), *Estudio de la Campaña Reacciona Ecuador el Machismo es Violencia*, Comisión de Transición Hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género. Ecuador.
- Fontanela, M., (2008), "Patriarcado" en GAMBA, Susana (Coord.) *Diccionario de estudios de género y feminismos*. Argentina: Biblos.
- Granda, M., (2012), *El espacio generado en la comunicación radiofónica para las personas con discapacidad visual en Quito*. Ecuador: FLACSO.
- Herrera, F., (2013) *El aborto y la Constituyente del 2008: lucha ideológica y discursiva en la prensa ecuatoriana*, UASB.
- León, D., (2008), *Imaginario de género en Mi recinto: programa de la televisión ecuatoriana*. Ecuador: FLACSO.
- López, S., Medios de Comunicación, Imaginario Social y Relaciones de género, Cárdenas M., (comp.), *Mujeres en la historia del Ecuador: género y cultura*. Ecuador: Ministerio de Cultura del Ecuador.

- Melo, D., (2012), *Familia contemporánea y televisión: recepción del talk show “Caso cerrado”*, UASB,
- Ocaña, A, (2008), *Introducción a un periodismo con perspectiva de género: Media- Mujer. Mujer Media*, Ecuador.
- Ponce, P., (2008), (Cord.), *Mujeres a media tinta*, Ecuador: Conamu.
- Pontón, Jenny, *Trata de mujeres en los medios, ¿cómo se trata?*, en Jenny Pontón y Alfredo Santillán (comp.), (2008), *Nuevas problemáticas en seguridad ciudadana*, Ecuador: FLACSO.
- Pontón, J., Santillán A., (2008), *Violencia de género en las ciudades ¿problema mediático?*, Ciudad Segura, FLACSO.
- Pontón, J., y Santillán, A., (comp.) (2008), *Violencia Femicida en los medios*, en Jenny Pontón *Nuevas problemáticas en seguridad ciudadana*, Ecuador: FLACSO.
- PRODH- Ecuador, Red de Radialistas Juveniles, Comité Juvenil de Prevención de Embarazo en Adolescentes, (2010), *Embarazo en adolescentes y salud sexual y reproductiva de jóvenes y adolescentes en los medios de comunicación*, PRODH-ECUADOR.
- Ramos, P., (2010) *Entre el escándalo y la rutina: Medios y familia en la migración ecuatoriana*. Ecuador: FLACSO, Abya-Yala.
- Salazar, M., y Blanca D., (2011) *Mujeres en los medios*, en Los derechos de las mujeres en la mira. Ecuador: Corporación Humanas.
- Salcedo, L., (2012), *Análisis y percepciones de las piezas publicitarias de la Campaña Reacciona Ecuador el Machismo es Violencia*. Ecuador: FLACSO.
- Vasco, D., (2011), *Análisis de imagen y representación de la mujer en el diario el Extra*. Ecuador: FACSÓ.
- Velasco, M., (2008), *El predominio de figuras políticas masculinas en las agendas de los medios de comunicación. Apuntes para una interacción equitativa entre actrices/es políticas/os, periodistas y asesoras/as de prensa*, Cañete, M., (comp.), *Asamblea, democracia, Medios de comunicación: los Medios de comunicación frente a la Asamblea Constituyente: ¿pueden contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático?*, Ecuador: Abya – Yala, Centro para el Desarrollo y la Investigación de los Movimientos Sociales del Ecuador (CEDIME): Colegio de Periodistas de Pichincha (CPP).

Internet:

- Constitución República del Ecuador, 2008, versión digital: <http://biblioteca.espe.edu.ec/upload/2008.pdf>
- Ley Orgánica de Comunicación Ecuador, 2013, versión digital: [http://alainet.org/images/Ley Orgánica Comunicación.pdf](http://alainet.org/images/Ley_Orgánica_Comunicación.pdf)
- Plan de Erradicación de la Violencia, 2007, versión digital: http://www.humanas.org.ec/pdf/plan_erradicacionviolencia_ecuador.pdf

Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Análisis de los datos obtenidos del monitoreo: mayo-junio 2008*. Capítulo publicidades, 2008, en: <http://gammaecuador.org/article/nuevos-estudios-tecnicos-de-publicidad-y-entreteni/>

Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de publicidades 2009*, en: <http://gammaecuador.org/article/conclusiones-estudio-tecnico-de-publicidad/>

Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de publicidades 2010*, en: <http://gammaecuador.org/article/estudio-tecnico-de-publicidades-2010/>

Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Observatorio ciudadano de la comunicación (OCC) Capítulo: Análisis de programas de entretenimiento*, 2008.

Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de noticias: abordaje de la violencia intrafamiliar y de género en las noticias de Ecuador*, 2011, en: <http://gammaecuador.org/article/abordaje-de-la-violencia-intrafamiliar-y-de-genero/>

Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de noticias 2012*, 2012, en: <http://gammaecuador.org/article/nuevo-estudio-tecnico-occ/>

Mujeres en la Red: <http://www.mujiresenred.net/spip.php?article1308>

Femicidio en Chile, <http://www.onu.cl/pdfs/fenicidio.pdf>

Anexo

Lista de sitios revisados para el levantamiento de información:

Observatorios de medios

Gamma

Corporación Humanas

Organizaciones sociales

Yerba Buena

Coordinadora Juvenil por la Equidad de Género

PRODH

Proyecto Transgénero

Instituciones de Educación Superior

Universidad Andina Simón Bolívar

Instituto de Altos Estudios (IAEN)

Universidad Católica

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)

Universidad Central del Ecuador (FACSO)

Estado

Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres. (CDT)

Ministerio del Interior

Organismos internacionales

Onu Mujeres

Articulación Regional Feminista por los Derechos Humanos y Justicia de Género

Instituciones

Asociación Latinoamericana de Información (ALAI)

Participación Ciudadana

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)

Ciespal

Anexos

Anexo N° 1: Metodología

A partir de mediados de julio de 2013, los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad y el Ministerio de Inclusión Económica y Social, iniciaron un diagnóstico preliminar sobre las investigaciones existentes alrededor de la comunicación y sus poblaciones de interés.

El presente estudio exploratorio del estado de arte del análisis de contenidos de medios que afectan a grupos de atención de los consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad, se realizó en dos fases:

1. Fase heurística: en la que se realizó una búsqueda y recopilación de bibliografía que esté relacionada con el tema, la misma que tiene la siguiente tipología:

- Tesis de pregrado y posgrado
- Documentos de investigaciones
- Artículos especializados
- Informes anuales
- Boletines
- Documentos de monitoreos de medios

1. Fase hermenéutica: durante esta fase se procedió a la lectura, análisis y sistematización de las fuentes de información seleccionadas en una matriz creada para el efecto; a partir de lo cual se pudo identificar los puntos fundamentales para el análisis de los resultados.

En suma, para alcanzar los objetivos planteados, los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad y el Ministerio de Inclusión Económica y Social desarrollaron un plan de trabajo que

incluyó las siguientes actividades:

- Recopilación bibliográfica
- Lectura y análisis bibliográfico
- Elaboración del documento final con el análisis respectivo
- Reunión para socializar los avances de los análisis elaborados
- Finalización del documento consolidado de análisis
- Taller para presentación de análisis a máximas autoridades

Las entidades de las cuales se obtuvo información fueron²³:

- Instituciones de educación superior
- Instituciones del Estado
- Organismos internacionales
- Observatorios de medios
- Organizaciones sociales
- Centros y redes de estudios e investigación
- Investigaciones individuales

Los países de la región que se incluyeron en este análisis fueron:

- Ecuador
- Argentina
- Colombia
- México
- Nicaragua
- Perú
- Brasil
- Paraguay

Adicionalmente fue necesario revisar textos de países europeos para tener un acercamiento a análisis respecto a población

con discapacidad. Así que se incluyeron textos asociados a estos temas provenientes de otros países. Además se examinaron como contexto investigaciones sobre la televisión realizadas en Estados Unidos.

De la revisión de los materiales se descartaron aquellos que no correspondían al ámbito de análisis; los demás fueron tomados en consideración, sin tomar en cuenta valoraciones sobre la calidad y pertinencia del documento. Finalmente estos fueron fichados tomando en consideración:

- Título del documento
- Autor del documento
- Instituciones/ organismos/ organizaciones
- Año de publicación del documento
- País
- Período de tiempo analizado
- Objetivo(s) del documento
- Medio analizado
- Alcance
- Ámbito/Enfoque del documento
- Tema/ problema
- Breve contextualización espacio temporal y sociopolítico del texto
- Tipo de trabajo
- Estructura del documento
- Ideas principales
- Conceptos
- Enfoques teóricos
- Enfoques metodológicos
- Datos relevantes
- Conclusiones

- Autor/a de la ficha
- Fecha de lectura y análisis
- Metodología: Título de los temas, Descriptores, Metodología, Universo/muestra, Herramientas.

Las fuentes de información en las que se buscó información sumaron un total de 38, en las cuales se encontraron 137 textos que por su titular parecían relativos al tema, pero que una vez que se realizó la fase hermenéutica, se descartaron 64 textos, dejando como resultado un total de 75 documentos procesados.

²³ Ver listado con el respectivo detalle en el Anexo 4

Anexo No.2: Referencias legales por tipo de afectación

AFECTACIONES NEGATIVAS				
DISCRIMEN	MANIPULACIÓN	INCITACIÓN	IDENTIFICACIÓN NEGATIVA	INVISIBILIZACIÓN
Xenofobia Machismo Misoginia Regionalismo Adulto centrismo Sexismo Racismo Fobias contra personas LGBTI Vejación frente a diferencias (personas con discapacidad, diferente condición política, social, económica) Exclusión	Espectacularización Superficialización Sensacionalismo Exotización, Mani-pulación directa (sacar ventajas de adhesión a niñez o mujeres para cumplir un fin político, comercial, religioso, sexual, económico) Afrenta	Incitación Difamación (convocatoria a perjudicar la imagen de otra persona)	Descontextualización Prejuicios (sobre exposición de elementos negativos relacionados; Vínculos forjados (hijo de personas privadas de libertad, racial, ocupación, baja educación, situación económica y género) Estereotipia: asumir y reproducir estereotipos y patrones culturales Estigmatización Descalificación Escarnio	Exclusión Generalización Desatención frente a grupos poblacionales Omisión

Las referencias legales por AFECTACIONES TIPO que se han registrado en la institucionalidad ecuatoriana son las siguientes:

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
DISCRIMEN (Discriminación)	CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	Art. 3	Son deberes primordiales del Estado: 1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
		Art. 11	El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios: 1. Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación. El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.
		Art. 19	La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
		Art. 57	<p>Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:</p> <p>2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.</p> <p>3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.</p> <p>4. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna. Los territorios de los pueblos en aislamiento voluntario son de posesión ancestral irreductible e intangible, y en ellos estará vedado todo tipo de actividad extractiva.</p>
			<p>5. El Estado adoptará medidas para garantizar sus vidas, hacer respetar su autodeterminación y voluntad de permanecer en aislamiento, y precautelar la observancia de sus derechos. La violación de estos derechos constituirá delito de etnocidio, que será tipificado por la ley. El Estado garantizará la aplicación de estos derechos colectivos sin discriminación alguna, en condiciones de igualdad y equidad entre mujeres y hombres.</p>
		Art. 341	<p>El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad. La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social. El sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia será el encargado de asegurar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Serán parte del sistema las instituciones públicas, privadas y comunitarias.</p>

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
	LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL	Art. 2.-	Principios.- La actividad educativa se desarrolla atendiendo a los siguientes principios generales, que son los fundamentos filosóficos, conceptuales y constitucionales que sustentan, definen y rigen las decisiones y actividades en el ámbito educativo: Universalidad.- La educación es un derecho humano fundamental y es deber ineludible e inexcusable del Estado garantizar el acceso, permanencia y calidad de la educación para toda la población sin ningún tipo de discriminación. Está articulada a los instrumentos internacionales de derechos humanos. Igualdad de género.- La educación debe garantizar la igualdad de condiciones, oportunidades y trato entre hombres y mujeres. Se garantizan medidas de acción afirmativa para efectivizar el ejercicio del derecho a la educación sin discriminación de ningún tipo.
		Art. 3.-	Fines de la educación.- Son fines de la educación: La inculcación del respeto y la práctica permanente de los derechos humanos, la democracia, la participación, la justicia, la igualdad y no discriminación, la equidad, la solidaridad, la no violencia, las libertades fundamentales y los valores cívicos
		Art. 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 58, 132	
		Art. 32.-	Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna.
	Art. 61.-		Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
		Art. 62.-	Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.
			Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.
		Art. 63.-	<p>Criterios de calificación.- Para los efectos de esta ley, para que un contenido sea calificado de discriminatorio es necesario que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establezca, mediante resolución motivada, la concurrencia de los siguientes elementos:</p> <p>Que tal distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los derechos humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.</p>
	CÓDIGO PENAL	Art. 212-A.-	<p>Será sancionado con prisión de seis meses a tres años:</p> <p>El que incitare, en cualquier forma, a la discriminación racial</p>
		Art. 212-C.-	<p>Declárase ilegales, y en consecuencia prohibidas en la República, tanto las organizaciones como todas las actividades de propaganda y de difusión que promuevan la discriminación racial o inciten a ella. Por consiguiente, quien participe en tales organizaciones o en dichas actividades será sancionado con prisión de dos meses a dos años.</p>

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
		Art. 212-D.-	Queda prohibido a las autoridades y a las instituciones públicas nacionales, regionales o locales promover o incitar la discriminación racial. De la violación de esta prohibición serán responsables las mencionadas autoridades, los representantes legales o los directivos de dichas instituciones, quienes serán sancionados con prisión de seis meses a tres años y pérdida de los derechos políticos por igual tiempo al de la condena.
	LEY DE LA JUVENTUD	Art. 4.-	Igualdad ante la ley y no discriminación.- Las normas de la presente ley, los derechos y garantías, se aplicarán a todos los y las jóvenes, de manera independiente a su condición familiar, social, cultural, religiosa, económica, racial, étnica, filiación política, opción sexual o cualquier otra condición personal o la de sus padres, representantes legales o responsables.
		Art. 15.-	Políticas de promoción del empleo juvenil.- Las políticas de promoción del empleo juvenil se dirigen al logro de los siguientes objetivos: e. Asegurar la no discriminación en el empleo y las mejores condiciones laborales a las jóvenes gestantes y a las madres lactantes.
	CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA	Art. 6.-	Igualdad y no discriminación.- Todos los niños, niñas y adolescentes son iguales ante la ley y no serán discriminados por causa de su nacimiento, nacionalidad, edad, sexo, etnia; color, origen social, idioma, religión, filiación, opinión política, situación económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diversidad cultural o cualquier otra condición propia o de sus progenitores, representantes o familiares. El Estado adoptará las medidas necesarias para eliminar toda forma de discriminación.
		Art. 38.-	Objetivos de los programas de educación.- La educación básica y media asegurarán los conocimientos, valores y actitudes indispensables para: b. Promover y practicar la paz, el respeto a los derechos humanos y libertades fundamentales, la no discriminación, la tolerancia, la valoración de las diversidades, la participación, el diálogo, la autonomía y la cooperación.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
	LEY ORGÁNICA DE DISCAPACIDADES, LOD	Art. 3.-	Fines.- La presente Ley tiene los siguientes fines: Eliminar toda forma de abandono, discriminación, odio, explotación, violencia y abuso de autoridad por razones de discapacidad y sancionar a quien incurriere en estas acciones;
			Principios fundamentales.- La presente normativa se sujeta y fundamenta en los siguientes principios: No discriminación: ninguna persona con discapacidad o su familia puede ser discriminada; ni sus derechos podrán ser anulados o reducidos a causa de su condición de discapacidad. La acción afirmativa será toda aquella medida necesaria, proporcional y de aplicación obligatoria cuando se manifieste la condición de desigualdad de la persona con discapacidad en el espacio en que goce y ejerza sus derechos; tendrá enfoque de género, generacional e intercultural
		Art. 4.-	<i>In dubio pro hominem</i> : en caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, estas se aplicarán en el sentido más favorable y progresivo a la protección de las personas con discapacidad; Igualdad de oportunidades: todas las personas con discapacidad son iguales ante la ley, tienen derecho a igual protección legal y a beneficiarse de la ley en igual medida sin discriminación alguna. No podrá reducirse o negarse el derecho de las personas con discapacidad y cualquier acción contraria que así lo suponga será sancionable; Responsabilidad social colectiva: toda persona debe respetar los derechos de las personas con discapacidad y sus familias, así como de conocer de actos de discriminación o violación de derechos de personas con discapacidad está legitimada para exigir el cese inmediato de la situación violatoria, la reparación integral del derecho vulnerado o anulado, y la sanción respectiva según el caso.
	LEY ORGÁNICA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	Art. 4,	Inciso 8.- Respeto a la diferencia.- Es el derecho a participar por igual en los asuntos públicos, sin discriminación alguna fundamentada en la etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción personal o colectiva, temporal o permanente, o de cualquier otra índole.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
	LEY DEL DEPORTE, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN	Art. 11.-	De la práctica del deporte, educación física y recreación.- Es derecho de las y los ciudadanos practicar deporte, realizar educación física y acceder a la recreación, sin discrimen alguno de acuerdo a la Constitución de la República y a la presente Ley.
MANIPULACIÓN	CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA	Art. 20.-	Derecho a la vida.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la vida desde su concepción. Es obligación del Estado, la sociedad y la familia asegurar por todos los medios a su alcance, su supervivencia y desarrollo. Se prohíben los experimentos y manipulaciones médicas y genéticas desde la fecundación del óvulo hasta el nacimiento de niños, niñas y adolescentes; y la utilización de cualquier técnica o práctica que ponga en peligro su vida o afecte su integridad o desarrollo integral.
	LEY ORGÁNICA ELECTORAL, CÓDIGO DE LA DEMOCRACIA	Art. 50.-	Está prohibido a las juntas receptoras del voto 8. Permitir la manipulación del material electoral a personas ajenas a la junta.
		Art. 277.-	Constituyen infracciones por parte de los medios de comunicación social, las siguientes: 1. La manipulación o superposición de la propaganda electoral o los programas de las organizaciones políticas con el fin de alterar o distorsionar su sentido original o denigrar a las instituciones o personas.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
INCITACIÓN	LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	Art. 62.-	<p>Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.</p> <p>Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.</p>
		Art. 67.-	<p>Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.</p> <p>Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.</p> <p>El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de uno a cinco salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.</p>

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
IDENTIFICACIÓN NEGATIVA	CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA	Art. 35.-	Derecho a la identificación.- Los niños y niñas tienen derecho a ser inscritos inmediatamente después del nacimiento, con los apellidos paterno y materno que les correspondan. El Estado garantizará el derecho a la identidad y a la identificación mediante un servicio de Registro Civil con procedimientos ágiles, gratuitos y sencillos para la obtención de los documentos de identidad.
		Art. 36.-	Normas para la identificación.- En la certificación de nacido vivo, que deberá ser emitida bajo la responsabilidad del centro o institución de salud pública o privada que atendió el nacimiento, constará la identificación dactilar de la madre y la identificación plantar del niño o niña recién nacido o nacida. En casos de inscripción tardía se deberá registrar en la ficha respectiva la identificación dactilar del niño, niña o adolescente.
			Prohibiciones relacionadas con el derecho a la dignidad e imagen. Se prohíbe: 1. La publicación o exhibición de imágenes y grabaciones o referencias escritas que permitan la identificación o individualización de un niño, niña o adolescente que ha sido víctima de maltrato, abuso sexual o infracción penal, y cualquier otra referencia al entorno en el que se desarrollan.
		Art. 237.-	Inicio del procedimiento.- El procedimiento administrativo de protección de derechos puede iniciarse de oficio o mediante denuncia verbal o escrita en la que se señalará: 2. La identificación más detallada posible del niño, niña o adolescente afectado; 3. La identificación más detallada posible de la persona o entidad denunciada.
		Art. 251.-	Infracciones contra el derecho a la intimidad y a la imagen.- Serán sancionados con la multa señalada en el artículo 248: Los medios de comunicación, los responsables de su programación o edición y los periodistas, que difundan informaciones que permitan o posibiliten la identificación de un adolescente involucrado en un enjuiciamiento penal, o de sus familiares

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
VIOLENCIA		Art. 35.-	Las personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia doméstica y sexual, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos. El Estado prestará especial protección a las personas en condición de doble vulnerabilidad
		Art. 36.-	Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los 65 años de edad.
		Art. 38.-	El Estado establecerá políticas públicas y programas de atención a las personas adultas mayores, que tendrán en cuenta las diferencias específicas entre áreas urbanas y rurales, las inequidades de género, la etnia, la cultura y las diferencias propias de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades; asimismo, fomentará el mayor grado posible de autonomía personal y participación en la definición y ejecución de estas políticas. 4. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o negligencia que provoque tales situaciones.
		Art. 46.-	El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes: 5. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o contra la negligencia que provoque tales situaciones.
			6. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
VIOLENCIA	CONSTITUCIÓN	Art. 66.-	Se reconoce y garantizará a las personas: La integridad física, psíquica, moral y sexual. Una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas mayores, personas con discapacidad y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad; idénticas medidas se tomarán contra la violencia, la esclavitud y la explotación sexual.
		Art. 331.-	El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades. Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo.
		Art. 393.-	El Estado garantizará la seguridad humana a través de políticas y acciones integradas, para asegurar la convivencia pacífica de las personas, promover una cultura de paz y prevenir las formas de violencia y discriminación y la comisión de infracciones y delitos. La planificación y aplicación de estas políticas se encargará a órganos especializados en los diferentes niveles de gobierno. Art. 2.- Principios.- La actividad educativa se desarrolla atendiendo a los siguientes principios generales, que son los fundamentos filosóficos, conceptuales y constitucionales que sustentan, definen y rigen las decisiones y actividades en el ámbito educativo: Garantizar el derecho de las personas a una educación libre de violencia de género, que promueva la coeducación; Cultura de paz y solución de conflictos.- El ejercicio del derecho a la educación debe orientarse a construir una sociedad justa, una cultura de paz y no violencia, para la prevención, tratamiento y resolución pacífica de conflictos, en todos los espacios de la vida personal, escolar, familiar y social. Se exceptúan todas aquellas acciones y omisiones sujetas a la normatividad penal y a las materias no transigibles de conformidad con la Constitución de la República y la Ley.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
VIOLENCIA	CONSTITUCIÓN	Art. 727.-	<p>Hay violencia, sea que se haya empleado contra el verdadero dueño de la cosa, o contra el que la poseía sin serlo, o contra el que la tenía en lugar o a nombre de otro. Lo mismo es que la violencia se ejecute por una persona o por sus agentes, y que se ejecute con su consentimiento, o que después de ejecutada se ratifique expresa o tácitamente.</p> <p>Art. 964.- Las acciones que tienen por objeto conservar la posesión, prescriben al cabo de un año completo, contado desde el acto de molestia o embarazo inferido a ella. Las que tienen por objeto recuperarla, expiran al cabo de un año completo, contado desde que el poseedor anterior la ha perdido. Si la nueva posesión ha sido violenta o clandestina, se contará este año desde el último acto de violencia, o desde que haya cesado la clandestinidad. Las reglas que sobre la continuación de la posesión se dan en los artículos 732, 733 y 734 se aplican a las acciones posesorias.</p>
		Art. 973.-	Los actos de violencia cometidos con armas o sin ellas, serán además reprimidos con las penas que correspondan según el Código Penal.
	LEY CONTRA LA VIOLENCIA A LA MUJER Y LA FAMILIA	Art. 2.-	Violencia intrafamiliar.- Se considera violencia intrafamiliar toda acción u omisión que consista en maltrato físico, psicológico o sexual, ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar.
		Art. 4.-	<p>Formas de violencia intrafamiliar.- Para los efectos de esta Ley, se considera: a) Violencia física.- Todo acto de fuerza que cause daño, dolor o sufrimiento físico en las personas agredidas cualquiera que sea el medio empleado y sus consecuencias, sin considerarse el tiempo que se requiera para su recuperación; b) Violencia psicológica.- Constituye toda acción u omisión que cause daño dolor, perturbación emocional, alteración psicológica o disminución de la autoestima de la mujer o el familiar agredido. Es también la intimidación o amenaza mediante la utilización de apremio moral sobre otro miembro de familia infundiendo miedo o temor a sufrir un mal grave e inminente en su persona o en la de sus ascendientes, descendientes o afines hasta el segundo grado; c) Violencia sexual.- Sin perjuicio de los casos de violación y otros delitos contra la libertad sexual, se considera violencia sexual todo maltrato que constituya imposición en el ejercicio de la sexualidad de una persona, y que la obligue a tener relaciones u otras prácticas sexuales con el agresor o con terceros, mediante el uso de fuerza física, intimidación, amenazas o cualquier otro medio coercitivo.</p>

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo Legal	Artículo	Texto
	LEY ORGÁNICA DE DISCAPACIDADES, LOD	Art. 3.- Fines.-	La presente ley tiene los siguientes fines: 4. Eliminar toda forma de abandono, discriminación, odio, explotación, violencia y abuso de autoridad por razones de discapacidad y sancionar a quien incurriere en estas acciones.
	LEY DE LA JUVENTUD	Art. 14.-	Políticas de promoción de los derechos a la educación.- Las políticas educativas dirigidas a los y las jóvenes deben tender a los siguientes aspectos: Mejorar la educación básica, capacitación técnica, formación artesanal y profesional de los y las jóvenes; Prevenir, sancionar y erradicar todas las formas y prácticas de violencia en la educación.
	CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA	Art. 47.-	Garantías de acceso a una información adecuada.- Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá: Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación del menor;

Se consignan las **referencias legales por descriptores** de los tipos principales de afectaciones de la comunicación a los derechos de la igualdad:

REFERENCIAS LEGALES POR DESCRIPTORES			
Descriptor	Cuerpo legal	Artículo	Texto
XENOFOBIA	Constitución	57 n3	El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación
		416 n5	Reconoce los derechos de los distintos pueblos que coexisten dentro de los Estados, en especial el de promover mecanismos que expresen, preserven y protejan el carácter diverso de sus sociedades, y rechaza el racismo, la xenofobia y toda forma de discriminación
	Ley de Educación Intercultural	132 l. m	Incentivar, promover o provocar, por cualquier vía, la discriminación contra las personas, el racismo, la xenofobia, el sexismo y cualquier forma de agresión o violencia dentro de los establecimientos educativos. Ningún motivo justificará estas acciones
SEXISMO	Ley Orgánica de Comunicación	95	El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando esta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo Superintendente o por juez competente, en las condiciones que determina la ley
	Constitución	19	La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, discriminación, racismo, toxicomanía, sexismo, intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo legal	Artículo	Texto
SEXISMO	Reglamento de Promoción Electoral	21	Las ciudadanas y ciudadanos podrán denunciar ante el Consejo Nacional Electoral o en las delegaciones provinciales, la publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política, el uso de niños, niñas y adolescentes y toda aquella que atente contra sus derechos
	Reglamento orgánico Consejo Nacional de Mujeres	64 l. f	Impulsar la formación y capacitación de docentes para que en sus prácticas educativas eviten el sexismo y fomenten el pleno desarrollo de mujeres y hombres
RACISMO	Constitución	19	Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.
		57 n 2	Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos entre ellos no ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultura
		415 n5	Reconoce los derechos de los distintos pueblos que coexisten dentro de los Estados, en especial el de promover mecanismos que expresen, preserven y protejan el carácter diverso de sus sociedades, y rechaza el racismo, la xenofobia y toda forma de discriminación.
	Plan plurinacional para eliminar la discriminación racial	2	Decreétese los 365 días de combate al racismo y la discriminación racial y la construcción de una sociedad intercultural. Este es un tiempo inicial para impulsar la aplicación e institucionalización de políticas públicas interculturales en el seno del Estado y del Gobierno
	Ley de Educación Intercultural	132 l. m	Incentivar, promover o provocar, por cualquier vía, la discriminación contra las personas, el racismo, la xenofobia, el sexismo y cualquier forma de agresión o violencia dentro de los establecimientos educativos. Ningún motivo justificará estas acciones

REFERENCIAS LEGALES POR DESCRIPTORES			
Descriptor	Cuerpo legal	Artículo	Texto
RACISMO	Ley Orgánica de Comunicación	94	El superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando esta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo superintendente o por juez competente, en las condiciones que determina la ley
VEJACIÓN POR DIFERENCIAS	Reglamento General a la Ley sobre Discapacidades	3	De acuerdo al artículo 3, se considera persona con discapacidad a toda persona que, como consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales y/o sensoriales, congénitas o adquiridas; previsiblemente de carácter permanente se ve restringida en al menos un 30% de su capacidad para realizar una actividad dentro del margen que se considera normal, en el desempeño de sus funciones o actividades habituales.
	Código de la Niñez y Adolescencia	26	Derecho a una vida digna.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a una vida digna, que les permita disfrutar de las condiciones socioeconómicas necesarias para su desarrollo integral.
	Ley Orgánica de Educación Superior	71	Principio de igualdad de oportunidades.- El principio de igualdad de oportunidades consiste en garantizar a todos los actores del Sistema de Educación Superior las mismas posibilidades en el acceso, permanencia, movilidad y egreso del sistema, sin discriminación de género, credo, orientación sexual, etnia, cultura, preferencia política, condición socioeconómica o discapacidad
RACISMO	Ley Orgánica de Participación Ciudadana	4	Respeto a la diferencia.- Es el derecho a participar por igual en los asuntos públicos, sin discriminación alguna fundamentada en la etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción personal o colectiva, temporal o permanente, o de cualquier otra índole.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo legal	Artículo	Texto
RACISMO	Constitución	249	Los cantones cuyos territorios se encuentren total o parcialmente dentro de una franja fronteriza de 40 kilómetros, recibirán atención preferencial para afianzar una cultura de paz y el desarrollo socioeconómico, mediante políticas integrales que precautelen la soberanía, biodiversidad natural e interculturalidad. La ley regulará y garantizará la aplicación de estos derechos.
EXCLUSIÓN	Constitución	341	El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.
	Ley Orgánica de Comunicación	61	Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación
	Ley de la Juventud	8	Equidad de género.- Todas las políticas, programas y proyectos que se desarrollen en relación a los y las jóvenes deberán promover la plena vigencia del principio de equidad de género, entendiendo, por tal el reconocimiento de la igualdad de derechos, oportunidades y responsabilidades de hombres y mujeres. Se prohíbe toda distinción, exclusión, o restricción basada en el sexo, que tenga por objeto o resultado, menoscabar o anular el goce o el ejercicio, de los derechos humanos y libertades fundamentales de la mujer.

REFERENCIAS LEGALES POR AFECTACIONES TIPO			
Descriptor	Cuerpo legal	Artículo	Texto
EXCLUSIÓN	Código de la Niñez y Adolescencia	41 n 4	Medidas que impliquen exclusión o discriminación por causa de una condición personal del estudiante, de sus progenitores, representantes legales o de quienes lo tengan bajo su cuidado. Se incluyen en esta prohibición las medidas discriminatorias por causa de embarazo o maternidad de una adolescente. A ningún niño, niña o adolescente se le podrá negar la matrícula o expulsar debido a la condición de sus padres
MANIPULACIÓN	Código de la Niñez y Adolescencia	20	Se prohíben los experimentos y manipulaciones médicas y genéticas desde la fecundación del óvulo hasta el nacimiento de niños, niñas y adolescentes; y la utilización de cualquier técnica o práctica que ponga en peligro su vida o afecte su integridad o desarrollo integral
		87	Trabajos prohibidos.- Se prohíbe el trabajo de adolescentes: clase; numeral 2. En actividades que implican la manipulación de sustancias explosivas, psicotrópicas, tóxicas, peligrosas o nocivas para su vida, su desarrollo físico o mental y su salud
INCITACIÓN	Ley Orgánica de Comunicación	62	Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio
		67	Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso
DIFAMACIÓN	Código Civil	499-A	La difamación o la divulgación constituye, por cualquier medio de comunicación social u otro de carácter público, excepto la autorizada por la Ley, de los nombres y apellidos de los deudores ya sea para requerirles el pago o ya empleando cualquier forma que indique que la persona nombrada tiene aquella calidad. Los responsables serán sancionados con la pena de prisión de seis meses a dos años
		2232 inciso 2	Dejando a salvo la pena impuesta en los casos de delito o cuasidelito, están especialmente obligados a esta reparación quienes en otros casos de los señalados en el artículo anterior manchen la reputación ajena, mediante cualquier forma de difamación; o quienes causen lesiones, cometan violación, estupro o atentados contra el pudor, provoquen detenciones o arrestos ilegales o arbitrarios, o procesamientos injustificados, y, en general, sufrimientos físicos o síquicos como angustia, ansiedad, humillaciones u ofensas semejantes
DESCALIFICACIÓN	Código de la Niñez y Adolescencia	12	Responsabilidad de los peritos.- Los peritos serán administrativa, civil y penalmente responsables por los procedimientos y metodología, resultados falsos o adulterados de las pruebas que practican y por los informes que emiten, sin perjuicio de la responsabilidad civil solidaria del laboratorio en el que se ha practicado la pericia y de la descalificación del perito por la Fiscalía. Esta responsabilidad se extiende a los hechos y actos de las personas que intervienen bajo su dirección o dependencia en dichas pruebas o informes

Anexo 3: Referencias de las afectaciones en la Real Academia Española de la Lengua

AFECTACIÓN	DEFINICIÓN ²⁴
Afectación	Acción de afectar. Afectar: Menoscabar, perjudicar, influir desfavorablemente.
VIOLENCIA	Acción y efecto de violentar o violentarse Violentar: aplicar medios violentos a cosas o personas para vencer su resistencia.
DISCRIMEN	1. Discriminación 2. Riesgo o peligro inmediato o contingente. 3. Diferencia, diversidad. Discriminación: acción y efecto de discriminar. Discriminar: dar trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, etc. Discriminación positiva: protección de carácter extraordinario que se da a un grupo históricamente discriminado, especialmente por razón de sexo, raza, lengua o religión, para lograr su plena integración social.
Xenofobia	Odio, repugnancia u hostilidad hacia los extranjeros.
Machismo	Actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres.
Misoginia	Aversión u odio a las mujeres.
Regionalismo	1. Tendencia o doctrina política según la cual en el gobierno de un Estado debe atenderse especialmente al modo de ser y a las aspiraciones de cada región. 2. Amor o apego a determinada región de un Estado y a las cosas pertenecientes a ella. 3. Vocablo o giro privativo de una región determinada.
Adultocentrismo	
Sexismo	1. Atención preponderante al sexo en cualquier aspecto de la vida. 2. Discriminación de personas de un sexo por considerarlo inferior al otro.
Racismo	1. Exacerbación del sentido racial de un grupo étnico, especialmente cuando convive con otro u otros. 2. Doctrina antropológica o política basada en este sentimiento y que en ocasiones ha motivado la persecución de un grupo étnico considerado como inferior.
Fobias contra personas LGBTI	Fobia: 1. versión obsesiva a alguien o a algo. 2. Temor irracional compulsivo.
Vejação frente a diferencias	Acción y efecto de vejar. Vejar: 1. Maltratar, molestar, perseguir a alguien, perjudicarlo o hacerle padecer. 2. Dar vejamen (reprensión satírica y festiva).
Exclusión	Acción y efecto de excluir. Excluir: 1. Quitar a alguien o algo del lugar que ocupaba. 2. Descartar, rechazar o negar la posibilidad de algo.
MANIPULACIÓN	Acción y efecto de manipular. Manipular: intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc., con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares.
Espectacularidad	Cualidad de espectacular. Espectacular: que tiene caracteres propios de espectáculo público.

²⁴ Se incluye la acepción que está más relacionada con la temática de este estudio.

AFECTACIÓN	DEFINICIÓN
Superficialidad	Cualidad de superficial. Superficial: 1. Aparente, sin solidez ni sustancia. 2. Frívolo, sin fundamento.
Sensacionalismo	Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.
Exotización	Exótico: extraño, chocante, extravagante.
Afrenta	1. Vergüenza y deshonor que resulta de algún dicho o hecho, como la que se sigue de la imposición de penas por ciertos delitos. 2. Dicho o hecho afrentoso.
INCITACIÓN	Acción y efecto de incitar. Incitar: mover o estimular a alguien para que ejecute algo.
Difamación	Acción y efecto de difamar. Difamar: 1. Desacreditar a alguien, de palabra o por escrito, publicando algo contra su buena opinión y fama. 2. Poner algo en bajo concepto y estima.
IDENTIFICACIÓN NEGATIVA	Identificación: Acción y efecto de identificar o identificarse. Identificar: 1. Hacer que dos o más cosas en realidad distintas aparezcan y se consideren como una misma. 2. Reconocer si una persona o cosa es la misma que se supone o se busca. Negativa: que incluye o contiene negación o contradicción.
Descontextualización	Acción y efecto de descontextualizar Descontextualizar: sacar algo de su contexto.
Prejuicios	1. Opinión previa y tenaz, por lo general desfavorable, acerca de algo que se conoce mal. 2. Acción y efecto de prejuzgar. Prejuzgar: juzgar de las cosas antes del tiempo oportuno, o sin tener de ellas cabal conocimiento.
Estereotipia	Repetición involuntaria e intempestiva de un gesto, acción o palabra, que ocurre sobre todo en ciertos dementes. Estereotipar: fijar mediante su repetición frecuente un gesto, una frase, una fórmula artística, etc. Estereotipo: imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.
Estigmatización	Estigmatizar: 1. Marcar a alguien con hierro candente. 2. Afrentar, infamar.
Descalificación	Acción y efecto de descalificar. Descalificar: desacreditar, desautorizar o incapacitar.
Escarnio	Burla tenaz que se hace con el propósito de afrentar.
INVISIBILIZACIÓN	Invisible: Que no puede ser visto.
Generalización	Acción y efecto de generalizar. Generalizar: 1. Considerar y tratar de manera general cualquier punto o cuestión. 2. Abstractar lo que es común y esencial a muchas cosas, para formar un concepto general que las comprenda todas.
Desatención	1. Falta de atención, distracción. 2. Descortesía, falta de urbanidad o respeto.
Omisión	1. Abstención de hacer o decir. 2. Falta por haber dejado de hacer algo necesario o conveniente en la ejecución de una cosa o por no haberla ejecutado. 3. Flojedad o descuido de quien está encargado de un asunto.

Anexo 4: Lista de entidades proveedoras de información

- **Instituciones de educación superior**

Universidad Andina Simón Bolívar

Instituto de Altos Estudios (IAEN)

Universidad Católica

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)

Universidad Central del Ecuador (FACSO)

Universidad Nacional de General Sarmiento

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL

El Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas

Universidad Sevilla

Universidad CEU Cardenal Herrera

- **Estado**

Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres. (CDT)

Ministerio del Interior de Ecuador

Ministerio Coordinador de Patrimonio de Ecuador

Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos de Argentina

Instituto de la Niñez y la Familia INFA

Participación Ciudadana

Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia, CNNA

Ministerio de Telecomunicación

Real patronato de discapacidad del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

- **Organismos internacionales**

ONU Mujeres

Articulación Regional Feminista por los Derechos Humanos y Justicia de Género

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

Centros Nicaragüense de Derechos Humanos (CENIDH)

Centro de Estudios y Promoción Afroperuanos

Comité para la eliminación de la Discriminación Racial de Naciones Unidas.

- **Observatorios de medios**

Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA)

Corporación Humanas

Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes (ACNNA)

- **Organizaciones sociales**

Yerba Buena

Coordinadora Juvenil por la Equidad de Género

PRODH

Proyecto Transgénero

Fundación Secretariado Gitana

Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP)

Colectivo Pro Derechos Humanos de Ecuador (PRODH)

Asociación mundial para la
comunicación cristiana

- **Instituciones**

Asociación Latinoamericana
de Información (ALAI)

Participación Ciudadana

Asociación Latinoamericana
de Educación Radiofónica (ALER)

- **Centros y Redes
de Estudios e Investigación**

La Red de Revistas Científicas
de América Latina y el Caribe
(REDALYC TELOS)

- **Investigaciones individuales**

Christian Oquendo

Anexo No.5. Matriz de sistematización

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Embarazo en adolescentes y salud sexual y reproductiva de jóvenes y adolescentes en los medios de comunicación.	PRODH- Ecuador , Red de Radialistas Juveniles, Comité Juvenil de Prevención de Embarazo en Adolescentes	Adolescentes y jóvenes	<p>El trabajo del monitoreo, espera contribuir a la formación de una red de Comunicadores, a la problemática que conlleva el embarazo adolescente y la temática de los derechos sexuales y reproductivos. "La cobertura que ofrecen los medios sobre los derechos sexuales y reproductivos de adolescentes y jóvenes, teniendo como elemento trazador el embarazo en la adolescencia, no es compatible con el espacio que se dedica a deportes, farándula y política, que copan 97% del espacio de la prensa." (pg.57) "En resumen, cuando de vender se trata, el espacio es mayor que, cuando se analiza los temas de adolescencia y juventud." (pg. 57) "Si bien los artículos de prensa tienen fotografías relacionadas con personajes o acontecimientos en casi 60 por ciento, en 12,8% incurren en un manejo cuestionable porque no se protege la identidad de niñas, niños o adolescentes, se exalta la violencia, pobreza, se muestra personajes como objetos sexuales (4,3%) y recrean roles patriarcales, adultocéntricos o machistas." (pg. 57,58) "Más de la mitad de anuncios presentan imágenes negativas porque refuerzan estereotipos, son de contenido obsceno o proponen discriminación. 70 por ciento de imágenes proponen a la mujer como objeto sexual, objeto decorativo o en actitud de víctima. El porcentaje de imágenes de mujer que refuerzan roles tradicionales como ama de casa, enfermera o secretaria es bajo, 6%." (pg.58) "Casi la mitad de notas periodísticas (40%) es superficial, sensacionalista, de forma obscena o morbosa. Más de la mitad de notas son elaboradas con seriedad y fomentando el entendimiento y la reflexión, de ellas solo 5 por ciento lo hacen en forma integral. 15% de notas deja planteado el tema como un problema social y solo 10 por ciento plantea alternativas." (pg.58) ratificación de modelos de relacionamiento patriarcal, banalización de la sexualidad y de lo sexual, estereotipa, denigra, invisibiliza la violencia de género</p>
Espacio generado en la comunicación radiofónica para las personas con discapacidad visual en Quito	María Augusta Grandá Carrión	Personas con Discapacidad	<p>La confluencia de los factores mujer y discapacidad provoca una distinción múltiple que hace que se convierta en un grupo de alta vulnerabilidad, teniendo que enfrentar con más énfasis a barreras y obstáculos, aún no superados para su plena incorporación como ciudadanas de pleno derecho a la sociedad.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Medios y discapacidad. La presencia de la discapacidad en los medios de comunicación	Juan Benavides Delgado	Personas con Discapacidad	<p>Las cuestiones relacionadas con la discapacidad deben integrarse en una visión conjunto de lo que son y suponen los medios en la vida social. El eje central de los discursos sitúa a la discapacidad de modo inevitable en el contexto de la diferencia - anormalidad. Conjunto de complejas cuestiones donde el análisis y la crítica deben ser permanentes y directos. Complejidad y urgencia de reflexionar sobre estos temas. Los medios de comunicación no sólo dicen qué es la discapacidad, sino que probablemente también expresan las formas de ser y estar del discapacitado, contribuyendo de forma muy directa a configurar y definir las formas de identidad social de la discapacidad. Se debe tener en cuenta la presencia de lo audiovisual en las formas de percibir la realidad por parte del discapacitado y de la persona no discapacitada. El investigador no puede limitarse a observar lo que los medios dicen de la discapacidad, sino la forma como los discapacitados se comprenden o se ven reflejados en aquéllos y, también, como los colectivos y asociaciones expresan el sentido de este universo. La publicidad y los medios convencionales han construido la discapacidad desde dos grandes perspectivas:</p> <p>Los medios de comunicación contribuyen a reproducir de manera activa el estigma para las personas con trastornos mentales, amplificando sus efectos y extendiéndolos a las nuevas generaciones.</p> <p>Hay que pensar que el cambio en el lenguaje produce automáticamente cambios en las actitudes y en las conductas, invirtiendo la causalidad real, es decir, hay que empezar a cambiar actitudes y conductas para que los cambios en el lenguaje sean útiles y sostenidos.</p> <p>Es necesaria la promoción de informaciones y reportajes que ofrezcan una imagen equilibrada y positiva de las personas con trastornos mentales graves, presentándolos como ciudadanos con derecho y posibilidad real de ejercer roles sociales normales y no solo ni fundamentalmente el de enfermos.</p> <p>Es necesario establecer acuerdos con los profesionales de la comunicación que permitan articular espacios repetidos de formación e intercambio, con participación de personas directamente afectadas, así como facilitarles documentación general y ofrecer disponibilidad para asesorar en protocolos concretos ("Guías" o documentos de consenso sobre "buenas prácticas"), elaborados conjuntamente y que regulen consensuadamente aspectos de la práctica profesional relacionados con este tema.</p>
Medios de comunicación, estigma y discriminación en salud mental. Elementos para una estrategia razonable	Marcelino López	Personas con Discapacidad	

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
¿Quién figura en las noticias? Ecuador Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010. Informe Nacional	Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC)	Mujeres y Género	<p>En los temas “serios” de los noticieros: política, gobierno, ciencia y economía, entre otros, continúa siendo mayoritaria la presencia de hombres; esto da cuenta de que aun los “temas” considerados de mujeres no son objeto de primera plana o de importancia en los medios. En igual sentido, los temas en donde con mayor frecuencia aparecen las mujeres como sujetos de noticia son crimen y violencia, salud, desarrollo comunitario, educación, derechos humanos. Esto da cuenta del sesgo que asumen los noticieros a la hora de abordar las noticias. Con una diferencia sustancial (17% a 3%) entre mujeres y hombres, se menciona a las primeras identificándolas por su relación familiar. En cuanto a reporteros y reporteras, en el Ecuador, la mayor parte de noticias es realizada por hombres. Los únicos temas de noticias que destacan temas de igualdad o desigualdad de género son: desarrollo y comunidad, en un 83%; y, derechos humanos, derechos de las mujeres, niñez, y otros grupos minoritarios, en un 60%. En las notas publicadas y difundidas el día del monitoreo no se encontró ninguna que desafíe o cuestione los estereotipos de género.</p>
Análisis comunicacional de los programas rosas de la televisión ecuatoriana	Andrea Carranza García	Mujeres y Género	<p>El rumor es exhibido por medios de recursos ajenos al periodismo “serio”: cámaras ocultas, grabaciones sin permiso de los interesados, persecuciones encubiertas. Supuestos testigos que cuentan privacidades. Han desterrado por completo la ética del periodismo. Los programas de farándula tienen altos niveles de rating ya que se basan en la exposición de la vida íntima de los famosos. El análisis realizado en los dos programas evidencian discursos racistas, sexistas y de clase; a pesar de lo que los dos programas validan los discursos anteriormente mencionados, pero en el caso de “La Plena” se evidencian en lo no dicho a diferencia de “Vamos con Todo” (esto puede tener relación con las horarios e transmisión, el medio y el público al que está dirigido).</p>
			<p>El poder masculino se construye desde la mirada de virilidad, los conductores afirman la idea de que el poder femenino está en la erección de fallo y es por medio de este acto que se logra someter a la mujer. En “La Plena”, los comentarios consolidan la dominación al cosificar a las mujeres. En los dos programas la belleza se impone como requisito fundamental para la aceptación masculina. En La Plena, el que sean dos mujeres quienes dirigen el programa reafirma la idea de que las mujeres son pioneras en el arte de crear y difundir rumores.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Análisis de imagen y representación de la mujer en el diario "El Extra"	Diana Vasco Yánez	Mujeres y Género	Este medio impreso juega con la dicotomía de mostrar la imagen de una mujer provocativa y una mujer maltratada. A las mujeres sexys y a las mujeres golpeadas se las reconoce como objeto, no como sujetos. Hasta la muerte se convierte en objeto de consumo visual. Se reproduce la visión estereotipada de ser mujer sexy vs madre de familia. En el medio se reproduce una mirada masculina cuando se explica el porqué de la violencia hacia las mujeres, no se usa como fuente a las mujeres. Las mujeres ocupan el lugar de objetos victimizados.
Análisis de los datos obtenidos del monitoreo: mayo-junio 2008. Capítulo publicidades	OBSERVATORIO CIUDADANO DE MEDIOS / GAMMA	Mujeres y Género	Los resultados de este estudio ponen en evidencia el constante uso de estereotipos de género en un alto porcentaje y el cuerpo de la mujer como objeto decorativo (en menor porcentaje); no obstante, el uso de la imagen de la mujer como objeto sexual ha desaparecido de la publicidad, considerándose un logro en la búsqueda de la igualdad entre mujeres y hombres. La publicidad utiliza más personajes mujeres que hombres para promocionar sus productos. Si observamos los resultados en cuanto al uso de estereotipos y al encasillamiento de mujeres y hombres en determinados roles y atributos de género, podemos apreciar que los personajes presentados por las publicidades son mayoritariamente pertenecientes a la etnia mestiza/blanca y los porcentajes de afro descendientes son mínimos.
			Los personajes presentados por la publicidad son en su mayoría jóvenes, luego niños, niñas y adolescentes, seguido por personas adultas y en un porcentaje muy pequeño presentan a personas de la tercera edad o adultos/as mayores. Podemos identificar que los mensajes transmitidos por las publicidades subordinan a las mujeres en el 24%, las excluyen en el 2% y las potencian en el 4% de los casos.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
<p>Análisis y percepciones de la campaña Reacciona Ecuador, el machismo es violencia</p>	<p>Lili Carolina Salcedo Vallejo</p>	<p>Mujeres y Género</p>	<p>La población afroecuatoriana, indígena, rural y homosexual es invisibilizada. La omisión provoca desinterés entre estos sectores y esencializa a la mujer como víctima y al hombre como agresor. El 97% de los/as jóvenes que participaron en la investigación, recuerdan la campaña después de 2 años de no trasmitirse. A pesar de que la campaña reivindica la igualdad, y presenta la necesidad de entender los roles y las diversas actividades, actitudes, decisiones como propias del ser humano, sin importar su sexo u otra condición, se mantienen algunos esencialismos: 1. Presenta la vulnerabilidad de las mujeres, su pasividad y victimización frente a las agresiones. 2. Ubica al hombre como el principal agente agresor de violencia de género y especialmente de machismo y mantiene la utilización de estereotipos y roles para la representación de lo femenino/ masculino hegemónico. Acerca de la institucionalidad se reflexiona que: "Las políticas de género en el país fueron realizadas, monitoreadas y evaluadas por la Comisión de Transición, institución isla, que pese a tener como objetivo primordial velar por la transversalización del género en todos los organismos estatales, trabajó sola contra estructuras patriarcales instauradas en los otros organismos públicos, en los trabajadores públicos y en la sociedad" (pg:100) Recomendaciones: 1. Necesidad de realizar este tipo de políticas de manera multisectorial, con participación de diversos organismos (estatales y sociedad civil)</p>
<p>Comunicación, sexualidad y homofobia. Los procesos comunicacionales de inclusión y exclusión sexual del colectivo GLBTI (gay, lesbiana, bisexuales, transexuales e intersex) en el imaginario de la ciudad de Quito</p>	<p>Roberto Bravo</p>	<p>LGBTI y Género</p>	<p>2. Para lograr un cambio cultural es necesario que este tipo de campañas se realice durante un periodo largo de tiempo. 3. Necesidad de "plantear políticas públicas integrales e independientes debido a que la independencia da paso a la objetividad y demuestra el respeto por las luchas sociales de grupos de mujeres, activistas LGBTI y personas particulares que a diario buscan –buscamos-la igualdad de derechos, condiciones y libertades" (pg.: 103)</p> <p>Los medios no se limitan a dar cuenta de los hechos. Las informaciones son construidas desde los referentes sociales de quienes redactan. En consecuencia en las notas periodísticas se pueden distinguir ciertas características (utilización de términos peyorativos, preservación de estereotipos, utilización de fuentes) contrarias a la diversidad sexual que perpetúan los discursos que condenan a la diversidad sexual. Desde los medios de comunicación se construye la trans, lesbo y homofobia. La revista Blanco y Negro de 1996 de diario Hoy hace una introspección del mundo gay en la capital y tiene una visibilización positiva, aunque maneja estereotipos.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Disminución del sexismo y violencia de género en los medios televisivos	Corporación Participación Ciudadana Ecuador	Mujeres y Género	<p>A partir del monitoreo de medios y de los espacios de socialización se identificaron los problemas y se generaron propuestas: 1. Uso de la mujer como objeto en la publicidad y en los programas de los medios. Se propone diseñar una estrategia de comunicación y un concurso para sensibilizar a los jóvenes, presentar una acción de protección ante la Defensoría del Pueblo contra los programas que utilicen a la mujer como objeto.</p>
El aborto y la Constituyente del 2008: lucha ideológica y discursiva en la prensa ecuatoriana	Fanny Elizabeth Herrera Unapanta	Mujeres y Género	<p>2. Mayoría masculina en fuentes de consulta noticiosa. Se propone elaborar desde las organizaciones una agenda de actoras de las diversas esferas de lo público. Ante el CONATEL y Asamblea Nacional, exigir que se cumpla el 50% de participación femenina en programas de opinión y noticiosos. 3. Incremento de programas sensacionalistas que no analizan la violencia de género en su contexto. Generar espacios de debate para la reflexión de espectadores sobre la violencia de género. Ante CONATEL y Asamblea Nacional: regular el abordaje noticioso de violencia de género, para impedir la re-victimización.</p> <p>El periodismo representa los hechos noticiosos desde una arquitectura arbitraria, la noticia prima en pasividad de los actores. Así, fue común que en el abordaje noticioso del aborto lo importante haya dejado de tener peso por lo interesante. La prensa posicionó los discursos moralistas sobre el aborto, no dio seguimiento al tema de forma argumentada, sino priorizó la generación de la información desde las simpatías o antipatías. En el contexto de la Asamblea Constituyente, la prensa prefirió una suerte de farándula informativa en la que se construyó una agenda mediática que asignó importancia a lo controversial del aborto sin discutir los tópicos estructurales de este fenómeno. Desde esta afinidad ideológica, las noticias se presentaron como mercancías, al dar representatividad sólo a ciertos actores que posicionaron planteamientos de discriminación y culpabilización contra las mujeres, que avalaron discursos sexistas y conservadores.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
			<p>Los contenidos sobre el aborto que se vieron representados en la prensa, no se pueden reducir a la práctica mediática únicamente; es indudable el poder que irradia la prensa, pero para entender la lucha ideológica de las noticias referidas al aborto en el contexto de la Constituyente se pretende analizar otras estructuras subyacentes a estos discursos. Las nociones conservadoras que se desprendieron sobre la maternidad, el embarazo, la anticoncepción, el aborto y el feto a nivel discursivo obedecieron a construcciones históricas y sociales. Se pudo evidenciar que el tratamiento de aumento de causales y de otras aristas, como es el caso de la violación, fue abordado en los medios escritos mayoritariamente cuando generó polémica (declaraciones de Queirolo, Xabala, Arregui). La invisibilización de actores/as en el discurso oficial sobre el aborto, en especial en el representado por los medios, le restó legitimidad social al tema con lo cual no se logró situarlo de forma seria, amplia y plural en el debate. El papel de los medios como agentes de formación y de sensibilización de la opinión pública pueden promover e influir decisivamente en la despenalización del aborto, a través de la puesta en escena de discursos objetivos y plurales frente al aborto, lo cual propendería en un debate político y social más amplio.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
<p>El predominio de figuras políticas masculinas en las agendas de los medios de comunicación. Apuntes para una interacción equitativa entre actoras/es políticas/os, periodistas y asesoras/as de prensa</p>	<p>Mariana Velasco (Periodista, directora nacional de noticias del Sistema Radial Colón, desde 2004. Docente universitaria.</p>	<p>Hombres y Género</p>	<p>La autora recoge ejes analíticos surgidos del seminario Medios de Comunicación y Perspectiva de Género, realizado en Guatemala en julio del 2007: 1. No se ha promovido suficiente la noción del derecho a la comunicación como un derecho humano y como base del ejercicio de la ciudadanía de las mujeres. 2. Los medios de comunicación conforman identidades y son instituciones de socialización cada vez más relevantes (...). Sin embargo (...) no han modificado su discurso sexista; continúan promoviendo imágenes discriminatorias de las mujeres y fortaleciendo en la sociedad la desigualdad (...). 3. Las tecnologías de la comunicación y la información deben ser herramientas para la democratización y el empoderamiento de las mujeres, en lugar de convertirse en reproductoras de la jerarquía de género. A partir de estos ejes en el mismo encuentro se elaboró un diagnóstico del que la autora recoge las dificultades ya que considera que son aplicables al país: 1. Falta de voluntad política en los medios para implementar la perspectiva de género. 2. Omisión de una formación en perspectiva de género de las/os comunicadoras/es. 3. Ausencia de comunicadoras en los puestos de decisión en los medios. 4. Imagen estereotipada de las mujeres en los mensajes mediáticos y tratamiento como un todo homogéneo. 5. Mujeres como receptoras pasivas. 6. No incorporación de la agenda feminista, falta diversificación de fuentes. Ausencia de comunicación entre medios convencionales y alternativos. Producción intelectual de las mujeres y acciones políticas no encuentran eco en los medios. Ante esto la autora propone: 1. Diversificar el uso de canales de difusión, no limitándose a medios convencionales. 2. Elaborar imágenes de las mujeres que muestren su diversidad. 3. Impulsar la formación en comunicación y género en distintos espacios.</p>
			<p>4. Estimular la elaboración de estrategias de comunicación, en instituciones públicas y organizaciones de mujeres, que sitúen en la agenda mediática las necesidades e intereses de las mujeres. 5. Impulsar mecanismos de observación de los medios desde instituciones y con participación ciudadana. 6. Facilitar la comunicación entre medios y movimientos de mujeres. 7. Promover leyes que garanticen un marco jurídico para luchar contra la discriminación de género en los medios y contra los estereotipos que persisten en la cultura. 7. Elaborar líneas estratégicas para modificar imaginarios culturales sexistas.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
<p>Ellas tienen la palabra: comunicación, organización y género</p>	<p>Burch, Sally, coord., ed.; León, Irene; León, Osvaldo; Lynch, Mary Ann; Trujillo, Idania; Tamayo, Eduardo; Simbaña, Christian; Minga Informativa de Movimientos Sociales</p>	<p>Mujeres y Género</p>	<p>Cuando el movimiento feminista resurgió en los años 60, su principal frente de batalla en comunicación fue la crítica y denuncia de las imágenes estereotipadas y degradantes de las mujeres en los medios de difusión, que contribuían a perpetuar el sexismo. (Más allá de sus logros) los límites de estas estrategias se han hecho evidentes, pues en conjunto, poco ha cambiado. Para los años '90, en el contexto de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, sectores feministas vinculados a la comunicación plantearon los límites de este enfoque de la problemática, que se mantiene dentro de la óptica que considera a las mujeres como objetos o imágenes, y no como sujetos activos en la comunicación. En la era del internet se presenta el reto de "apropiarse de la comunicación y las nuevas tecnologías y desarrollaron propuestas e iniciativas para una "comunicación con enfoque de género". Vista desde una perspectiva de movimientos sociales, podríamos considerar que la comunicación con enfoque de género es: una comunicación que contribuye a superar la desigualdad y los desequilibrios de poder entre hombres y mujeres en la sociedad.</p>
			<p>Los grandes medios están vinculados al poder económico. En el modelo comercial de comunicación la información y los contenidos constituyen una mercancía. Este modelo genera audiencia pasiva de espectadores/as acostumbrados/as a buscar únicamente entretenimiento. Este patrón de difusión, donde priman las llamadas "3 S" (sensación, sangre y sexo), atenta particularmente contra los derechos y la dignidad de las mujeres, que suelen ser proyectadas como símbolos sexuales, promotoras de frivolidad o como víctimas. La mercantilización de los cuerpos de las mujeres, siguiendo la tendencia neoliberal de convertir todo en mercancía, se expresa de manera evidente mediante estos medios, en donde el atractivo femenino es explotado para captar audiencias o para vender cualquier producto.</p>
<p>Estudio técnico de noticias: abordaje de la violencia intrafamiliar y de género en las noticias de Ecuador</p>	<p>GAMMA</p>	<p>Mujeres y Género</p>	<p>44% de noticias de violencia son presentadas desde un enfoque sensacionalista, es decir abundan en detalles innecesarios afectando la dignidad de las personas. En un 50% de los casos se justifica la actuación de la persona agresora con calificativos como: celos, infidelidad, arranque de ira. Un 25% de notas televisivas culpabiliza a la víctima. El formato más utilizado es la crónica roja y no se hace un análisis a profundidad de la violencia de género.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Estudio técnico de noticias 2012	OBSERVATORIO CIUDADANO DE MEDIOS / GAMMA	Mujeres y Género	Espacios reducidos que impiden profundidad y dan poca importancia al tratamiento de género. Lenguaje sexista y reproducción de roles y estereotipos. Mínima presencia de abordaje de psicología. Violencia. Ausencia de abordaje en casos de violencia económica o patrimonial. La sección en donde se difunden mayoritariamente las noticias hacia las mujeres es crónica roja, confundiendo esta problemática con temas de delincuencia común.
			Es mínima la presencia de reportajes que aborden la violencia hacia las mujeres analizando sus verdaderas causas. Los medios de comunicación dan poca importancia a la problemática de violencia contra las mujeres. La mayoría de notas son pequeñas. La violencia hacia las mujeres es tratada por los medios de comunicación desde un punto de vista sensacionalista. La mitad de las noticias analizadas refuerzan estereotipos. Se culpabiliza a la víctima con frases como: "...dio hasta su sangre por amor". El estudio evidencia que la violencia es noticia solo cuando existe muerte de la mujer, la violencia económica y patrimonial no son interés de los medios.
Estudio técnico de publicidades 2009	GAMMA	Mujeres y Género	El cambio del lenguaje en los mensajes publicitarios es importante, sin embargo, no es suficiente. Se observa en el estudio que publicidades con lenguaje adecuado manejan un mensaje global que excluye a las mujeres o las subordina al hombre. Las publicidades que anuncian bebidas alcohólicas continúan utilizando la imagen de la mujer como objeto sexual. La publicidad privilegia el uso de la imagen de mujeres jóvenes en el anuncio de productos. Se constata que la imagen de la mujer es utilizada para promocionar productos que refuerzan los estereotipos de género con respecto a roles y atributos (anuncios en relación a la mujer: hogar, belleza y juguetes). La publicidad sigue reproduciendo roles tradicionales y reforzando el rol de la mujer como ama de casa y persona al servicio de los demás. En el estudio se evidencia que los personajes de mujeres aparecen con importante diferencia con relación a los hombres, dentro del estereotipo occidental de belleza; existe una presión mayor frente a un modelo de belleza para las mujeres, que para los hombres.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
			<p>Los atributos actitudinales refuerzan un imaginario social presentándoles como agresivos a los hombres y seductoros a las mujeres. Otra variable que da cuenta del refuerzo de estereotipos de género es la de “servir”, se presenta en el 90 por ciento de casos, mientras que un estudio anterior se mostraba en un 100 por ciento. Las publicidades que anuncian juguetes presentan una serie de variables que refuerzan la cultura patriarcal, el mensaje subordina a las mujeres y presenta a las niñas en el espacio privado con el rol de hacendosas, al servicio de los demás.</p>
Estudio técnico de publicidades 2010	OBSERVATORIO CIUDADANO DE MEDIOS / GAMMA	Mujeres y Género	<p>Solo un 4% de personajes son indígenas o afrodescendientes. No hay una diferencia marcada entre mujeres y hombres en cuanto a la frecuencia con la que aparecen en la publicidad. Las personas adultas mayores son casi inexistentes en la publicidad. La publicidad no valora a las personas adultas mayores, es inusual ver personas de este rango etario. Existe una fuerte presión sobre las mujeres para parecerse al modelo occidental de belleza. En la mayoría de anuncios relacionados con el hogar, las mujeres son amas de casa, este es el único rol en que las mujeres aparecen con más frecuencia que los hombres. La presentación de los hombres es como figuras autónomas, decididos y valientes. Las mujeres siguen siendo utilizadas como objeto sexual para anunciar cualquier producto. Cuando la mujer es objeto central de la publicidad la mayoría de mensajes la discriminan y la ponen subordinada al hombre.</p>
Familia contemporánea y televisión: recepción del talk show "Caso cerrado"	Diego Hernán Melo	Mujeres y Género	<p>La doctora Polo es aquella que fue escogida para salvar a los individuos comunes y corrientes. Es omnisciente y omnipresente. Todo lo ve, cuando hay una mentira en el testimonio, generalmente se tiene preparado un testigo clave que desmiente al agresor. Parecería el día del juicio final: todos quienes comparecen podrán ser castigados por sus actos y recompensados por sus sufrimientos. En el estudio se hizo evidente que las mujeres asumían a Caso Cerrado como un espacio de revalorización y defensa de género. La heroína es la herramienta de amparo para quienes necesitan ser protegidas del agresor, generalmente un hombre. La televidencia de segundo orden.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Imaginarios de género en Mi Recinto: Programa de la televisión ecuatoriana.	Dayana Litz León Franco	Mujeres y Género	Se manifiestan relaciones de poder que pasan por raza, clase y género. Existen valoraciones esenciales y explícitas sobre el ser negro, el ser mujeres y el acceso a recursos. La situación ha mejorado (no por completo) en los capítulos más recientes. Dicotomía existente entre lo que el programa representa y cómo se visualizan, sobre todo niños y niñas, frente a las actitudes y comportamientos de cada personaje. Si bien es cierto que existen juegos entre ellos que imitan a Garañón lanzándose encima de las comadres, lo alarmante radica en que muchos desaprueban esta manifestación en el programa; y, en este sentido, nos confesaron durante las entrevistas que alguna vez hayan actuado de esa forma. El programa se plantea como "rescate" de lo montubio. Esta "concepción solo ha permanecido en planteamiento pues los recursos de construcción de lo femenino y lo masculino conlleva a estereotipos de lo montubio, (...)
			"Las mujeres son tratadas como objetos sexuales y amas de casa. (...) cada una de las representaciones (...), potencian las desigualdades entre géneros en la manera que ellas son proyectadas, presentadas y usadas en pantalla, (...)" La marginación y las inequidades se ven afianzadas. "Mi recinto representa a una sociedad que, en medio de un caos, no se reproduce, potencia el racismo y estereotipa la vida montubia"
Imaginarios sobre la mujer en la televisión ecuatoriana: en el caso del programa vamos con todo en RTS	María Luisa Aranda	Mujeres y Género	La televisión exige la belleza de las mujeres. Sobre la mujer se reproduce roles tradicionales de género que dan cuenta de la desigualdad. En el caso de las mujeres su instrumento de seducción es el cuerpo y en los hombres la gracia. Se trata de una cultura de estereotipos que afecta a ambas partes.
Introducción a un periodismo con perspectiva de género: Media- Mujer. Mujer Media.	Andrea Ocaña Ocaña	Mujeres y Género	Las diferencias de género son aprendidas, por tanto los viejos paradigmas pueden y deben cambiarse. Las mujeres que trabajan en los medios de comunicación en Ecuador tienen presencia abundante, alrededor del 50 por ciento, el problema radica en la calidad de esa aparición. Las mujeres que más aparecieron en las portadas del diario fueron aquellas que fueron asesinadas por "asuntos pasionales". Esto suaviza la violencia contra las mujeres (específicamente en el diario Extra de Guayaquil), en el resto de periódicos que procuran mantener una imagen de seriedad ellas aparecen en temas muy ligeros y específicos.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
La idealización del cuerpo femenino a través de la mirada masculina: caso de estudio revista Soho	Mónica Aguirre Benalcázar	Mujeres y Género	<p>La sociedad capitalista en la que vivimos, se aprovecha de la publicidad para mejorar sus ingresos; así aumentan la comercialización de los productos y servicios que se ofertan al mercado consumidor. La imagen del cuerpo se ha vuelto una mercancía necesaria para poder vender tales productos. En revistas dirigidas a hombres, la figura femenina ha sido utilizada fuertemente para posicionarlas, como protagonista de los mensajes publicitarios, lo que ha creado un estereotipo de mujer donde la esbeltez, la figura delgada y bien formada son estándares de normalización. “Soho” muestra imágenes de mujeres que son idealizadas por la gran población masculina y que, previamente, para llegar a la impresión de estas imágenes o estas portadas, deben pasar por una serie de tecnologías visuales para cubrir las necesidades de esa medida masculina y presentar imágenes sin imperfecciones. Siempre presentan a la mujer de la portada completamente descontextualizada, desnuda, donde únicamente el cuerpo es una proyección para la mirada masculina, no importa otro elemento. El objetivo principal es atraer la mirada del hombre por medio del desnudo o de la figura de la modelo. El uso del cuerpo de las mujeres en la revista Soho genera una relación de subordinación, pasividad y disponibilidad sexual.</p>
La narrativa de los programas de farándula: el caso Vamos Con Todo	Robert Almendáriz Rueda	Mujeres y Género	<p>Esta investigación hace un análisis del programa de farándula “Vamos con Todo” a partir de la línea narrativa y del rol tanto discursivo como de metarrelato de los significados que en esta se plantea. Muestra cuadros de análisis y una relación teórica propicia para comprender el funcionamiento y representación en los mensajes y personajes relatados.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Los derechos de las mujeres en la mira	N/A	Mujeres y Género	<p>2010: De la lectura del Observatorio se puede concluir que los medios de mayor circulación en la Región Costa abren más espacio a noticias sobre violencia contra las mujeres, situación que de ninguna manera significa que la información contenga un enfoque de derechos de las mujeres o sean páginas que los diarios dedican a su compromiso en la defensa de la vida de las mujeres. La violencia contra las mujeres en Ecuador no es asunto prioritario, ni de actualidad ni de interés general. Los periódicos del Ecuador pocas veces escriben sobre los niveles de violencia machista y los estereotipos. La prensa se empeña en un tratamiento deficiente de la información relativa a la violencia de género, dada la importancia que tiene en la generación de sentidos y en el seguimiento de cambios sociales y políticos. Se puede concluir también que esta prensa apenas acompaña ni se hace eco de las estrategias, leyes y planes impulsados desde instancias gubernamentales y organizaciones de la sociedad. La prensa no se esmera en dar seguimiento planificado, proveer información equilibrada o presentar contextos y análisis en profundidad. Hay una forma de seleccionar fuentes que sobrepasan al subjetivismo y pertenecen al campo del moralismo y la opinión del reportero. Una de las grandes debilidades identificadas es la escasa relación que hacen periodistas y directivos entre los casos de violencia contra las mujeres y el fenómeno de la violencia de género que constituye un problema social. La (casi) ausencia de referencias a las normas legales, a los derechos humanos y de la mujer, o las responsabilidades del Estado, demuestra no solo que los diarios prefieren presentar a la violencia como un fenómeno de prensa amarilla,</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Medios de Comunicación Social y relaciones de género	Sanra López Astudillo (GAMMA-Cuenca)	Mujeres y Género	<p>sino que desconocen los avances en términos de derechos e ignoran los resultados de su aplicación. 2011: Respecto al año pasado los diarios ecuatorianos han dado más cobertura en el tema en el primer semestre de este año, pero esto no significa que el enfoque haya cambiado. Los diarios se limitan a registrar el hecho ocurrido, en pocas ocasiones amplían la noticia buscando causas, consecuencias o explicaciones a la violencia de género. En este sentido, el comportamiento en los primeros seis meses del 2011 no ha variado respecto a los años 2009 y 2010. Por primera vez desde que inició el Observatorio, el diario El Universo es el periódico a la cabeza en número de informaciones delante del Extra. Los diarios de la región costa, como en los años anteriores, son los que prestan más atención (número de publicaciones), aunque esto no signifique su enfoque haya variado. Sigue siendo la noticia el formato predominante y continúa la tendencia de los medios a mirar este hecho como un acontecimiento aislado. El tratamiento continúa siendo deficiente, sin referencia a los derechos humanos o a las leyes, sin precisión en los datos y fuentes; el lenguaje en ocasiones es obsceno, atenta contra la dignidad de las mujeres; se trata de un lenguaje que repite los esquemas machistas. Los periódicos re victimizan a mujeres y niñas muchas más veces de las que ellos mismos se dan cuenta y se minimiza el acto violento.</p>
			<p>1. La prevención de la violencia de género pasa por la transformación del imaginario social hegemónico que normaliza la utilización de la violencia de género como mecanismo de resolución de conflictos, como factor "connatural" en la conducta de los hombres hacia las mujeres. 2. El cambio de imaginario social requiere de un trabajo sostenido y sistemático con la institucionalidad pública y privada. 3. Los medios masivos de comunicación se han constituido en una de las instituciones con mayor influencia en el pensamiento y la conducta de los pueblos, por lo tanto, trabajar en este ámbito nos abre un camino efectivo para trabajar en el nivel de cambio de imaginarios. 4. La sociedad debe reconocer el poder que tiene frente a los medios, en cuanto a personas consumidoras de productos mediáticos. Este reconocimiento posibilitará la exigencia efectiva de mensajes no sexistas y de calidad. 5. Es necesario definir una línea de capacitación (formal e informal) que desarrolle las destrezas poblacionales en torno a la lectura crítica de la producción mediática. 6. Levantar espacios de convergencia ciudadana posibilita la demanda y exigibilidad del derecho a la comunicación</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Movimiento de mujeres: La comunicación con enfoque de género	Sally Burch	Mujeres y Género	<p>Propuestas y reivindicaciones de las organizaciones de mujeres en los últimos tiempos: 1. Promoción de un enfoque de género en la comunicación: comunicación que contribuye a superar la desigualdad y los desequilibrios de poder entre hombres y mujeres en la sociedad. 2 Eliminación de imágenes y retratos degradantes de las mujeres, especialmente en medios audiovisuales, publicidad y videojuegos. No mercantilización del cuerpo de las mujeres en los medios.3.</p> <p>Política de igualdad de género en el ámbito laboral, en particular en los puestos de dirección. 4. Participación de mujeres en espacios de decisión en el ámbito comunicacional.5. Uso de lenguaje incluyente y no sexista.5. Cobertura mediática más ética en temas de violencia contra las mujeres, para evitar sensacionalismo y no re-victimizarlas. 6. Formación y capacitación en comunicación para mujeres (líderesas y portavoces de organizaciones). 7. Apropiación de tecnologías y destrezas técnicas por las mujeres. 8. Desarrollo de nuevos parámetros y nueva estética de la comunicación, que valore a las mujeres no solo ni principalmente por su apariencia física, cuanto por sus distintos aportes a la sociedad.</p>
Mujeres a media tinta	Coordinación publicación: Paulina Ponce	Mujeres y Género	<p>Con muy pocas excepciones, en el campo periodístico ecuatoriano no existe un enfoque de género en la información que se publica. Esta realidad se evidenció de un modo más dramático durante el proceso de la Asamblea Nacional Constituyente. En las pocas ocasiones en que los medios abordaron temas relativos a los derechos de las mujeres durante la Asamblea, su postura se apoyó en estereotipos de género, discursos sexistas y argumentos moralistas y religiosos antes que en argumentos científicos, jurídicos o sociales. En los temas de mujeres en la Constituyente, los medios partieron de dogmas y no de la realidad de las ecuatorianas. La información que trataba sobre los derechos de las mujeres, la opinión mediática fue generada mayoritariamente por varones, desde una visión patriarcal que se oponía al reconocimiento de nuevos derechos al tiempo que justifican el mantenimiento de los roles de género como una realidad "natural"</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Observatorio ciudadano de la comunicación (OCC) Capítulo: Análisis de programas de entretenimiento	Observatorio Ciudadano de la Comunicación (OCC)/ GAMMA	Mujeres y Género	<p>en las ocasiones que invitaron a opinar a mujeres, estas opiniones respondían a una visión patriarcal. De todas las propuestas y artículos del proyecto constitucional a los derechos de las mujeres, los medios se concentraron en los polémicos. Desconociendo los movimientos históricos de mujeres, la prensa decidió consultar en la inmensa mayoría de ocasiones, a las mismas dos o tres mujeres de discurso machista y retardatario. En el enfoque que los medios hicieron de los temas de género, primaron el sensacionalismo y la espectacularización. Contribuyeron a crear confusión y distorsiones sobre la realidad y redujeron el riquísimo debate desarrollado por las instituciones y los movimientos de mujeres a dos temas: el aborto y las uniones de hecho entre las personas del mismo sexo., bajo el cliché de que los nuevos derechos buscaban fomentar el aborto y el matrimonio entre homosexuales.</p> <p>Los programas presentan un mensaje que subordinan a las mujeres, no se encuentra ningún programa que potencie su presencia, además no desafían estereotipos de género, más bien la constante es un reforzamiento del discurso patriarcal, pues la imagen de las mujeres continúa siendo utilizada como objetivo decorativo o como objeto sexual. Este tipo de producciones atenta contra los derechos humanos de las mujeres en particular (y de otros sectores en general), pues no las presentan como en realidad son: diversas, con diferentes roles, con distintas capacidades y atributos; sino como un grupo homogéneo que asume el estereotipo de género socialmente asignado. El sexismo, clasismo, racismo y todo tipo de discriminación es utilizado como base del humor. En estos programas la diferencia de todo aquello que no representa el imaginario del "modelo" de lo humano es motivo de mofa y burla (se burlan de las personas afro descendientes, con capacidades diferentes).</p> <p>El trato de la trata en los medios de comunicación repite esquemas sensacionalistas "al privilegiar el boom noticioso sobre la dimensión y las consecuencias que la problemática que la trata de mujeres implica para el país y la región". "La prensa puede contribuir a frenar esta situación al informar y alertar de manera seria y responsablemente sobre la gravedad de este tipo de redes de explotación</p>
Trata de mujeres en los medios ¿cómo se trata?	Jenny Pontón	Mujeres y Género	

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Violencia de género en las ciudades ¿problema mediático?	Jenny Pontón	Mujeres y Género	Los medios hegemónicos refuerzan los estereotipos de masculinidad y femineidad, mercantilizan los cuerpos de las mujeres y sensacionalizan un asunto de inseguridad ciudadana. La comunicación es un mecanismo que puede modificar la percepción de los roles de ambos géneros, es necesario aprovechar este potencial para construir una sociedad más equitativa. “La elaboración de la noticia podría constituir una acción afirmativa clave para alcanzar una cultura de no violencia de género tanto a nivel privado como público sólo conociendo el fenómeno es posible combatirlo.”.
Violencia femicida en los medios: de la visibilización al adecuado tratamiento	Jenny Pontón	Mujeres y Género	Es necesario que se informe sobre la violencia femicida con un adecuado tratamiento, lo cual implica que se denuncie y combata esta realidad.
Disminución del Sexismo y violencia de género en los medios televisivos	Participación Ciudadana	Mujeres y Género	Presencia de altos índices de violencia y sexismo en la televisión nacional que contribuyen a su naturalización porque aparece minimizada y justificada. Otra forma de abordaje de la violencia es el sensacionalismo.
			Contenidos estereotipados del imaginario colectivo y de estilos de vida reproducción y reforzamiento de sexismo, violencia de género, racismo, discriminación, vulneración de derechos Invisibilización de los adelantos que han alcanzado las mujeres en la sociedad. Se presenta a la mujer mayoritariamente únicamente como ama de casa, sin opinión, o se muestra su cuerpo como objeto fragmentado, cosificado.
Estudio técnico de noticias	Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC)	Mujeres y Género	No existen mayores diferencias en cuanto a la representación femenina
Igualdad y no Discriminación. Producción Nacional y Publicidad en Televisión	Giro Ciudadano Consultores	Mujeres y Género	Existe machismo y sexismo en la publicidad. Persiste la difusión de patrones socio culturales que abonan en la subordinación de ciertos grupos sociales frente a otros. En los programas de comedia es donde básicamente se encontraron cuatro, de los cinco criterios de análisis: racismo, sexismo, machismo y fobia a las diversidades sexuales. La publicidad machista ha llegado a extremos que pueden ser considerados agresivos y hasta burdos, en los que las mujeres siguen siendo objetos sexuales y los hombres unas máquinas viriles. Hay publicidad no sexista donde No hay subordinación en esta publicidad, los hombres no son superiores a las mujeres, los hombres no son cazadores ni las mujeres unos personajes débiles y sumisos.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Violencia mediática: cómo erradicar los contenidos discriminatorios de los medios masivos de comunicación	Sandra Chaheer	Mujeres y Género	<p>En Argentina, la primera señal dada desde el Estado en su intención de combatir los contenidos discriminatorios de los medios de comunicación fue la mencionada Ley 26485 de Protección Integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrolle sus relaciones interpersonales en la que aparecen las definiciones de violencia simbólica y violencia mediática.</p>
Aportes para una comunicación no discriminatoria	Myriam Pelazas	Género y Pueblos y Nacionalidades	<p>Es importante difundir los informes y los datos presentados por el Observatorio porque además de representar los temas que preocupan a personas atentas a dichas cuestiones y que son reclamos canalizados por el Observatorio, justamente coinciden con las que aparecen frecuentemente en nuestras observaciones, como la discriminación hacia las mujeres y que figura en primer lugar porque está absolutamente naturalizada en los medios. Así como también lo es la invisibilidad, estereotipia y estigmatización de los pueblos indígenas, lo cual ha sido analizado a profundidad por parte del Observatorio encontrando publicidad que asociaba a los pueblos indígenas con el retraso y la ignorancia negándoles así su identidad cultural y desconociendo que más del 60% de la población que habita en la Argentina es descendiente de estos pueblos.</p> <p>La mayoría de las veces los discursos discriminatorios y estigmatizantes que circulan en los medios surgen del desconocimiento, por tanto, establecer canales de diálogo es un modo para que esta sociedad pueda ser más justa e igualitaria.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Medios de Comunicación y Discriminación: Desigualdad de Clase y Diferencias de Identidades y Expresiones de Géneros y Orientaciones Sexuales en los Medios de Comunicación	Universidad de Buenos Aires Facultad de Filosofía y Letras Secretaría de Extensión y Bienestar Estudiantil	Género, Orientaciones Sexuales y Situación Socioeconómica	<p>Es preciso cuestionar los estereotipos. Evitar los abordajes que plantean “las dos campanas del problema” y ponen en igualdad de posición los prejuicios y enunciados discriminatorios con los no discriminatorios.</p> <p>No desconocer ni descuidar aspectos sociales, culturales y políticos más amplios en la cobertura de las historias personales, para evitar las presentaciones naturalizadas de las identidades de géneros y las orientaciones y prácticas sexuales no normativas.</p> <p>Tratar como prácticas discriminatorias los gestos, epítetos o comentarios burlescos o injuriosos producidos por miembros de la industria del espectáculo, el deporte o por celebridades públicas que suelen justificar sus enunciados excluyentes al considerarlos dentro de sus “contextos particulares”.</p> <p>Considerar las designaciones discriminatorias como tales, señalarlas críticamente contra el carácter extendido y naturalizado de su uso cotidiano.</p> <p>Consultar con los movimientos antidiscriminatorios y anti represivos o con los colectivos involucrados cuando se informa sobre historias, experiencias o situaciones relacionadas con personas pertenecientes a esos colectivos.</p>
Medios de comunicación en la mirada juvenil	Colectivo por Derechos Humanos -PRODH	Jóvenes	<p>Los enfoques principales son deportivos, artísticos o académicos. No se sitúa la información en páginas importantes o “serias” banalización del tema refuerzo de estereotipos y superficialidad en el tratamiento de causas.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
¿Cómo afectan los medios de comunicación a los adolescentes?	Héctor Alejandro Campean Sánchez	Jóvenes	<p>El problema está en la forma como la televisión presenta los valores al adolescente. Los ejemplos y modelos a seguir (mujeres semidesnudas, la utilización de vocabulario no adecuado, la presencia de jóvenes que escapan de la escuela para irse a divertir, entre otros) son en la mayoría de los casos nocivos para una mente y espíritu en desarrollo. Las actitudes, las opiniones o comportamientos que se transmiten por televisión no siempre ayudan a dignificar a la persona, sino que la ridiculiza, degrada o somete, entonces se habla de difusión de antivaleores.</p> <p>Muchos adolescentes identifican el mundo real con lo que ve en televisión, y como consecuencia de ello se produce un mantenimiento más precoz de relaciones sexuales, con un incremento del porcentaje de embarazos y enfermedades de transmisión sexual. La televisión se ha erigido como agente exclusivo de educación sexual, y el sexo es utilizado para vender cualquier cosa, desde un champú hasta un coche.</p> <p>Los medios de comunicación, especialmente la televisión o Internet, son potentísimos difusores de recursos para la representación simbólica y la construcción de las identidades de los individuos y los grupos quienes se apropiaron de sus materiales para darles sentido mediatizados por su cultura y su personalidad.</p>
La Influencia de los programas televisivos en el desarrollo cultural de los jóvenes de 18 a 25 años en el cantón La Libertad	Saída Annabel Demera Gómez	Jóvenes	<p>A los jóvenes de 18 a 25 años del cantón La Libertad les gusta mucho ver televisión, especialmente los programas de acción o cualquier otro tipo de programas.</p> <p>Los programas de televisión han afectado el comportamiento del joven donde los han hecho más violentos.</p> <p>Deben existir programas adecuados para cada edad que no afecten a nadie o en su defecto debe advertirse sobre los contenidos de la programación esperando que los horarios de esta sean adecuados.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Entre el escándalo y la rutina. Medios y familia en la migración internacional	Patricia Ramos	Movilidad humana	Reconocer a los medios como espacios de contiendas, pero también como productores y reproductores de imágenes y estereotipos, a partir de un discurso con fuerza representativa, frente a un público heterogéneo al que -sin querer idealizarlo- se debe reconocer que tiene sus intereses y particularidades desde las que actúa, y puede acoger o no las intencionalidades de dicho discurso.
Cobertura Periodística de la Migración en las Américas	José Luis Sierra, editor colaborador de New America Media y editor de asignaciones para la cadena de TV en español MundoFox. Periodista México-americano, Sierra atesora una larga trayectoria en California, cubriendo temas relacionados con la inmigración	Movilidad humana	Se necesita escribir más historias acerca de los propios migrantes, sus familias, las explicaciones históricas de la migración, investigaciones de las políticas gubernamentales, problemas de salud, factores económicos y sociales, la educación, la vivienda e incontables otros componentes que conforman el fenómeno de la migración. En resumen, la cobertura de los medios de comunicación tiene que explicar que la migración tiene un importante, si no crucial, efecto sobre la vida cotidiana de casi todos en las Américas.
Cobertura responsable del hecho migratorio... las tareas pendientes	José Villamarín Carrascal	Movilidad humana	La cobertura sobre el tema es "pobre y sesgada" Los medios tradicionales no cubren en realidad los temas de inmigración o a los inmigrantes. Sólo cubren la parte mala del asunto". En lugar de Estados Unidos, bien se podría poner España, Ecuador, Argentina, Guatemala. "periodismo de paz", asignatura pendiente para la prensa nacional e internacional.
Una buena praxis en el tratamiento informativo de la inmigración en tiempos de crisis; en: La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI	Almudena Revilla Guijarro	Movilidad humana	Como dice CEA D'ANCONA, M ^a Á. (2009: 12) "La prensa sigue desempeñando un papel importante al configurar la imagen de la inmigración. "Imagen que, en caso de ser positiva, afectará en la génesis de xenofilia, mientras que de ser negativa incidirá en la extensión de la xenofobia". En los últimos años se ha buscado la claridad al escribir, evitando diferentes interpretaciones que pudieran ocasionar daño. En la última década, los medios han ido incorporando informaciones más heterogéneas respecto a los inmigrantes, puesto que el crecimiento de este colectivo ha hecho que interesaran más y que se convirtieran en un grupo fuerte como audiencia. La profusión de informaciones vinculadas a este colectivo hizo que los medios de integración crecieran y se consolidaran.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
			<p>Sería conveniente la creación de espacios dentro de la prensa para los testimonios de inmigrantes y personas comprometidas con sus situaciones para conjugar así la responsabilidad del uso de la libertad de prensa y llegar a elaborar de manera coherente un discurso en el que los inmigrantes sean tratados como cualquier ciudadano, sin condescendencias ni discriminaciones.</p> <p>Es necesario evitar, en la medida de lo posible, la fragmentación de la información y permitir que los lectores tengan un conocimiento completo de los desencadenantes de los temas de tanto interés como la crisis para no establecer correlaciones entre inmigración y noticias de carácter negativo.</p> <p>La inmigración sigue apareciendo como problema y sus consecuencias ponen en peligro el sistema, por lo que las instituciones deben tomar partido, pues los ciudadanos no se consideran responsables de que no exista una mejor integración del colectivo inmigrante ni parecen percatarse de una realidad: la inmigración es parte fundamental en el desarrollo de nuestra sociedad.</p> <p>La prensa debe presentar al colectivo inmigrante como lo que es en su mayoría: trabajador e integrado en la sociedad española.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Algunos efectos y reacciones psicológicas del niño ante los contenidos violentos de la televisión	Francisco D. Fernández Martín	Niñez y Adolescencia	<p>“ la influencia de la televisión sobre la familia se amplía a través de las nuevas modalidades. De modo que su importancia, y el criterio para su utilización dentro de los hogares, es cada vez mayor e ineludible. Es evidente que un niño necesita destinar tiempo a actividades que son fundamentales para su desarrollo psíquico y físico. Con tantas horas de TV, está dejando de jugar y el juego no es solo entretenimiento, sino que es fundamental en él para el desarrollo de su forma de comunicarse y de aprender del mundo que lo rodea, y también está dejando de interactuar con otras personas, fundamentalmente con sus padres, y sabemos que de esta interacción con sus padres va a depender buena parte de sociabilización futura. Hace menos deportes, ejercita menos su motricidad, y lee menos. El tratamiento ficcionalizado y dramatizado de hechos violentos de la realidad despierta en muchos individuos comportamientos de curiosidad y sadismo que generan fuerte magnetismo hacia la pantalla. Por otro lado la exacerbación y exaltación de la violencia genera que se eleve el umbral de tolerancia frente a otros hechos sociales cotidianos. La exaltación de la violencia a través de diferentes programas de televisión es algo que potencia la agresividad de las personas, los efectos sobre los niños son más profundos, porque ellos están aún en formación y no saben distinguir con claridad los límites de la ficción y la realidad.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
<p>“Dragon Ball” y “Los Simpsons” en la vida de niñas, niños y adolescentes</p>	<p>Consejo Nacional de Niñez y Adolescencia</p>		<p>Sus miedos y expectativas personales no son conducidos solamente por su propia experiencia, por su propio ensayo y error, sino que son también alimentados por lo que reciben de la televisión. Rice (1997) “La televisión fomenta la conducta agresiva de dos modos, o imitan el modelo que observaron y llegan a aceptar la agresión como conducta apropiada”. El aprendizaje, TV mediante, de normas de existencia basadas en la violencia y la muerte provocan en el niño la introyección de situaciones perjudiciales para su conducta social. Las series de violencia le enseñan a respetar normas que se imponen por la fuerza y relaciones antisociales frente a sus semejantes. Prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas</p>
		<p>Niñez y Adolescencia</p>	<p>Encuentran en “Los Simpsons” referencias a la familia, a la corrupción, al poder del dinero, a la discriminación y al medio ambiente pero que no son adecuados para niñas y niños pequeños. En “Dragon Ball”, ven la lucha por el planeta pero por la violencia que usan no recomiendan para niñas y niños pequeños. Necesidad de mejorar la programación de la televisión con producción de calidad y menos publicidad y propaganda. Programas modernos, diversos, contenidos sobre sus realidades, entretenidos y orientadores. Más investigación de percepción e impacto, diálogo y reflexión, impulso a la producción de nuevos contenidos.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
			<p>Construir estándares de calidad de contenidos en base a derechos y principios. Definir normas de programación.</p> <p>Organizar los contenidos, regular los relacionados a violencia, sexualidad y discriminación.</p> <p>Generar un proceso de pedagogía social a fin de poner en común criterios, parámetros y normas y exigir contenidos de calidad en los mensajes de los medios.</p> <p>Aprovechar positivamente la televisión para el desarrollo social y personal.</p>
El niño y los medios de comunicación	Patricia Marks Greenfiel	Niñez y Adolescencia	<p>Los niños (y niñas) pertenecientes a minorías y a familias con bajo nivel socioeconómico son, típicamente, los más vulnerables en la formación de sus propios conceptos sobre la realidad social a base de lo que ven en la tv... creen más ... en el realismo del mundo presentado en la pequeña pantalla. Cuanto menos se sabe de un determinado sector, tanto más poder ejerce la tv en su definición. La tv puede elevar el nivel de aprendizaje en todos los grupos, por encima de lo que se conseguiría en cualquier grupo sin este medio.</p>
L@s niñ@s te ven y ¿qué ven? Una televisión violenta que divierte y desencanta	Rosa María Alfaro, Francisco Ampuero, Laura Quezada, Sandro Macassi	Niñez y Adolescencia	<p>Niñas, niños y adolescentes en proceso formativo, con una aguda sensibilidad despierta al aprendizaje. La experiencia previa y posterior al hecho de recibir mensajes marca la interpretación que realizan. Es la televisión más que cualquier otro medio, la que proporciona una base común de información y entretenimiento en las primeras fases de socialización de una persona.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
			<p>De la relación de niñas, niños y adolescentes con la tv surgen enormes confusiones, tensiones y hasta mal formaciones. Hay descontento con la oferta televisiva. La televisión debe convertirse en un tema de debate. El proceso de socialización a través de la televisión es fundamental y puede ser educativo, relevante y útil . La programación infantil y para adolescentes está dispersa sin constituir una oferta consistente en sí. La oferta para adolescentes es especialmente escasa. Hay poco diálogo entre padres e hijos durante el consumo de programas, los padres no comparten la televisión infantil y adolescente con sus hijos, pero ellos sí los acompañan en algunos programas de adultos. Cuando la televisión dice, muchos padres callan, dejándole el poder de la palabra imagen. El control es un tipo de mediación elemental y normativa, poco factible de ser desarrollada como espacio de interpretación y diálogo. No hay evidencias de una cultura crítica que dote de capacidades de análisis y juicios aplicable también a la televisión. La demanda pública no es consistente, es moralista, desde el adulto y la norma, no existen espacios públicos de crítica a la televisión, salvo excepciones. La oferta no se imputa con las opiniones de malos receptores. La libertad de expresión solo es derecho de los medios y no de los consumidores. La influencia de la televisión no solo se da en lo que cada niño es o adquiere por efecto de un medio o un conjunto de ellos sino con respecto al clima que se crea en relación con sus audiencias y en la sociedad en general...</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
			<p>desde la programación infantil se justifica el uso de la violencia misma que organiza el relato y la legítima, justificando la violencia. Hay rechazo a la violencia en la televisión pero también hay incremento de comportamientos agresivos por su tratamiento y según los constructos previos. La imitación (natural en niños pequeños, es problemática cuando las imágenes televisivas (u otras) va relacionándose con valoraciones negativas que le atraen y le desconciertan. Genera, en muchos casos, retraso en el estudio, agresividad en sus conductas, emulación de conductas de consumo. Preocupación por el consumo de telenovelas que producirían inquietudes tempranas que relacionan incluso con maternidad temprana. Las alternativas a la televisión que tienen l@sniñ@s no son muchas, una de las pocas son los videojuegos... La gran mayoría de padres y madres ve claramente a la televisión como un asunto sobre el que hay que ejercer algún tipo de control. El consumo familiar se determina por los gustos del padre o la madre. Los padres buscan controlar el tiempo pero no necesariamente la calidad de los programas. Los padres aparecen permisivos frente a la programación adulta más aún si la oferta para niños no existe en horarios familiares. L@sniñ@ necesitan más elementos para enfrentarse al consumo televisivo. Requieren desarrollar más capacidades y habilidades para entender y procesar los contenidos y el tipo de narración que consumen en televisión.</p>
La Generación Interactiva en Ecuador	Xavier Bringué, Charo Sádaba	Niñez y Adolescencia	<p>Promover uso crítico, usos como herramienta de aprendizaje, proyectos formativos para que sea elemento de cohesión y crecimiento y no de aislamiento y conflicto. Reto: escuela como referente del buen uso de las pantallas. Leyes para la protección de público infantil y adolescente. Apoyo a padres y educadores por parte de empresas e instituciones</p>
La niñez y la adolescencia en los medios impresos del Ecuador	Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes -ACNNA	Niñez y Adolescencia	<p>Tratamiento coyuntural, superficial, esquematización, ausencia de protagonismo, revictimización. Tratamiento informativo discriminatorio de niñas, niños y adolescentes</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
La violencia en la televisión	Instituto Nacional de la Niñez y la Familia- Ninfa, (basado en la investigación realizada con Participación Ciudadana)	Niñez y Adolescencia	Crónica roja usada por padres y madres para amedrentar y prevenir sobre riesgos a través del miedo.
Las culturas en diálogo con la tv: Niños y consumo mediático en la ciudad de Quito	Christian Oquendo	Niñez y Adolescencia	Evidencia del peso que tienen los discursos acerca de la masculinidad y la feminidad en toda la sociedad. Dichos contenidos sugieren para los varones actitudes y comportamientos aledanos a la impulsividad y la agresión; en tanto que para las mujeres proponen actitudes como la docilidad y la ternura. Solidaridad presente en ambos estratos sociales, en el bajo con dimensiones más amplias. En los sectores altos la violencia no genera las preocupaciones que en la clase baja. Para los niños de clase alta el héroe es-Homero
			por ejemplo-, como otra manera de manifestar lo poco que les interesaba lo establecido para los de clase baja un guerrero competente, tenaz y valiente como Zeya. Madres y padres prefieren programas educativos y rechazan los violentos y de contenido sexual, reflejando la escasa formación que en esos asuntos tienen los propios padres de familia No encuentran la manera más adecuada para discutir acerca de sexo con sus hijos, situación que desemboca en que abandonen la tarea y se escuden perennemente tras la idea de que ellos “no están preparados para ver eso. En su perspectiva, la TV, en lo que tiene que ver con el sexo, no privilegia un enfoque “educativo” o “didáctico”, por lo que no puede usarse como una herramienta de apoyo a cualquier posible explicación de su parte. No se puede desconocer la opinión de muchos padres en el sentido de que la programación televisiva efectivamente está cargada de violencia. Las audiencias infantiles no viven una pasividad en sus encuentros con el mensaje de la televisión, los televidentes han desarrollado procesos de discriminación y de relectura de los mensajes que están a tono con las realidades sociales, culturales y económicas en las que han crecido. Un diálogo con la TV que tiene como resultado la apropiación y, en algunos casos, resemantización de los elementos del contenido de los programas que son usados como soportes de reafirmación identitaria.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Medios violentos Palabras e imágenes para el odio y la guerra	Pascual Serrano.	Niñez y Adolescencia	Tenemos más medios de comunicación pero menos herramientas para la comprensión. Los medios de comunicación son directamente responsables en la conformación de la estructura mental (aunque no están solos en esta tarea). El sistema mediático ve en los conflictos más una oportunidad que una tragedia. Una adecuada cultura y educación para la paz incluiría, obviamente, el rechazo a las armas y a los ejércitos. Estamos en la era de la comunicación, los métodos se han desarrollado a mayor velocidad que nuestra capacidad para defendernos de ella...la primera reacción que debe generar el hecho comunicativo de masas...es la desconfianza. Es falso que los medios de comunicación se distancien de los intereses en conflicto y se dediquen a informar de las guerras de forma neutral. La capacidad de vencer al mundo de que un país o un líder es un enemigo es impresionante...debemos incorporar a esa nueva esperanza de que otro sistema informativo es posible y necesario. Los medios de comunicación directa o indirectamente se cuentan entre esas violentas minorías organizadas...que gestionan la vida de las mayorías desorganizadas y pacíficas. Los medios de comunicación se inscriben en un formato, inseparable del capitalismo que los convierte en instrumentos de construcción de una mirada nihilista, en la síntesis espontánea de una percepción radicalmente desontologizadora. El poder extremo se manifiesta en esta jerarquía visual del ojo unidireccional.
Niñez y adolescencia en los medios impresos y televisivos del Ecuador	AC/NNA	Niñez y Adolescencia	Esta práctica, que no guarda correspondencia con los principios éticos del periodismo, genera varios problemas a las víctimas, como: discriminación social, atentados a su integridad física y/o moral. Además, la no protección de la identidad de un menor de edad transgredido se contraponen a lo expuesto por el Código de la Niñez y Adolescencia, en los numerales 3 y 4 del Art. 52.: El 90% de las piezas informativas son noticias breves o de máximo 500 caracteres, las mismas que se centran en operativos realizados por la Policía Nacional o la DINAPEN, donde se detuvieron y aislaron a adolescentes, principalmente por tenencia ilegal de drogas y/o armas, asaltos a mano armada en buses o en la calle y estruches. La crónica roja se ha incrementado.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Niñez y Adolescencia, guía legal y comunicacional	N/A	Niñez y Adolescencia	El rol de los medios de comunicación es proteger a la niñez y adolescencia. En el trabajo periodístico, asumirlos como personas, sujetos de derechos y ciudadanos y ciudadanas con voz propia, proteger sus derechos, incluido el de participación. No criminalizar ni revictimizar a niñas, niños o adolescentes. Investigar, contextualizar, buscar diversas fuentes, incluir sus voces.
Percepciones de la calidad de los contenidos televisivos e incidencia en el comportamiento y rendimiento escolar	Dra. Mercedes García	Niñez y Adolescencia	A mayor exposición a la televisión, menor rendimiento escolar. No favorece la imaginación, la creatividad ni el desarrollo de la inteligencia, inhibe la expresión de emociones y el razonamiento, afecta la comunicación familiar. Genera imitación de comportamientos violentos, genera necesidades insatisfechas y frustración y consumo.
Por una comunicación democrática de la niñez y adolescencia	Hugo Muleiro	Niñez y Adolescencia	Criterios básicos para desarrollar contenidos de calidad: Promoción, protección y defensa de los derechos. Incorporación de la diversidad en sus dimensiones: cultural, de género, de ideas y formas de entender el mundo, de capacidades, contextos sociales y realidades socioeconómicas, credos, orígenes, rasgos físicos y lenguas. Promoción del respeto y la presencia en pantalla de las realidades de las diferentes regiones y provincias del país. Inclusión de las perspectivas de niñas, niños y adolescentes, a través de sus voces, opiniones, intereses y puntos de vista, prestando atención. Incentivo de la autoestima y promoción de la integridad y el respeto a la identidad, evitando situaciones de humillación o ridiculización, transmisión de prejuicios y estereotipos o cualquier otra forma de discriminación. La violencia física o simbólica no debe ser apelada como forma de entretenimiento o como vía eficaz de resolución de conflictos. Producción y difusión de hábitos saludables. Estímulo de la capacidad de observar y analizar críticamente las representaciones de la realidad que ofrecen los medios de comunicación, propiciando la reflexión, la creatividad y la imaginación a las diferencias originadas en su pertenencia social, evitando la estigmatización. Distinción de las diferentes edades, posibilitando identificar los grupos etarios a los que se dirige la programación, tanto por los temas como por los tratamientos elegidos. Consideración responsable sobre la posibilidad de que los contenidos audiovisuales lleguen a un público de menor edad al identificado como destinatario. Jerarquización de la producción dirigida a los niños, niñas y adolescentes.

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
<p>Por una comunicación democrática de la niñez y adolescencia</p>	<p>Hugo Muleiro</p>	<p>Niñez y Adolescencia</p>	<p>Criterios básicos para desarrollar contenidos de calidad: Promoción, protección y defensa de los derechos. Incorporación de la diversidad en sus dimensiones: cultural, de género, de ideas y formas de entender el mundo, de capacidades, contextos sociales y realidades socioeconómicas, credos, orígenes, rasgos físicos y lenguas. Promoción del respeto y la presencia en pantalla de las realidades de las diferentes regiones y provincias del país. Inclusión de las perspectivas de niñas, niños y adolescentes, a través de sus voces, opiniones, intereses y puntos de vista, prestando atención. Incentivo de la autoestima y promoción de la integridad y el respeto a la identidad, evitando situaciones de humillación o ridiculización, transmisión de prejuicios y estereotipos o cualquier otra forma de discriminación. La violencia física o simbólica no debe ser apelada como forma de entretenimiento o como vía eficaz de resolución de conflictos. Producción y difusión de hábitos saludables. Estímulo de la capacidad de observar y analizar críticamente las representaciones de la realidad que ofrecen los medios de comunicación, propiciando la reflexión, la creatividad y la imaginación a las diferencias originadas en su pertenencia social, evitando la estigmatización. Distinción de las diferentes edades, posibilitando identificar los grupos etarios a los que se dirige la programación, tanto por los temas como por los tratamientos elegidos. Consideración responsable sobre la posibilidad de que los contenidos audiovisuales lleguen a un público de menor edad al identificado como destinatario. Jerarquización de la producción dirigida a los niños, niñas y adolescentes.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
<p>Periodistas hablan: violencia mediática contra la niñez. Un estudio sucinto y expedito</p>	<p>N/A</p>	<p>Niñez y Adolescencia</p>	<p>Niñas, niños y adolescentes no representan el centro de la agenda mediática, y cuando lo son, se les enfoca a través de una lente que no les reconoce como personas de derechos.</p> <p>La industria de la información domina la realidad actual. La información es esencial para la producción y reproducción del capital a gran escala. El mercado ha provocado cambios en los medios.</p> <p>Cuando niñas, niños y adolescentes ocupan un lugar predominante en los medios de comunicación es porque aparecen relacionados con hechos de violencia física, psicológica o sexual perpetrados contra ellas y ellos, en el entorno de sus familias o de la comunidad donde viven. Predomina un enfoque de denuncia de tales hechos, sin contemplar la ruta de atención o solución, y sin ocuparse de nombrar la responsabilidad de los perpetradores o de las instancias incumbentes, es decir, invisibilizando la responsabilidad del Estado y de los agresores.</p> <p>La población más pobre es la que aparece casi invariablemente proyectada en los noticieros televisivos de nota roja y en algunos diarios y emisoras, como “actores” de hechos de violencia.</p> <p>El tratamiento informativo de algunos medios, particularmente los noticieros televisivos de nota roja de diversos canales, vulnera los derechos humanos de niñas, niños y adolescentes, y desacata lo estipulado en el Código de la Niñez y la Adolescencia, por la exposición cotidiana, indiscriminada y reiterada a hechos de violencia a que están sometiendo a niñas, niños y adolescentes, por no preservar sus identidades cuando aparecen involucrados en hechos de violencia o cuando se argumenta que han infringido la ley.</p>
			<p>Los medios de comunicación, sobre todo los noticieros de nota roja de la televisión, no están cumpliendo con lo estipulado en el artículo 68 de la Constitución Política de Nicaragua en lo que compete a su función social de contribuir al desarrollo de la nación.</p>
<p>Discriminación y Comunidad Gitana</p>	<p>N/A</p>	<p>Etnias</p>	<p>La percepción social sobre toda la comunidad resulta extremadamente negativa, lo que puede ser la causa directa de prácticas discriminatorias en el ejercicio de sus derechos ciudadanos respecto a todos los ámbitos recogidos en el informe: empleo, vivienda, educación, justicia y fuerzas de orden público, servicios sanitarios, y bienes y servicios de carácter general.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
<p>Documentos internacionales y andinos sobre Diversidad, diferencia e identidad. Comunicación audiovisual global, diversidad cultural y regulación</p>	<p>Artículo de síntesis del diálogo “Comunicación audiovisual global, diversidad cultural y regulación”. Fórum Barcelona 2004.</p>	<p>Pueblos y Nacionalidades</p>	<p>Una mayor regulación que compense los procesos de liberalización habidos desde los años 80 y que, aunque han aumentado enormemente el volumen de contenidos ofrecidos, han disminuido la capacidad real de elección. “No existe contradicción entre servicio público y gestión privada, tal y como sucede en otros ámbitos como, por ejemplo, en el de la educación”.</p>
<p>Estereotipos mediáticos de los indígenas. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en Nuevo León.</p>	<p>Felipe de Jesús Maraño Lazcano y Carlos Muñiz</p>	<p>Pueblos y Nacionalidades</p>	<p>Se estereotipa y discrimina al personaje indígena, ubicándolo en una posición inferior y al servicio de otros. Además lo presentan con características físicas muy marcadas que crean una amplia diferenciación con los otros personajes, pero al mismo tiempo con una caracterización interna neutra que no presenta una clara distinción entre las diversas etnias indígenas. El estereotipo indígena en los medios de comunicación.</p> <p>A pesar de que son diversos los vehículos que funcionan como informantes hegemónicos en la estructura social, Bounds (2008) menciona que son los medios el principal agente de socialización en el que sus participantes son seducidos, educados y transformados por ideas relacionadas con raza, género, y clases sociales a nivel global. Por lo tanto, se tiene que en todas estas creencias existe como soporte la idea de la supremacía blanca, capitalista y patriarcal. En su planteamiento seminal sobre los estereotipos, Lippman (1922) plantea que éstos son imágenes que existen en la mente de las personas, las cuales se utilizan para capturar el mundo en que vivimos. Dichos estereotipos cambian a través del tiempo cuando ya no facilitan el entendimiento de la vida real. La televisión, de acuerdo con Gerbner (1999), crea estereotipos de las representaciones de la vida real buscando exaltar al capitalismo en su máxima expresión como tema dominante, mientras que los que no buscan pertenecer o adaptarse a este sistema son ridiculizados y marginados, tanto en los programas con enfoque más real como en las comedias y/o telenovelas (Muñiz et al., 2010). Esta resulta la fuente primaria para socializar y recibir información, pero esta socialización no siempre conlleva un crecimiento en valores y tolerancia hacia la diversidad social y cultural que existe en la sociedad (Muñiz et al., 2010).</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Examen de los informes presentados por los Estados partes de conformidad con el artículo 9 de la Convención Observaciones finales del Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial: Caso Ecuador	N/A	Pueblos y Nacionalidades	<p>Más bien, la gente que ha hecho a la televisión su sistema de vida ha carecido de oportunidades para participar en un sistema cultural nacional compartido (Gerbner, et al., 2002). Las sociedades latinoamericanas siguen estancadas en la visión que poseen del mundo con el mediador epistemológico en el que se ha convertido la industria cultural estadounidense y por lo tanto la homogenización visual que la misma propone, logrando que las minorías indígenas se encuentren como siempre han estado, al margen de una sociedad que no las acepta y enfrentando por lo mismo una gran dificultad de aceptación, popularización y acceso a espacios de difusión masiva a los cuales deberían tener acceso (Nahmand, 2007, p. 121). No hay que olvidar que “la apropiación de medios tecnológicos de comunicación abre a los grupos indígenas las posibilidades de ser vistos y oídos por los consumidores de narrativas occidentalizadas que los han ignorado por siglos” (Nahmand, 2007, p.125). Un cambio radical de las relaciones sociales conduce a un cambio en el sistema de mensajes, generando nuevas y diferentes perspectivas al cultivo.</p> <p>El Comité recomienda que el Estado tome las medidas educación y sensibilización necesarias y efectivas para combatir cualquier tendencia a estereotipar o estigmatizar a los trabajadores migrantes, especialmente por parte de funcionarios públicos, educadores, los medios de comunicación, y la sociedad en general.</p>
			<p>El Comité reitera su recomendación para que el Estado parte adopte medidas que se enfoquen en el rol social de los medios de comunicación, incluyendo a través de la educación y capacitación a los reporteros y personas involucradas en los medios de comunicación además de campañas a la población en general que combatan prejuicios raciales que conduzcan a la discriminación racial de personas indígenas o afroecuatorianas y fomenten la tolerancia y el respeto entre los diversos grupos raciales existentes en el Estado parte.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
La propaganda racista contra los afrodescendientes en el Perú en la televisión: estudio de caso sobre un programa de humor	Sergio Molina Bustamante	Pueblos y Nacionalidades	<p>Las representaciones negativas de los afrodescendientes y las ideas expresadas en las bromas y chistes en torno a su condición étnica racial son propagandas racistas, discriminadoras inconscientes, evidentes y que influyen en los televidentes, creando y reforzando prejuicios raciales hacia el grupo representado, hechos que se reflejan en su desarrollo económico, integración social y ridiculización de su cultura.</p> <p>La propaganda racista contra los afrodescendientes en el Perú en la televisión también demuestra que el medio de comunicación que difunde esta parodia y bromas no cumple su código de ética, por ende evade su responsabilidad social que se basa en la defensa de la persona humana y su dignidad.</p>
Los medios de comunicación y la población afroecuatoriana Período considerado: 1996-2009	Carlos de la Torre y Patric Hollenstein	Pueblos y Nacionalidades	<p>Sin un conocimiento cabal de las realidades y las carencias que experimentan las comunidades afrodescendientes, de los desafíos que estas enfrentan y de los logros que han alcanzado no resultará posible adoptar medidas que promuevan la equidad.w</p>
			<p>Los medios también se han multiculturalizado. Si bien perduran las imágenes racistas burdas y biologizantes, estas conviven con imágenes más positivas y menos racistas. Pero los agentes que más han influenciado en este cambio son las organizaciones afroecuatorianas.</p> <p>Si bien el movimiento afrodescendiente tiene poca capacidad para organizar actos masivos de protesta, ha tenido una incidencia importante en la elaboración de políticas públicas y en el cambio de las percepciones y las imágenes.</p>
Medios de comunicación, asuntos étnicos e interculturales en Colombia	Maurizio Alí	Pueblos y Nacionalidades	<p>Es posible reconocer cuatro “estrategias viciosas” a los que las industrias culturales y los órganos de información oficial recurren a menudo en el tratamiento de los asuntos étnicos: exclusión, invisibilización, exotización y sensacionalismo. Estos atajos han acostumbrado a nuestras audiencias pasivas a no buscar, no analizar, no investigar ni criticar acerca de los aspectos problemáticos de esta realidad.</p> <p>Afortunadamente, contamos con medios y formas que pueden invertir estas tendencias, propiciando propuestas de comunicación realmente incluyentes. En América Latina, cada vez y con mayor fuerza el periodismo está llamado a ser consciente de que es una pieza clave en la construcción de la paz comunitaria colaborando en la construcción de vínculos que permitan que aflore el diálogo, un diálogo que promueva la reconciliación, el respeto y la participación; y que, asimismo sea un veedor de los poderes, un animador en la conquista de derechos, un denunciante de formas de injusticia y un buscador de soluciones pacíficas.</p>

TÍTULO DEL DOCUMENTO	AUTOR/RA DEL DOCUMENTO	ÁMBITO/ ENFOQUE DEL DOCUMENTO	CONCLUSIONES
Observatorio discriminación racial y exclusión étnica	N/A	Pueblos y Nacionalidades	<p>Los niveles de intolerancia política, los prejuicios raciales y la incomprensión de la diversidad de vida de los pueblos y nacionalidades son, quizá, obstáculos más profundos que requieren extirpar rápidamente si se desea descolonizar la sociedad, fomentar la interculturalidad y establecer de una vez por toda la vigencia de la plurinacionalidad.</p> <p>Las diferencias y las diversidades que caracterizan a los afroecuatorianos, indígenas y montubios, es donde ciertamente se ha naturalizado la discriminación racial y la exclusión étnica.</p> <p>El CERD le recomienda al Estado establecer medidas necesarias y efectivas contra esas formas de discriminación racial y exclusión étnica que encarnan dichas poblaciones.</p> <p>En la Constitución de 2008 se incorpora en el ordenamiento jurídico ecuatoriano un importante compendio de propuestas legislativas que buscan amparar los derechos colectivos de los pueblos y nacionalidades y de medidas especiales para combatir el racismo y la discriminación en el país. Después de 4 años es necesario establecer un monitoreo sobre el progreso legislativo de estas iniciativas que amparan los derechos de los pueblos y nacionalidades, garantizan la inclusión y buscan combatir la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural.</p>

Bibliografía

- Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes –ACNNA (2009). *La niñez y la adolescencia en los medios impresos del Ecuador*. Ecuador.
- Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes –ACNNA (2012). *Niñez y adolescencia en los medios impresos y televisivos del Ecuador*. Ecuador.
- Aguirre, M. (2012). “La idealización del cuerpo femenino a través de la mirada masculina: caso de estudio revista Soho” Disertación de Maestría en Comunicación, Universidad Andina Simón Bolívar.
- Alfaro, R., Quezada F. y Macassi L. (2002). *L@s niñ@s te ve ven y ¿qué ven? Una televisión violenta que divierte y desencanta*. Veeduría ciudadana de la Comunicación Social, UNICEF, Comisión Nacional por los Derechos de los Niños, las Niñas y Adolescentes, Perú: Asociación para la comunicación Social Calandria.
- Alí, M. (2010). *Medios de comunicación, asuntos étnicos e interculturales en Colombia*, REDALYC.
- Almendáriz, R. (2010). “La narrativa de los programas de farándula: el caso Vamos Con Todo”, Disertación de Maestría en Comunicación, Universidad Andina Simón Bolívar.
- ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância y Fundação Banco do Brasil, (2003). *Medios de Comunicación y Discapacidad*. Brasil.
- Aranda, L. (2011). *Imaginario sobre la mujer en la televisión ecuatoriana: en el caso del programa Vamos con Todo en RTS*, Ecuador: FACSO.
- Articulación Regional Feminista por los Derechos Humanos y Justicia de Género (2011). *Las mujeres en los medios*.
- Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) (2010). ¿Quién figura en las noticias? Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP). Observatorio Ciudadano de la Comunicación (OCC) del Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres de Azuay (GAMMA), Ecuador: CIESPAL.
- Balas, M. (2006). “El tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación. Revista comunicación y ciudadanía: La visibilidad de las personas con discapacidad como factor de integración y normalización”. En: *Comunicación e Ciudadanía*. España.
- Benavides, J. (2005). “Medios y discapacidad. La presencia de la discapacidad en los medios de comunicación”. Revista TELOS N° 62. España: Segunda Época.
- Bravo, R. (2011). *Comunicación, sexualidad y homofobia. Los procesos comunicacionales de inclusión y exclusión sexual del colectivo GLBTI (gay, lesbiana, bisexuales, transexuales e intersex) en el imaginario de la ciudad de Quito*, Ecuador : FACSO.
- Bringué, X. y Charo, S. (2012). *La Generación Interactiva en Ecuador*. Ecuador: Ministerio de Telecomunicaciones, Fundación Telefónica, Foro Generaciones Interactivas, Educared, Universidad de Navarra.

- Burch, S. (Coord. yed) (2009). *Ellas tienen la palabra: comunicación, organización y género*. Ecuador: Agencia Latinoamericana de Información ALAI.
- Burch, S. (2013). *Movimiento de mujeres. La comunicación con enfoque de género*, en Osvaldo León (coord.), *Democratizar la palabra: movimientos convergentes en comunicación*. Ecuador: Agencia Latinoamericana de Información (ALAI).
- Carranza, A. (2011) *Análisis comunicacional de los programas rosas de la televisión ecuatoriana*, Ecuador: FACSQ.
- Centros Nicaraguense de Derechos Humanos (CENIDH) (2005). *Periodistas hablan: violencia mediática contra la niñez. Un estudio sucinto y expedito*, CENIDH.
- Chalá, J. (2013). *Representaciones del cuerpo, discursos e identidad del pueblo AFROECUATORIANO*, Ecuador: Abya Yala.
- Chaher, S. (2010) *Violencia mediática: cómo erradicar los contenidos discriminatorios de los medios masivos de comunicación*, Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos de Argentina.
- Colectivo pro Derechos Humanos–PRODH, (2009). *Medios de comunicación en la mirada juvenil*. Ecuador.
- Colectivo pro Derechos Humanos–PRODH, (2010). *Embarazo en adolescentes y derechos sexuales y reproductivos de adolescentes y jóvenes en los medios de comunicación*. Ecuador.
- Comité para la eliminación de la Discriminación Racial (2012). *Examen de los informes presentados por los Estados partes de conformidad con el artículo 9 de la Convención Observaciones finales del Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial: Caso Ecuador*, Naciones Unidas.
- Compean, H. (2010). *¿Cómo afectan los medios de comunicación a los adolescentes?*, México.
- Consejo Cantonal de Niñez y Adolescencia de Cuenca (2012). *Niñez y Adolescencia, guía legal y comunicacional*. Ecuador.
- Consejo Nacional de Niñez y Adolescencia, (2011). *DragonBall y Los Simpson en la vida de niñas, niños y adolescentes*. Ecuador.
- Corporación Participación Ciudadana Ecuador (2010). *Disminución del sexismo y violencia de género en los medios televisivos*, Ecuador: Corporación Participación Ciudadana.
- Crespo, E. (2008). *Monitoreo de la imagen de las mujeres indígenas en los medios masivos de comunicación en países de la sub región Andina (Bolivia, Ecuador, Perú)*. El Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación de las Naciones Unidas para la promoción de la Mujer.
- Demera, S. (2011). *La Influencia de los programas televisivos en el desarrollo cultural de los jóvenes de 18 a 25 años en el cantón La Libertad*, Ecuador: Universidad Estatal de la Península de Santa Elena.
- Diego, B. (2011). *¿Desconocimiento o apatía?*, en Los derechos de las mujeres en la mira, Ecuador: Corporación humanas.
- El Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (2011). *Buenas prácticas en la comunicación pública*, Argentina: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, Presidencia de la Nación.
- Estévez Mayra, Edgar Vega y Santiago Pérez (2011). *Estudio de la Campaña Reacciona Ecuador el Machismo es Violencia*, Ecuador: Comisión de Transición Hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género.

- Fernández F. (2001). *Algunos efectos y reacciones psicológicas del niño ante los contenidos violentos de la televisión*. España: Universidad de Granada, Unesco y Fundación Cultura de Paz.
- Fontanela, M. (2008). "Patriarcado" en Gamba, Susana (Coord.) *Diccionario de estudios de género y feminismos*, Buenos Aires: Biblos.
- Forum Barcelona (2004). *Comunicación audiovisual global, diversidad cultural y regulación*, España.
- FSG (2005). *Informe Anual: Análisis de los casos recogidos*, en Discriminación y Comunidad Gitana, España: FSG.
- García, M. (2011). *Percepciones de la calidad de los contenidos televisivos e incidencia en el comportamiento y rendimiento escolar*. Ecuador: Disertación de Pregrado de la Facultad de Psicología de la Universidad Central.
- Granda, M. (2012). *El espacio generado en la comunicación radiofónica para las personas con discapacidad visual en Quito*, Ecuador: FLACSO.
- Giro Ciudadano Consultores (2012). *Igualdad y no Discriminación. Producción Nacional y Publicidad en Televisión*. Ecuador: Defensoría del Pueblo.
- Herrera, F. (2013). *El aborto y la Constituyente del 2008: lucha ideológica y discursiva en la prensa ecuatoriana*, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Instituto Nacional de la Niñez y la Familia- INNFA (2008). *La violencia en la televisión*. Ecuador: basado en la investigación realizada con Participación Ciudadana.
- León, D. (2008). *Imaginos de género en Mi recinto: programa de la televisión ecuatoriana*. Ecuador: FLACSO.
- López, M. (2007). *Medios de comunicación, estigma y discriminación en salud mental. Elementos para una estrategia razonable*, España: Fundación Andaluza para la Integración Social del Enfermo Mental (FAISEM).
- López, S. (2008) "Medios de Comunicación, Imaginario Social y Relaciones de género", en Marisol Cárdenas Oñate (comp.), *Mujeres en la historia del Ecuador: género y cultura*. Ecuador: Ministerio de Cultura - Convenio AECID.
- López, S., Peñaherrera, S., Pesántez, N. y Rivera, A. (2009). *Medios de Comunicación. Una enorme oportunidad*. Ecuador: Observatorio Ciudadano de la Comunicación de Cuenca.
- Marks, P. (1984). *El niño y los medios de comunicación*. Estados Unidos: William Colins Sons & Co. Ltd.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio y FLACSO (2012). *Observatorio discriminación racial y exclusión étnica*, Ecuador: Ministerio Coordinador de Patrimonio y FLACSO.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural, Programa de Desarrollo y Diversidad Cultural de Naciones Unidas, Fondo para el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio del Gobierno de España Y Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana (2009). *Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural*, Ecuador.
- Melo, D. (2012). *Familia contemporánea y televisión: recepción del talk show "Caso cerrado"*, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Molina, S. (2010). *La propaganda racista contra los afrodescendientes en el Perú en la*

- televisión estudio de caso sobre un programa de humor*, Perú: Centro de Estudios y Promoción Afroperuanos.
- Muleiro, H. (2013). *Por una comunicación democrática de la niñez y adolescencia*. Argentina: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación, Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, Defensoría del Público, Unicef.
- Observatorio Ciudadano de la Comunicación (OCC) del Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres de Azuay (GAMMA) (2012). *Estudio técnico de noticias*. Ecuador.
- Ocaña, A. (2008). *Introducción a un periodismo con perspectiva de género: Media- Mujer*. Ecuador: *Mujer Media*.
- Oquendo, C., (2002). *Las culturas en diálogo con la TV. Niños y consumo mediático en la ciudad de Quito*. Ecuador.
- Participación Ciudadana (2010). *Disminución del Sexismo y violencia de género en los medios televisivos*. Ecuador: Defensoría del Pueblo.
- Perujo, F., (2002). *Discapacidad y medios de comunicación; entre la información y el estereotipo*. España: Revista Ámbitos 1er. Semestre.
- Pelazas, M. (S/F). *Aportes para una comunicación no discriminatoria*, Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Ponce, P., (Cord.) (2008). *Mujeres a media tinta*, Ecuador: CONAMU.
- Pontón, J., Santillán, A., (comp.), (2008). *Trata de mujeres en los medios, ¿cómo se trata?*, *Nuevas problemáticas en seguridad ciudadana*, Ecuador: FLACSO.
- Pontón, J. (2008). "Violencia de género en las ciudades ¿problema mediático?", *Ciudad Segura*, Ecuador: FLACSO.
- Pontón, Jenny (2008). "Violencia Femicida en los medios", *Nuevas problemáticas en seguridad ciudadana*, Ecuador: FLACSO.
- PRODH- Ecuador, Red de Radialistas Juveniles y Comité Juvenil de Prevención de Embarazo en Adolescentes (2010). *Embarazo en adolescentes y salud sexual y reproductiva de jóvenes y adolescentes en los medios de comunicación*, Ecuador: PRODH-ECUADOR.
- Ramos, P. (2010). *Entre el escándalo y la rutina: Medios y familia en la migración ecuatoriana*. FLACSO, Ecuador: Abya-Yala.
- Salazar, M. y Blanca, D. (2011). *Mujeres en los medios*, en *Los derechos de las mujeres en la mira*, Ecuador: Corporación Humanas.
- Salcedo, L., (2012). *Análisis y percepciones de las piezas publicitarias de la Campaña Reacciona Ecuador el Machismo es Violencia*, Ecuador: FLACSO.
- Serrano, P., (2010). *Medios violentos. Palabras e imágenes para el odio y la guerra*. Ecuador: Ciespal.
- Sierra, J., (2011). *Cobertura Periodística de la Migración en las Américas*. Estados Unidos: Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas en Austin y la Open Society Foundation.
- Solves, J., (2008). *El tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación valencianos*. España: Universidad CEU Cardenal Herrera.
- Universidad de Buenos Aires (2007). *Medios de Comunicación y Discriminación: Desigualdad de Clase y Diferencias de Identidades y Expresiones de Géneros y Orientaciones Sexuales en los Medios de Comunicación*, Argentina: Universidad de Buenos Aires.

- Vasco, D., (2011). *Análisis de imagen y representación de la mujer en el diario el Extra*, Ecuador: FACSO.
- Velasco, M., Cañete, M., (comp.), (2008). "El predominio de figuras políticas masculinas en las agendas de los medios de comunicación. Apuntes para una interacción equitativa entre actoras/es políticas/os, periodistas y asesoras/as de prensa", *Asamblea, democracia, Medios de comunicación: los Medios de comunicación frente a la Asamblea Constituyente: ¿pueden contribuir a la construcción de un Ecuador más democrático?*, Ecuador: Abya – Yala, Centro para el Desarrollo y la Investigación de los Movimientos Sociales del Ecuador (CEDIME) y Colegio de Periodistas de Pichincha (CPP).
- Villamarín, J., (2012). *Cobertura responsable del hecho migratorio: las tareas pendientes*, Ecuador: CIESPAL.

Internet:

- Constitución República del Ecuador, 2008, versión digital: <http://biblioteca.espe.edu.ec/upload/2008.pdf>
- Ley Orgánica de Comunicación Ecuador, 2013, versión digital: [http://alainet.org/images/Ley Orgánica Comunicación.pdf](http://alainet.org/images/Ley%20Org%C3%A1nica%20Comunicaci%C3%B3n.pdf)
- Plan de Erradicación de la Violencia, 2007, versión digital: http://www.humanas.org.ec/pdf/plan_erradicacionviolencia_ecuador.pdf
- Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Análisis de los datos obtenidos del monitoreo: mayo-junio 2008*. Capítulo publicidades, 2008, en: <http://gammaecuador.org/article/nuevos-estudios-tecnicos-de-publicidad-y-entreteni/>
- Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de publicidades 2009*, en: <http://gammaecuador.org/article/conclusiones-estudio-tecnico-de-publicidad/>
- Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de publicidades 2010*, en: <http://gammaecuador.org/article/estudio-tecnico-de-publicidades-2010/>
- Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Observatorio ciudadano de la comunicación (OCC) Capítulo: Análisis de programas de entretenimiento*, 2008.
- Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de noticias: abordaje de la violencia intrafamiliar y de género en las noticias de Ecuador*, 2011, en: <http://gammaecuador.org/article/abordaje-de-la-violencia-intrafamiliar-y-de-genero/>
- Observatorio Ciudadano de Medios de Cuenca /Gamma, *Estudio técnico de noticias 2012*, 2012, en: <http://gammaecuador.org/article/nuevo-estudio-tecnico-occ/>
- Mujeres en la Red: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1308>
- Femicidio en Chile, <http://www.onu.cl/pdfs/fenicidio.pdf>

“Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación incluye los resultados de 82 investigaciones nacionales e internacionales, realizados por observatorios, veedurías, organizaciones, instituciones, universidades y centros de estudios que fomentan el debate en torno a la promoción, difusión o vulneración de derechos de niñas, niños, adolescentes, jóvenes, personas con discapacidad, personas en situación de movilidad humana, personas adultas mayores, mujeres, lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales, pueblos y nacionalidades. Se trata de una prospección bibliográfica que da cuenta de las tendencias, fortalezas y debilidades de los contenidos de los medios de comunicación y de información en el ámbito nacional e internacional que afectan de manera directa o indirecta a los grupos de atención de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad. Este documento se convertirá, sin duda, en un hito a la hora de estudiar la comunicación y actuar positivamente para identificar las afectaciones a los sujetos de derechos que forman parte del activo trabajo de los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad y hacer cumplir lo establecido en la Ley de Comunicación”.

Doris Soliz Carrión

ISBN 978-9942-07-535-2



9 789942 075352