

# LA VIOLENCIA DE GÉNERO CONTRA LAS MUJERES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ENTRE LA INFORMACIÓN Y EL RATING

## GENDER-BASED VIOLENCE AGAINST WOMEN AND THE MASS MEDIA, BETWEEN INFORMATION AND RATING

Nelly Piedad Jácome<sup>1</sup>

Secretaria Técnica

Consejo Nacional para la Igualdad de Género

[njacome@igualdadgenero.gob.ec](mailto:njacome@igualdadgenero.gob.ec)

69

**Recibido:** 24 de agosto de 2020 / **Aceptado:** 02 de octubre de 2020

### Resumen

La violencia de género contra las mujeres es un tema que ha tomado relevancia, sin que sea una problemática nueva, sino por la atención estatal que ha recibido, especialmente en lo que respecta a la creación de normativa legal nacional e internacional. Y al tratarse de una violación de derechos de las mujeres, se extiende su corresponsabilidad a todos los estamentos de la sociedad, en donde de manera indudable, los medios de comunicación juegan un papel preponderante en delinear comportamientos y aceptabilidad o rechazo de estos.

---

1 Candidata a Doctora (PhD) en Derecho en la Universidad Andina Simón Bolívar. Magíster en Ciencias Sociales, con mención en Género y Desarrollo, FLACSO-Ecuador. Diplomada en Derechos Humanos y Mujeres, Universidad de Chile. Parte del movimiento de mujeres del Ecuador desde mediados de los 80. Abogada y luego Comisaria de la Mujer y la Familia de Quito. Responsable de la creación de la primera Dirección de Género en el Ministerio de Gobierno. Coordinadora de la primera Comisión Interinstitucional para elaborar el Plan Nacional para Combatir la Trata de Personas. Directora Nacional de Violencia Intrafamiliar y Género en el Ministerio de Justicia. Responsable de la coordinación y financiamiento de los Centros y Casas de Acogida para Mujeres Víctimas de Violencia de Género. Directora Nacional de Acceso a los Servicios de Justicia del Consejo de la Judicatura. Docente universitaria, investigadora, capacitadora. Consultora nacional e internacional, en temas de Género, DH, justicia, violencia de género en situaciones de desarrollo y emergencias para Agencias del Sistema de Naciones Unidas, Federación Internacional de la Cruz Roja, Sociedades Nacionales de la Cruz Roja de Canadá y Suiza y de algunos países de Centro América y El Caribe. Actualmente, es Secretaria Técnica del Consejo Nacional para la Igualdad de Género.

En este ensayo se revisan los mecanismos que están presentes directa o sutilmente en los medios de comunicación, en temas como la violencia, en este caso de género contra las mujeres, partiendo de una cosificación de esos cuerpos vivos o muertos, presentando a las mujeres mayormente como víctimas y considerando “natural” o idealizando los comportamientos masculinos de los agresores sin llegar a considerarlos como delincuentes, conforme lo establecen las normas penales.

Las alternativas pasan por diferenciar entre lo que es informar y lo que es una nota descontextualizada del suceso, convalidando los estereotipos de género presentes en las relaciones interpersonales, y que se lo exhibe de manera morbosa por lograr un mayor rating de sintonía o de ventas.

**Palabras clave:** medios de comunicación, violencia de género, violencia contra las mujeres, violencia simbólica, estereotipos de género.

### Abstract

Gender-based violence against women is an issue that has gained relevance, not because it is a new problem, but because of the Little state care, it has received, particularly with regard to the creation of national and international legal regulations. And since it is a violation of women’s rights, their co-responsibility extends to all levels of society, where the mass media undoubtedly play a preponderant role in outline behaviors and their acceptability or rejection.

This essay reviews the mechanisms that are present directly or subtly in the media, in issues such as violence, in this case, gender against women, starting from objectification of those living or dead bodies, presenting women mostly as victims and considering “natural” or idealizing the male behaviors of the aggressors without actually considering them as criminals, according to criminal law.

The alternatives pass through differentiate between what is going to be reported and what is a decontextualized note of the event, validating the gender stereotypes present in interpersonal relationships, and that it is displayed in a morbid manner to achieve a higher rating or sales.

**Keywords:** mass media, gender violence, violence against women, symbolic violence, gender stereotypes.

## 1. La violencia de género contra las mujeres, una realidad vigente

La violencia de género contra las mujeres se ha convertido en un tema cercano, ¿quién puede decir categóricamente que no conoce un caso de cualquier tipo de violencia contra las mujeres? Se encuentra presente en los medios de transporte, en las instituciones educativas, en los lugares de trabajo, en los barrios, en las comunidades, en partidos y movimientos políticos, en los mismos hogares y también en los medios de comunicación, que son a la vez los transmisores de noticias de esta lamentable realidad.

La violencia de género contra las mujeres da cuenta de una relación inequitativa entre hombres y mujeres que perpetúa la posición subordinada de estas (Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, 2017); la violencia de género contra las mujeres se produce tanto en los espacios privados como públicos, como lo menciona la Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer.

Esta Convención, también conocida como Belém do Pará, en su primer artículo determina que “debe entenderse por violencia contra la mujer a cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado”. (OEA, 1994).

No hay manera de ser indiferentes a las acciones violentas que se ejercen cotidianamente sin importar que sean países con poco o gran crecimiento económico, en todos, la delincuencia se incrementa, los asaltos, los asesinatos, los robos, la inseguridad ciudadana van marcando temores y limitaciones en el cotidiano vivir, pero especialmente en aquella población que se encuentra en condiciones de mayor vulnerabilidad, y entre esta se reconoce a las mujeres en sus diferentes ciclos de vida como personas con un alto riesgo de ser víctimas de cualquiera de los tipos de violencia basados en su género; lo que eleva el nivel de peligro para las mujeres, incluso en sus propios hogares y de parte de los miembros más cercanos.

Esta realidad es tan cotidiana que por lo diaria no siempre genera un estado de reacción, por eso la importancia de que, en cualquier espacio, se revise lo que implica la violencia o violencias en la vida de las mujeres y que se conozcan los tipos de violencia, los elementos que los constituyen y las manifestaciones de cada una. Porque ahí está la diferencia, entre reconocer primero la violencia –en sentido general- y luego acercarse al tipo de violencias para prevenirlo desde la identificación a través de la detección de las primeras manifestaciones.

Lo señalado, no significa desconocer la existencia de víctimas hombres de la violencia social, sino que se trata de focalizar la atención a las violencias particulares y específicas que reciben las mujeres, que de acuerdo con el último censo realizado en Ecuador en 2010 constituyen el 50.44 % de la población ecuatoriana.

Según datos de la Segunda Encuesta Nacional del INEC sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres realizada en 2019, son 65 de cada 100 mujeres en el Ecuador que han experimentado por lo menos un hecho de violencia a lo largo de su vida. Uno de los ámbitos donde se produce esta violencia es en el familiar, lugar que se supondría seguro, y es precisamente ahí donde las mujeres tienen una alta probabilidad de ser lesionadas, heridas y hasta asesinadas por sus seres más allega-

dos. Es este el punto crucial que lleva a poner alertas a estas violencias que están afectando mayormente a las niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres que forman parte central del núcleo de toda sociedad como es la familia.

De acuerdo con esta misma encuesta, la más recurrente es la violencia psicológica con un 56.9%, seguida por la violencia física con un 35.4%, la sexual 32% y la violencia patrimonial con un 16.4%. La violencia perpetrada por la pareja o expareja llega a un 42.8%.

En los tiempos actuales en el marco de la pandemia global del COVID-19, los datos de violencia en contra de las mujeres dan muestra del incremento de esta y la exposición a mayor riesgo, incluso de perder su vida. La Secretaría de Derechos Humanos reporta, en su informe sobre Atención a mujeres víctimas de violencia, en el marco de la emergencia sanitaria con corte a julio de este año, la siguiente información:

- El número de llamadas recibidas en julio 2020 fue de 3.766, clasificadas por el ECU 911 como violencia intrafamiliar, presenta una ligera disminución respecto a junio del año anterior en el que se recibieron 3.784 llamadas. En tanto que, las llamadas que reportan violencia física sí aumentaron de 1.043 a 1.190; hubo un incremento del 14%.
- El patrón de mayor número de llamadas en el fin de semana se repite durante la emergencia e inmovilización en el país, se observa un pico de 730 llamadas el domingo 21 de junio y una ligera disminución del número de llamadas, del 1%, en julio respecto a junio.

Por su parte, la Comisión Especial de Estadísticas de Seguridad, Justicia y Crimen presidida por el INEC, con base a la información del Ministerio de Gobierno, Fiscalía General del Estado y el Consejo de la Judicatura reporta:

- De enero al 9 de agosto de 2020 se registran 89 homicidios intencionales a mujeres (12 en enero; 11 en febrero; 9 en marzo; 12 en abril; 14 en mayo; 19 en junio; 9 en julio y 3 hasta 9 de agosto).
- Desde la tipificación del femicidio en el COIP (agosto 2014) se registran 414 femicidios. En lo que va de este año al 9 de agosto se registran 36 ca-

sos de femicidios que se están judicializando. Los meses de confinamiento, marzo y abril, registran 2 y 4 víctimas respectivamente, mientras que en el mes de mayo se registran 11 femicidios. (CNIG Unidad de Formulación, Información y Estudios, 2020).

Los datos expuestos dan cuenta de una realidad que sucede al interior de los hogares y a nivel de las relaciones más personales y que aún se mantiene como un problema privado, no asociado a una estructura más grande que imprime conductas y estereotipos que dan lugar a situaciones desiguales, por tanto, discriminación e incluso violencia.

En el Ecuador, la Ley Orgánica Integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres establece de manera amplia los diferentes ámbitos en donde se producen diversos tipos de violencia, tales como la intrafamiliar o doméstica, educativa, laboral, deportiva, estatal o institucional, en centros de privación de libertad, mediática y cibernética, espacio público o comunitario, centros e instituciones de salud, en emergencias y situaciones humanitarias; así como los tipos de violencia: física, psicológica, sexual, económica y patrimonial, simbólica, política y gineco-obstétrica (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018).

En tanto, el Código Orgánico Integral Penal tipifica la violencia contra la mujer y demás miembros del núcleo familiar (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014), pudiendo ser contravenciones o delitos dependiendo del tiempo de incapacidad médica establecida mediante la o el médico legista o perito, tipifica también el femicidio, que es el delito de género específico, y varios tipos de delitos contra la integridad sexual, entre los que constan la violación, como el más recurrente en cometerse, nuevamente en mayor número contra mujeres en cualquier ciclo de su vida. La Encuesta de Relaciones Familiares del INEC refiere que un 23.5% de mujeres sufrieron violencia sexual en el ámbito social.

Cada una de estas violencias tiene un hilo conductor que es la afec-  
ción a la situación y condición de las mujeres en diversos entornos, según  
donde se ejerciten las violencias, y se basan en las condiciones de género  
de las mujeres, quienes social y culturalmente están en posición de subor-  
dinación (Serret, 2015) en el marco de una sociedad androcéntrica. Lo  
femenino o lo que de esta se derive es percibida de poco valor o impacto,  
supeditado a lo que se considera central y que surge siempre desde posi-  
ciones masculinas.

La violencia contra las mujeres debido a su género es un problema de  
grandes dimensiones que no respeta edad, situación socioeconómica, et-  
nia, discapacidad, ni ninguna otra circunstancia o condición. La violencia  
se exagera en situaciones de emergencia o cualquier conmoción social,  
elevando el riesgo de esta sobre quienes se encuentran en condiciones de  
mayor vulnerabilidad, lo que es fácilmente identificable en la situación de  
emergencia sanitaria en la que el país y el mundo se encuentran actual-  
mente.

En este escenario social se encuentra otro actor que ha llegado a situarse  
como representante de la opinión pública, al menos así es como lo mira la  
ciudadanía en general y sin lugar a duda moldea comportamientos y habi-  
tualidades, este actor es parte de la cotidianidad social y lo constituyen los  
medios de comunicación en general.

## **2. La violencia de género contra las mujeres y los medios de comunica- ción en la normativa jurídica internacional y nacional**

Los medios de comunicación hoy en día se han convertido en actores  
que generan opinión pública, constituyen parte cotidiana de cada persona  
espectadora. Lo que en los medios se dice, se publica, se constituye en la  
verdad, para muchos, irrefutable.

Lo que no significa reconocer que “[l]os medios de comunicación son necesarios para el desarrollo de la democracia y tienen un papel fundamental en el funcionamiento del Estado de derecho porque les corresponde ejercer de observadores permanentes de las instituciones y denunciar posibles abusos de poder” (Pérez, 2018).

Hay que tener en cuenta que, de manera constante, los medios visuales, radiales o escritos presentan imágenes, ideas, expresiones, comportamientos, actitudes, que reflejan las concepciones vigentes en una sociedad, y es en este entorno que resaltan las mujeres como instrumentos de Marketing para conseguir el primer rating de sintonía.

Por otra parte, los cuerpos de las mujeres socialmente están ubicados, siguiendo la tradición cristiana, entre “Eva” y “María”, al representar a la primera, estos cuerpos están preparados para ser objetos de deseo, colocando en el imaginario social la supuesta libertad de las mujeres; y, al responder a la segunda imagen, a las mujeres se las presenta como víctimas, madres sacrificadas, mujeres débiles, dominadas, es decir replicando los estereotipos de género que esta sociedad androcéntrica ha dado forma para hombres y mujeres, lo que indudablemente tiende a naturalizar estas desigualdades y atribuir las a condiciones naturales.

Indudablemente este rol tan importante e influyente que tienen los medios de comunicación, hoy en día, hace que de manera indiscutible sean considerados como actores estratégicos en el combate a la violencia en general y de manera particular a la de género contra las mujeres en todos los ciclos de su vida. De ahí que, a nivel internacional, algunos instrumentos sobre derechos de las mujeres mencionan de manera expresa el rol de los medios.

La Convención Belém do Pará (1994) en el literal g del artículo 8, alienta “a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer; [...]”



En 1995 en el informe de la Conferencia Mundial de Mujeres en Beijing, se consideró que los medios de difusión son una de las doce áreas prioritarias para lograr la paridad entre los géneros, aunque no se evidencian avances. En el párrafo 236 del informe hace referencia a que,

[h]ay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada (Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, 1995).

A continuación, en el párrafo 237 se indica que “hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión y fortalecerlos, así como idear métodos para erradicar los programas en los que haya sesgo de género”.

El Párrafo 243 en los literales d, e, f, alienta a los medios de difusión a que no presenten a la mujer como un ser inferior, o que no se la explote como objeto sexual o bien de consumo. Señala, en contrapartida, que la imagen que se debe proyectar de las mujeres es la de un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo. Igualmente hace referencia a que se reflexione en la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios no solo son discriminatorios para la mujer, sino además degradantes y ofensivos; y por tanto se deben adoptar medidas efectivas, que pueden incluir normas legislativas contra la pornografía y la proyección de programas en los que se muestren escenas de violencia contra mujeres y niños en los medios de difusión.

En el Ecuador, la Ley Orgánica Integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres del Ecuador (LOIPEVCM), en su artículo 31, añade como otra facultad del ente rector de la regulación de la comunicación, la de velar por el cumplimiento de las regulaciones y evitar la difusión de contenidos discriminatorios, sexistas o que promuevan la violencia contra las mujeres, niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores sea en los medios de comunicación públicos, privados o comunitarios.

El artículo 42 de la LOIPEVCM hace referencia a las obligaciones generales de los medios de comunicación y publicidad tanto públicos como privados y comunitarios, señalando que les corresponde velar por la difusión de la información en todas sus formas y que toda información relacionada con la violencia contra las mujeres, debe ser tratada con la correspondiente objetividad informativa en pro de la defensa de los derechos humanos y dignidad de las mujeres víctimas de violencia y de sus hijos e hijas; también se señala como obligación, el desarrollar contenidos vinculados a la sensibilización, prevención, protección, sanción y reeducación para la erradicación de la violencia contra las mujeres, niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores y los integrantes del grupo familiar.

Resulta interesante revisar que esta ley (LOIPEVCM) en el literal e) del artículo 10 hace referencia a la violencia simbólica como,

toda conducta que, a través de la producción o reproducción de mensajes, valores, símbolos, iconos, signos e imposiciones de género, sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas, transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de las mujeres (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018).

Cabe resaltar que esta violencia, al ser la más intangible en cuanto a comprensión y presentación de pruebas en caso de judicialización, se canaliza entre muchas instituciones, a través de los medios de comunicación cuando se realizan o se reproducen mensajes sexistas, discriminatorios,

por ejemplo. Se produce en ese enlace y contacto con el público a través de programas, novelas, películas, presentaciones, artículos, investigaciones, videos, caricaturas, publicidad que diariamente se transmite y se reproduce de manera ininterrumpida, dando el mensaje de veracidad, normalizando ciertos hábitos, comportamientos y conductas negativas que responden a los estereotipos de género los cuales, sin ninguna visión crítica, se los va naturalizando.

Todas las disposiciones previas apuntan a los puntos identificados en los medios, como elementos propiciadores de actos que conllevan discriminación de género, tomando en cuenta que esta no solo se la considera como tal por el acto mismo, sino también atendiendo a los resultados que puede acarrear. En este sentido, el artículo 61 de la Ley Orgánica de Comunicación define que se entiende por contenido discriminatorio a,

todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, 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, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

La normativa, como se evidencia en la breve revisión presentada, busca preservar los espacios de difusión de los medios, como espacios de prevención de violencia, de formación social y ciudadana para evitar la discriminación por cualquier razón. Situación que ratifica la importancia de los medios de comunicación en el convivir social, como un mecanismo no solo de entretenimiento, sino de educación y de gran incidencia política e influencia social.

Son los medios de comunicación los llamados a promover el cuestionamiento y el estigma hacia estas acciones violentas y feminicidas, evitando naturalizar la conducta de los perpetradores y el morbo sobre el detalle de cómo se cometió el delito.

### **3. Incidencia de los medios de comunicación frente a la violencia de género contra las mujeres**

El proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)<sup>2</sup> elabora un informe cada 5 años desde el año 1995, en el último reporte que corresponde al año 2015 indica que,

[e]l monitoreo muestra un progreso extremadamente lento para llevar la voz de la mujer al discurso público teniendo lugar a través de los medios de comunicación. No sólo (sic) las noticias actuales presentan una vista machista del mundo, pero también está marcado por prejuicios de género y estereotipos que sustentan la marginación, discriminación y violencia contra las niñas y las mujeres (GMMP Proyecto de Monitoreo Global de Medios, 2015).

En el reporte se señala que solo el 4% de las notas informativas cuestionan los estereotipos de género, únicamente hay un cambio de un punto porcentual al compararse con los resultados del reporte del año 2005. Afirma que los estereotipos de género han permanecido firmemente incrustados en los medios informativos en el último decenio. También evidencia que en diez años no ha habido avance en la proporción de notas informativas sobre política que cuestionaran claramente los estereotipos de género; antes más bien parecería que la presencia de estereotipos se ha incrementado en las noticias relacionadas a temas de carácter social y legal.

Otro dato relevante que da a conocer el informe de monitoreo del GMMP es que el 16% de mujeres en las noticias se las presenta como

---

<sup>2</sup> El GMMP es el mayor estudio internacional del género en los medios de comunicación y fue creado en la conferencia internacional de mujeres Empowering Comunicación en Bangkok en 1994, llevado adelante por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) junto con MediaWatch (Canadá).

víctimas frente al 8% de hombres presentados como víctimas. Dato que también ratifica que a través de los medios se mantienen o se validan los estereotipos de género, dándolos de hecho como naturales, pues así lo percibe la audiencia de manera cotidiana.

En este mismo sentido, si bien hay una mención de las mujeres como víctimas, no así, una que degrade o al menos cuestione la condición de masculinidad de los agresores o incluso de los feminicidas, a quienes se los presenta desde su característica de macho, considerando que al fin y al cabo es hombre con temperamento y carácter fuerte que en determinados momentos puede descontrolarse, y al perder el control no mide las consecuencias de su fuerza y cree “que no había sido para tanto”<sup>3</sup>.

Indagar cómo inciden los medios de comunicación en la violencia contra las mujeres, o cómo estos pueden contribuir a erradicarla, ahora que son la voz pública que dirige a la comunidad, son temas centrales para redireccionar su quehacer. La gran influencia que ejercen en la opinión pública, lo que lleva inclusive a confundirlo con la opinión pública misma, hace que haya un gran peso y una gran responsabilidad en la transmisión de información que realizan en todos los niveles.

Los medios de comunicación cubren desde todos los ángulos los casos de violencia contra las mujeres, entrevistan a actores estatales, a organizaciones de la sociedad civil especializada, a las sobrevivientes o parientes de las víctimas, a profesionales expertas /os, etc., regularmente están dando datos estadísticos nacionales o locales, es decir hay una total cobertura, pero ¿por qué esta información no se la presenta de manera adecuada?, y por otra parte ¿qué es lo que los medios pueden hacer para contribuir a la disminución de la violencia de género contra las mujeres?

---

3 Expresión tomada de la declaración del presunto feminicida del caso de mujer asesinada en Cuenca. Artículo de Johnny Guambaña “Mujer fue asesinada en Cuenca; su pareja confesó que la estranguló” en El Universo, 21 agosto 2020. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/21/nota/7950391/femicidio-estrangulada-cuenca-centro-historico> Revisado el 22 de agosto 2020.

El mundo actual globalizado y tecnologizado, se presta para dar una mayor difusión, a través de las nuevas tecnologías, de la violencia basada en género contra las niñas, adolescentes, jóvenes, mujeres adultas y adultas mayores, pero esta amplificación noticiosa también promueve, en muchos casos, mayor morbo y complacencia frente a los casos de violencia, denotando una preferencia al rating como mecanismo de marketing versus a una mayor sensibilidad a la problemática.

En ciertos casos, la mercantilización de las noticias, en los medios, prima por sobre la protección a las víctimas, sobrevivientes, o la difusión y socialización de los derechos, rutas, mecanismos de protección, pues este tipo de información no tiene rating, lo que sí vende son los detalles del asesinato, de la infidelidad, la descripción sangrienta de las agresiones, de la violación, del femicidio, cómo o cuán desesperado está el hombre por ese grande amor que siente y que le obliga a actuar como el macho alfa de una comunidad en decadencia.

De ahí que cuando en los medios se refieren a los agresores, no se los muestra denigrando su condición, no se los presenta como “delincuentes” o como “sujetos débiles”; en tanto que, las mujeres asesinadas son exhibidas como “muertas” no como “asesinadas”, se las presenta como las víctimas, a veces dejando entrever algún nivel de culpabilidad, contrario a lo que se hace con los agresores.

Los medios que tienen estas prácticas, no transmiten la noticia de violencia contra las mujeres, lo que hacen es promocionar esta violencia y, en algunos casos, asumir como característica sine qua non del hombre, como dice Rita Segato, se presenta al violador, al femicida como un “sujeto potente” al realizar su acto criminal, se lo idealiza de alguna manera, en lugar de “presentarlo como un sujeto débil, impotente y que por su debilidad actúa criminalmente para buscar notoriedad, es sujeto emasculado, impotente, frustrado, de una vida precarizada de varias formas y se ve en situación de precariedad, frustración, impotencia y necesita presentarse como sujeto

fuerte, por eso los medios de comunicación no deben potenciar ese poder” (Segato, Violencia machista y los medios de comunicación, 2017).

Rita Segato expresamente señala que, el cuerpo de la mujer es un cuerpo como cualquier otro, pero que ha sido feminizado por la violencia.

[...] La violencia lo feminiza a este cuerpo que naturalmente es como cualquier otro. ¿Por qué es imposible retirar a las mujeres de la posición de subordinación dónde están? ¿Por qué no se hacen cosas que parecen tan simples de hacer? Que las mujeres dejen de ser cosificadas y destrozadas por el lente de los medios de comunicación... (Segato, El papel de los medios de comunicación en la reproducción de la violencia machista, 2013) .

Para responder a estas preguntas Segato, reflexiona sobre cómo los medios divulgan las noticias de violencia contra las mujeres, ella señala que lo hacen como si estuvieran denunciando, pero en el fondo es una propuesta de mimesis, una invitación a la reproducción. Y en esa acción, se ubica a la figura del agresor “como un monstruo potente y a la persona en posición masculina le interesa el mandato de la posición masculina, tiene que reproducirse y probarse, el hombre tiene que probarse hombre”. (Segato, El papel de los medios de comunicación en la reproducción de la violencia machista, 2013).

El pensamiento de Segato da pautas para reconsiderar el cómo se deberían presentar las noticias de violencia contra las mujeres, no desde la victimización de las mujeres, peor aún desde la culpabilización, sino más bien desde la degradación de quienes son los actores de estas violaciones de derechos contra las mujeres. Hay que enviar un mensaje potente a la sociedad en su conjunto, y ese mensaje tendría que señalar que “ese tipo de hombres que golpean, violan, matan a las mujeres” no son verdaderos hombres, constituyen una vergüenza para todas las masculinidades y no los representan, porque la mayor parte de hombres no son delincuentes. Este tipo de mensajes tendrán más fuerza cuántos más hombres lo digan y lo expresen públicamente.

La falta de contextualización de la noticia de estas violencias, es otra situación que es recurrente en algunos medios, se llega a presentar de manera directa la noticia del acto violento, de la explosión, se entra al detalle de cómo se dio el asesinato, “‘No mates a mamá’, pidieron los hijos de una mujer que vieron cómo su expareja la atacaba en Argentina” (El Comercio, 2020), “70 puñaladas recibió mujer en Manabí” (El Universo, 2020), “Picaron a una mujer hasta matarla” (EXTRA, 2020), sin establecer el contexto que de cuenta de las relaciones asimétricas de poder que sostienen estereotipos de género que perpetúan y hasta justifican ciertas conductas de riesgo y atentatorias contra las mujeres, sino más bien buscando el rating social a través de la descripción minuciosa del medio utilizado para cometer el acto violento, cuánto más cruel el resultado de la violencia, se entregan más detalles; y, en esa búsqueda de mayor rating se presenta como elemento noticioso la presencia en el lugar de los hechos de uno de los grupos poblacionales que motiva más compasión y afán de protección, los niños o niñas.

Los medios de comunicación en definitiva presentan cada caso como individualizado, como si se tratasen de casos aislados y que enfrentan agresor y agredida, descontextualizando la sociedad machista y su entorno naturalizante de violencia contra las mujeres como parte integrante de la vida, especialmente cuando de parejas se trata. Frente a esta forma de presentar la noticia se transmite la idea de que es un problema de unas cuantas mujeres y que no es un problema que va más allá de esos casos específicos que se han expuesto.

Los medios de comunicación no deberían enfocar los problemas de violencia de género como si se tratasen de problemas particulares o aislados, que ocurren por circunstancias específicas o por pertenecer a un grupo determinado, lo que deriva en prejuicio. Hay que reconocer que la violencia de género contra las mujeres es un problema social de corresponsabilidad de todo el entramado social y estatal, es decir hay que verlo en la magnitud que esta implica, es una violación de derechos humanos (Comité para la



Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, 2017) que se da como resultado de un sistema ideológico androcéntrico que permite relaciones desiguales y que además las naturaliza, este es el riesgo de difundir noticias desde una visión particular, el presentarlo como un problema de “esa pareja” o a lo sumo de “algunas parejas” en donde la violencia se hace presente y hasta puede llegar a tener resultados fatales.

Se hace, por tanto, necesario que los medios analicen los temas de violencia contra las mujeres, desde una mirada que se dirija hacia los procesos y a las relaciones de dominio que, entre otros factores, provocan las situaciones de violencia y que por lo general no son identificados o se los mantiene ocultos, y sobre todo no se deben propiciar ideas, imágenes, comentarios que tiendan a mantener un estado de victimización (Rodigou, Nazar, Monserrat, & Hunt, 2007), o que el público entienda como naturalización o comprensión de las reacciones violentas por parte del agresor.

En una era de rápida evolución tecnológica, lo visual se torna imprescindible, y para todo tipo de industria, empresa grande o pequeña y obviamente para los medios de comunicación, la imagen vende, es entonces que el sistema androcéntrico y patriarcal transforma el cuerpo de las mujeres en objetos a mercantilizar para consumo masculino, pero de ese hombre macho, dominante, que no ve como su par a las mujeres y que se revaloriza a través de la aprobación de sus pares, haciendo actos que se supone son característicos de su condición.

En palabras de Segato, el abordaje de los medios sobre la violencia contra las mujeres está siendo manejado de manera equivocada, y esto se debe a que, como ya se indicó, “se sigue presentando al agresor como un monstruo con poder, en ese sentido deberían los medios de comunicación presentar al agresor con una masculinidad dañada, como la propia víctima del delito que ha cometido, hablar de una pérdida de masculinidad” (Segato, El papel de los medios de comunicación en la reproducción de la violencia machista, 2013).

Coincidiendo con Rita Segato, desde esta perspectiva se podría indicar que los medios de comunicación no presentan la violencia contra las mujeres como una denuncia por la violación de derechos de las mujeres, más bien lo presentan de tal forma que se podría interpretar como una invitación a la reproducción de esos tipos de violencia contra las mujeres, además, estos casos de violencia son presentados como si de un espectáculo se tratase. La presentación de estas noticias, entonces se asemeja a los *reality shows*, destacando el drama de los casos de violencia contra las mujeres y presentándolos como hechos puntuales y aislados.

Los medios de comunicación podrían potenciar su gran influencia social para dar otro tratamiento a sus noticias, las que deberían propender al rompimiento de los estereotipos de género y así contribuir a modificar la estructura de las relaciones desiguales de género que posibilitan que estas situaciones sucedan casi a diario y que se estén incrementando, según los registros estadísticos.

Aunque es necesario reconocer que, debido a toda la incidencia y lucha llevada adelante desde hace muchos años por las mujeres de base, comunitarias, organizaciones feministas y de mujeres en general de la sociedad civil, la violencia de género contra las mujeres ha sido evidenciada, se ha colocado en la palestra pública, se han creado normas nacionales e internacionales contra estas violencias y ahora es objeto de varias políticas públicas que pretenden realizar intervenciones para erradicarla.

En consecuencia, al convertirse en tema de interés social no solo en el país sino a nivel mundial, también ha llamado la atención de los medios de comunicación que reportan estos casos, antes ignorados o innombrados, lo que evidencia el interés sobre estos. Mas, el problema se presenta en cómo se construyen las noticias relacionadas a la violencia de género contra las mujeres y cómo estas son difundidas y adicionalmente cómo llegan a ser interpretados estos mensajes por la o el ciudadano de a pie. Entonces, cuando hace pocos años, se encontraban en su mayoría, títulos

como “crimen pasional” o “amores que matan”, evidenciaban esbozos de justificación o empatía con el femicida y aunque hoy en día, estos casi han desaparecido de los medios, “este cambio no ha venido acompañado de una mejora en el tratamiento de las noticias. Éstas (sic) se siguen construyendo en torno del imaginario del amor romántico y la pasividad erótica para las mujeres mientras que la violencia encuentra atenuantes en los celos, la traición, la infidelidad, el desacato, la desobediencia al orden establecido” (Hasan, 2016).

Algunos medios de comunicación, especialmente los de crónica roja, e inclusive los que no lo son, se centran en el suceso de sangre, lesiones y muerte, realizando un relato morboso de esos hechos en la búsqueda de mayor audiencia, y no realizan una verdadera exposición de la noticia, no se lo presenta como un hecho informativo desde todas las aristas posibles, y sobre todo no se lo presenta como un hecho delictivo y reprochable socialmente. Se deslizan comentarios subjetivos sin ningún rigor jurídico, sociológico, etc., se utilizan los estereotipos binarios de género atribuidos al deber ser de hombres y mujeres y se los usa como elementos que, en alguna medida, son transmitidos como justificativos de esas conductas violentas, en otros casos, minimizando los hechos o estableciendo la culpabilidad en la víctima.

Los medios deberían hacer seguimiento a los hechos violentos que dan a conocer para informar a la ciudadanía, obtener datos concretos sobre las consecuencias de esas violencias, es decir evidenciar la situación de los infractores, posterior a los delitos cometidos, para que la sociedad tenga el mensaje de no impunidad y que también se pueda enviar el mensaje de humillación y marginación social de quienes han cometido estos tipos de violencia, deben coadyuvar en quitarles ese poder social que le da su condición de hombre.

En la línea de mantener el negocio a flote, ciertos medios buscan e indagan sobre cuáles son las demandas del público para el cual trabajan, y si el

público demanda violencia, hechos de sangre explícitos, cuerpos sensuales de mujeres, eso es lo que preparan y entregan, sin importar que por ejemplo, las noticias de violencia de género con fotografías del cuerpo muerto se exponga junto a notas de connotación sexual a través de la exhibición de cuerpos sensuales de mujeres, degradando la imagen de estas. Esta contraposición de imágenes y fotografías envían un mensaje de uso del cuerpo femenino para el placer masculino y se frivoliza el hecho de la violencia de género. Es una demostración de la subvaloración de las mujeres, de cómo sus cuerpos han sido devaluados de sujetos a objetos, sin importar que se traten de cuerpos muertos o vivos, el hecho de ser mujer ahora vende; es un tipo de violencia simbólica y que va generando efectos adversos en la ciudadanía. Así, los medios “permiten la ‘violencia representada’ un tipo de violencia simbólica por su capacidad para mostrar las normas sociales y para construir la realidad” (Gálvez, 2009).

En el Manual para Comunicadores y Comunicadoras, se hace una interesante reflexión sobre el proceso de socialización de niños y niñas de las últimas generaciones, quienes han crecido junto a la televisión, y por tanto la influencia de este medio es directa, lo que preocupa por el efecto que ha generado, al incidir en la manera en que la gente percibe la violencia, evidenciándose ciertos niveles altos de insensibilización a la violencia y en sí a los hechos de sangre y actos delictivos en general.

88

Las niñas, niños, adolescentes aprenden nuevas conductas, pero a partir de los modelos que observan a su alrededor y no necesariamente de su núcleo familiar, pues como se menciona, las últimas generaciones han crecido bajo los modelos presentados a través de la televisión y de los medios visuales a su alcance, de entre estos cada uno elige el modelo que le parece atractivo, y con el cual llega a identificarse.

Al producirse la identificación con determinados personajes reales o de ficción, el espectador imita la conducta de estos modelos. Recursos persuasivos ayudan a que una conducta reprobable se convierta en aceptable. Las tendencias a la deshumanización, demonización de las víctimas (justificaciones morales); los

estereotipos sociales sobre ciertos colectivos como inmigrantes, ancianos y la fuerza de la autoridad (prensa y telediaros; “expertos” y políticos), diluyen la responsabilidad del individuo. (Gálvez, 2009).

En esta línea, se encuentran los casos de violencia contra las mujeres, lo que de alguna manera tendría que ver con esta influencia directa, pues como se evidencia de los casos de violencia de género contra las mujeres como los femicidios, tanto víctimas como agresores o femicidas son mayormente personas jóvenes.

La Declaración de Beijing +5 precisa en su documento final que “las imágenes negativas, violentas o degradantes de la mujer, incluida la pornografía, han aumentado, recurriendo a nuevas tecnologías de la información en algunos casos, y los prejuicios contra la mujer siguen existiendo en los medios de difusión” (Gálvez, 2009). Por ello, es necesario que se evite la utilización del cuerpo femenino, ninguna imagen debe atentar contra la dignidad de la persona y se deben eliminar los mensajes que generen estereotipos, estos son algunos de los actos que potenciarían el rol de los medios como mecanismos de información objetiva y que a la vez puedan actuar como un mecanismo de prevención ante la violencia que se ejerce contra las mujeres.

Es importante ampliar la representación de las mujeres con imágenes positivas que reflejen su auténtica realidad. Hay mujeres juezas, ingenieras, transportistas, agricultoras o ministras, que deben reflejarse en los medios de comunicación (Gálvez, 2009).

Es urgente que sobre las utilidades económicas se dé prioridad a la información, pero a una información que priorice al ser humano, y que, si presentan casos de violencia contra las mujeres, no se queden en los detalles del acto directo, sino que aporten con información que dé a conocer sobre los recursos que las mujeres que sufren violencia tienen, transmitan iniciativas exitosas, sentencias ejemplares, detallen un seguimiento judicial de los agresores.

El seguir manteniendo o reproduciendo en los medios, las frases o comentarios típicos que se dan respecto a las situaciones de discriminación o de violencia de género, hace que se trivialicen estos actos discriminatorios y violentos, que se desvíe la atención a aspectos no relevantes de los hechos.

En ese mismo sentido, tomando una de las recomendaciones del Manual para Comunicadores y Comunicadores de UNFPA, al referirse al agresor se debe evitar la utilización de adjetivos como ‘celoso’, ‘bebedor’ o similares, porque al hacerlo de una manera sutil se está proyectando, a quienes miran, escuchan o leen la noticia, una exculpación de quien cometió la agresión o el femicidio. Por tanto, al referirse a la víctima, tampoco se deberían utilizar adjetivos como que, ‘era joven y guapa’, ‘salía con amigas’ o ‘tenía un amante’, porque el efecto de estas caracterizaciones es desviar la atención de lo que es verdaderamente importante, y adicionalmente, de manera subliminal se va dejando un rastro de disculpa o de comprensión y hasta justificación de porqué el maltratador actuó.

Al ser tan evidente la influencia social que tienen los medios de comunicación, y al conocer los números in crescendo de la violencia en general y específicamente, para efectos de este artículo, de la violencia contra las mujeres, no es menor la tarea de reconsiderar de manera urgente la estructuración de las notas informativas que sobre esta problemática se presentan. Dejar de lado la finalidad de generar drama, de impulsar morbo sobre el detalle de los hechos violentos, de exhibición de cuerpos, de desvalorización de imágenes femeninas y más bien reinventar las noticias desde la revalorización y fortalecimiento del rol de las mujeres, sin revictimización a pesar de haber recibido violencias, y en concordancia, la devaluación y estigmatización de los agresores, generar muestras de desaprobación desde las miradas de los otros hombres, como señal de un verdadero interés para generar cambios.

#### **4. Retos de los medios de comunicación para coadyuvar en la disminución de la violencia contra las mujeres**

Los medios de comunicación tienen un gran reto para contribuir en la disminución de la violencia de género contra las mujeres en todos los ciclos de vida, partiendo del reconocimiento de ser mecanismos de influencia social y de generación de nuevos comportamientos, así como de presentación de modelos a seguir, especialmente para niños, niñas y adolescentes, lo cual es una gran responsabilidad que están llamados a cumplir. El enfoque de género permite ver de manera integral el tema o problema que se analiza, constituye un gran aporte reconocer que la sociedad mantiene relaciones inequitativas de poder que es una de las principales causas que da lugar a la violencia contra las mujeres y que permite buscar mecanismos que rompan esas hegemonías.

Por ello, una manera innovadora de dar a conocer los datos de estas violencias sería presentar los datos estadísticos invertidos, es decir cambiar el sujeto protagónico de la noticia, en lugar de presentar el número de víctimas de femicidios, de violencia física, psicológica, de violaciones, etc., presentar el número de hombres femicidas, número de hombres que han violentado física, psicológicamente, número de hombres violadores. De esta manera, se provocaría una reacción más crítica sobre estos infractores en la sociedad, se impulsaría un proceso de desacreditación a ese tipo de masculinidades y se podría incidir en la disminución del número de hombres que quisieran imitarlos.

Se debería identificar el patrón de masculinidad hegemónico de los agresores o femicidas y no centrarse en la caracterización de los roles dados a las mujeres, que en muchas ocasiones inducen a culpabilizar a las mujeres de la violencia recibida y en casos extremos del femicidio.

Es imprescindible evitar el uso de lenguaje machista, no inclusivo, prefiriendo un lenguaje informativo, demostrando gran sensibilidad al infor-

mar sobre estos hechos; así como prescindir del manejo de estereotipos de género que reproducen el supuesto deber ser de hombres y mujeres, focalizando por ejemplo la honra solo dirigida hacia las mujeres, en tanto que no se hace referencia directa a la honra en los hombres. Esta recomendación es también necesaria considerarla, pues en alguna medida el predominio de los estereotipos de género deja el camino expedito para la violencia como concreción de la naturaleza del hombre que no supo controlar su pasión o su fuerza.

Los medios de comunicación deberían presentar a los agresores machistas como seres sin poder y cuestionar su masculinidad, hay que generar un reproche social en contra de aquellos hombres agresores, estigmatizando a estas masculinidades machistas y retrógradas, pero por otra parte evitar generalizaciones y relieves aquellas masculinidades que no responden a los estereotipos y que mantienen relaciones no violentas y que incluso buscan la igualdad sin discriminación.

En definitiva, habría que ubicar en el imaginario social la repulsión hacia estos individuos que violentan, a la par de que, en otras noticias, no se comercialicen los cuerpos de las mujeres, no se hagan publicaciones para hombres presentando cuerpos sexualizados de mujeres. Se debe erradicar del imaginario social la idea de que “el cuerpo de la mujer vende”.

Las noticias sobre cualquier situación de violencia y específicamente de violencia de género deberían presentarse no para el morbo y la curiosidad, sino con el fin de brindar información tendiente a levantar la conciencia de reproche frente a quienes lo cometen, así como para que la sociedad conozca sobre cómo se manifiestan estas violencias y pueda prevenirlas. Para lo cual se debería dejar de pensar en que las denuncias de las mujeres son falsas, porque está demostrado que la mayoría han sido probadas como ciertas; asimismo hay que evitar que la forma en que se presenten este tipo de noticias incida o tiendan a normalizar los comportamientos agresivos, la violencia en sí, lo que puede llegar a generar insensibilidad.



Es necesario buscar y mantener el equilibrio para lograr transmitir información que busque prevenir actos de violencia y que tanto hombres como mujeres puedan replantearse el cómo llevan sus relaciones interpersonales, para los casos de violencia en la relación de pareja, y así para los demás tipos de violencia.

Solo un verdadero compromiso para erradicar la violencia de género contra las mujeres desde los medios de comunicación podrá ser efectivo, tomando como punto de partida la deconstrucción de los estereotipos de género, la representación de las mujeres desde la dignidad de ser sujetos de derechos y no objetos de mercantilización.

## **5. Conclusiones**

La violencia de género contra las mujeres es una realidad inobjetable, 65 de cada 100 mujeres en el Ecuador han experimentado por lo menos un hecho de violencia a lo largo de su vida, por lo tanto, se la considera como una violación de derechos humanos que obstaculiza su desarrollo y limita su reconocimiento como ciudadana integral y depositaria de las mismas responsabilidades y derechos que todos los demás ciudadanos. Hay que tomar en cuenta que, en situaciones de emergencia, como la pandemia de salud por el COVID-19, el riesgo de las mujeres a sufrir violencia se incrementa.

Los medios de comunicación al ser reconocidos socialmente como representantes de la opinión pública, se ubican como actores fundamentales en la cotidianidad social y con la obligación de generar comunicación directa, transparente, veraz y sin ningún tipo de sesgo o discriminación.

La normativa internacional y nacional dan cuenta de los tipos de violencia basada en género que afecta a las mujeres y recalcan que se da en todos los ámbitos, y en este sentido, se han establecido regulaciones para los medios de comunicación referentes a cómo presentar las noticias desde una perspectiva de género, buscando rescatar la dignidad de las víctimas y

sobrevivientes de violencia de género. Exhortan a que los medios contribuyan a la erradicación de la violencia contra la mujer en todas sus formas y que no presenten a las mujeres como seres inferiores, ni se las explote como objeto sexual o de consumo.

La violencia simbólica establecida en la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, tiene dificultades fácticas de probarse en un proceso de judicialización, no obstante es posible canalizarla a través de los medios de comunicación cuando se realizan o se reproducen mensajes sexistas, discriminatorios, programas habituales que dan por natural ciertos comportamientos de hombres y mujeres, de ahí que es fundamental el rol de los medios para incidir en el cambio de patrones socioculturales.

Los medios de comunicación, según el reporte del GMMP de 2015, no han cuestionado los estereotipos de género sino apenas en un 4% de las notas informativas y más bien parecería que tales estereotipos se han incrementado. En concordancia, la mercantilización de las noticias prevalece antes que la protección de la dignidad de la víctima, por ello la priorización de las notas informativas respecto a los casos de violencia contra la mujer y femicidios no tiene cabida frente al Marketing para la obtención de los puntos requeridos para estar en el rating de sintonía anhelado.

94

La corresponsabilidad estatal y social frente a la problemática de violencia de género contra las mujeres y en específico los femicidios, obliga a partir del reconocimiento de que se está frente a una violación de derechos. Los medios, en el marco de esta corresponsabilidad, deben buscar replantear sus enfoques, promover el rompimiento de estereotipos de género, contribuir a desmitificar el amor romántico, contextualizar las noticias, desmercantilizar el cuerpo femenino, priorizar al ser humano sin trivializar los actos discriminatorios o violentos, estigmatizar a los agresores confesos y presentar los actos violentos como delitos tipificados en la normativa penal ecuatoriana.

## 6. Bibliografía

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Ecuador.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2018). *Ley Orgánica Integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres*. Quito, Ecuador.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Quito, Ecuador.
- CNIG Unidad de Formulación, *Información y Estudios*. (2020). *Información sobre violencia contra las mujeres (informe interno)*. Quito: No publicado.
- Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. (2017). *Recomendación General CEDAW 35*. USA.
- Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer. (1995). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. Beijing, China: <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>.
- El Comercio. (31 de agosto de 2020). <https://www.elcomercio.com>. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/mujer-apunalada-expareja-hijos-argentina.html>
- El Universo. (12 de agosto de 2020). <https://www.eluniverso.com>. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/21/nota/7950391/femicidio-estrangulada-cuenca-centro-historico>
- El Universo. (12 de agosto de 2020). <https://www.eluniverso.com>. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/11/nota/7938208/femicidios-manabi-70-punaladas-agosto-2020-hombres-mataron-querian>
- EXTRA. (12 de julio de 2020). <https://www.extra.ec>. Obtenido de <https://www.extra.ec/noticia/actualidad/picaron-mujer-matarla-1569.html>
- Gálvez, R. (2009). *Comunicación, Género y Prevención de Violencia. Manual para Comunicadores y Comunicadoras*. Honduras: UN FPA [http://americalatinagenera.org/newsite/images/sistematizacion\\_exp\\_diplomado\\_honduras.pdf](http://americalatinagenera.org/newsite/images/sistematizacion_exp_diplomado_honduras.pdf).

- GMMP Proyecto de Monitoreo Global de Medios. (2015). *Informe de monitoreo*. GMMP <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>.
- Guambaña, J. (21 de agosto de 2020). Mujer fue asesinada en Cuenca; su pareja confesó que la estranguló. *El Universo*.
- Hasan, V. y. (enero/junio de 2016). La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. *Revista de Estudios de Género La Ventana, Vol 5 N° 43*.
- INEC. (2019). Segunda Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las mujeres. *II Encuesta sobre Violencia de Género*. Quito, Ecuador: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/violencia-de-genero/>.
- OEA, O. d. (1994). Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer. *Convención de Belém do Pará. Belém do Pará, Brasil*: <https://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>.
- Pérez, X. S. (2018). Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación, N° 40. Edición de Primavera*. Obtenido de <file:///Users/nellyjacome/Zotero/storage/CA4PG23N/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-crisis-negocio-y-politizacion.html>
- 96 Rodigou, M., Nazar, M., Monserrat, S., & Hunt, L. (2007). *La violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación. Transformando las noticias*. (CISCSA, Ed.) Argentina: UNIFEM/AECI.
- Segato, R. (18 de agosto de 2017). Violencia machista y los medios de comunicación. (C. d. Argentina, Entrevistador) <https://www.conclusion.com.ar/info-general/rita-segato-hablo-sobre-la-violencia-machista-y-los-medios-de-comunicacion-en-rosario/08/2017/> .
- Segato, R. (2013). El papel de los medios de comunicación en la reproducción de la violencia machista. *Seminario del Programa Feminista La Corriente*. Nicaragua: <http://lacorrientenicaragua.org/rita-segato/>.