

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador
Departamento de Sociología y Estudios de Género
Convocatoria 2019-2021

Tesis para obtener el título de maestría de investigación en Ciencias Sociales con mención
en Género y Desarrollo

Representaciones y discursos de las noticias que abordan la agenda feminista en la prensa
escrita ecuatoriana: El Comercio y El Universo (2018-2021)

Jenny Elizabeth Ortiz Guachamín

Asesora: María Moreno

Lectores: Milena Almeida

Alex Amézquita

Quito, agosto de 2023

Dedicatoria

A mi familia, por abrigarme y acompañarme siempre; a mis amigas de la maestría, a las profesoras y a mi tutora por el apoyo incondicional y por compartir su sabiduría; a mi compañero de vida, por su cariño y estar dispuesto a aprender conmigo; y, a un Dios de amor que me ha llenado de curiosidad y me permite admirar la perspectiva feminista como un complejo, anhelado y hermoso camino.

Índice de contenido

Introducción	1
Capítulo 1. Contextualización: representación de los temas asociados con el feminismo en los medios de comunicación entre 2018 y 2020	4
1.1. Representación de los feminismos en los medios de comunicación del Ecuador	5
1.1.1. Situación de los medios de comunicación en el contexto local	10
1.1.2. El escenario en los últimos años	12
1.2. Hitos y debates entre el 2018 y el 2020	14
1.3. Pretensión de deslegitimación de las demandas feministas	18
1.4. Conclusiones	21
Capítulo 2. Entre las representaciones y la construcción social del feminismo en los medios de comunicación	23
2.1. Estado del arte.....	23
2.1.1. Medios de Comunicación y discursos mediáticos	23
2.1.2. Construcción mediática del sujeto político del feminismo.....	25
2.1.3. Representaciones de los medios del sujeto político del feminismo.....	27
2.2. Marco teórico	29
2.2.1. Representaciones en el ámbito mediático.....	30
2.2.2. Sujeto Político del feminismo.....	31
2.2.3. Comunicación tradicional versus alternativa.....	33
2.2.4. El análisis del discurso mediático como transdisciplina.....	33
2.3. Metodología	35
2.4. Conclusiones	39
Capítulo 3. Construcción social del feminismo en los medios.	41
3.1. Resumen de notas de prensa analizadas.....	42
3.2. Sujetos políticos del feminismo	44
3.2.1. Representaciones de la mujer como sujeto político del feminismo.....	46
3.2.2. Abordaje de los temas feministas en el último trienio	50
3.2.3. La deuda mediática hacia las luchas feministas	52
3.3. Construcción de discursos y construcción social	53
3.3.1. Historias y voces que tienen espacio en los medios.	56
3.3.2. Construcción social del feminismo en los medios de comunicación	58
3.4. Conclusiones	58
Capítulo 4. El rol de las subjetividades en la producción de noticias	61
3.5. De las líneas editoriales a las posturas políticas personales.....	62

3.5.1.	Modos tradicionales y no tradicionales de hacer periodismo	68
3.5.2.	El aparataje mediático como aliado del feminismo	71
3.5.3.	Discursos de transformación y cambio social	73
3.6.	Subjetividad y cargas de las periodistas feministas	74
3.6.1.	Cargas de violencia y estigmas hacia las periodistas feministas	75
3.6.2.	Autoeducación y redes de apoyo	77
3.7.	Conclusiones	78
	Conclusiones.....	80
	Lista de Referencias.....	83

Lista de Tablas

Tabla 2.1. Esquema de Análisis del Discurso.....	38
Tabla 3.1. Consolidado de notas por medio, año y temáticas.....	42
Tabla 3.2. Noticias con temática de violencia de género y delitos contra las mujeres.....	48
Tabla 3.3. Hitos mediáticos relacionados al feminismo en el último trienio.....	50
Tabla 3.4. noticias con perspectiva de género, articuladas con raza y clase.....	52
Tabla 3.5. Enunciados que marcan luchas y logros de mujeres reconocidas.....	55
Tabla 4.1. Contraste de perspectivas de temas de género en el ejercicio periodístico.....	64

Lista de Gráficos

Gráfico 3.1. Temas en las noticias 2018-2020 (El Comercio y El Universo).....	43
---	----

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Jenny Elizabeth Ortiz Guachamín, autora de la tesis titulada “Representaciones y discursos de las noticias que abordan la agenda feminista en la prensa escrita ecuatoriana: El Comercio y El Universo (2018-2021)”, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría, concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, agosto de 2023.

JENNY
ELIZABETH
ORTIZ
GUACHAMIN



Firmado digitalmente
por JENNY ELIZABETH
ORTIZ GUACHAMIN
Fecha: 2023.08.16
19:54:02 -05'00'

Firma

Jenny Elizabeth Ortiz Guachamín

Resumen

El trabajo de investigación busca contribuir con el análisis de la construcción discursiva y las representaciones de la agenda feminista en el aparataje mediático durante el trienio 2018-2020, en el cual han sonado algunos hitos importantes para la agenda feminista. A partir del análisis de los enunciados que forman parte del discurso en las notas de prensa escrita de los dos medios más grandes del país, los medios de prensa escrita y digital El Comercio y El Universo, se abordarán los temas asociados a los feminismos, así como sus sujetos o actores, en medio de representaciones que se posicionan y otras que discriminan a ciertos temas, luchas o voces. No sólo comprende un Análisis Crítico del Discurso, metodológicamente hablando, sino también hace un contraste de las prácticas periodísticas tradicionales y otras menos hegemónicas; según vivencias del personal detrás de las noticias, que otorgan cargas significativas al momento de producir noticias y publicarlas, se reflejan en los enunciados, el lenguaje, las representaciones y la subjetividad.

Del análisis de las voces y la carga ideológica de los enunciados, se concluye que los medios masivos influyen en la transmisión y potenciación de posturas alineadas u opositoras respecto a los temas de interés de la agenda feminista, como la despenalización del aborto y el derecho a decidir, la precarización laboral y la lucha por la garantía de los derechos de las mujeres y de los grupos Lgbti, el cuidado de la vida, las afectaciones derivadas de la pandemia del Covid-19, entre otros temas. Hay un intento del ejercicio periodístico, como veremos más adelante, por disrumpir la reproducción de las representaciones hegemónicas, machistas y mal infundidas sobre el feminismo y sus luchas. Se hace un acercamiento al rol de los periodistas que ocupan en los espacios mediáticos masivos y las formas de producir noticias. En un primer instante se divide a los medios como tradicionales o alternativos, en una especie de contraposición, pero al avanzar en el análisis, se identifica que existe en los medios, un potencial transformador que se consolida a través de la labor periodística consciente que va más allá de la clasificación.

Introducción

La investigación pretende aproximarse a las representaciones del feminismo en los medios de comunicación de prensa escrita más grandes del Ecuador. Para ello, se recopilan y analizan las noticias o reportajes durante los años 2018, 2019 y 2020, dado que existen debates con influencia regional, reformas a la legislación nacional en materia de derechos sexuales, laborales, políticos y salud. Además, las condiciones de vida se vieron afectadas por la crisis sanitaria, social y económica en el Ecuador, derivada de la pandemia del Covid-19.

La problemática del presente trabajo de investigación parte de la noción de los medios de comunicación como espacios de producción y reproducción de las representaciones y construcciones sociales. En el ámbito mediático-noticioso se difunden acontecimientos, a través de discursos, los cuales influyen en las representaciones del movimiento feminista y su agenda.

Las formas en que se representa al movimiento o actores feministas, a través de la información, responden a los intereses del medio, la línea editorial y la subjetividad de los productores de noticias, así como las preferencias de consumo de la audiencia, inmersas en sistemas hegemónicos, disciplinantes, machistas y excluyentes (Cordicom 2017). En momentos de crisis y controversias, como los últimos años, los medios funcionan como catalizadores del control y el orden; el sociólogo Manuel Castells (2009) se refiere al poder de dominio de la comunicación y de la mente. Castells establece que, mediante la violencia, el poder se ejerce para crear, configurar y alimentar redes comunicativas. Por tanto, las representaciones sociales que hacen los medios de comunicación son analizados conforme a enunciados discursivos sobre los sujetos políticos del feminismo. Esta investigación responde a los pocos estudios sobre las representaciones de los feminismos en los medios de comunicación ecuatorianos.

Goetschel (2006) menciona que las publicaciones feministas en la prensa del siglo XX recibieron poca atención en los círculos intelectuales y políticos hegemónicos de su época (51), pero ¿cuál es el panorama actual? Esta investigación busca rescatar las publicaciones

actuales de los medios de comunicación, ya que las noticias son claves para entender la situación del feminismo en el Ecuador. El objetivo es conocer lo que se dice del feminismo y sus actores en los medios. Se presume que hay discursos que pretenden minimizar los conflictos que afectan a los feminismos, una especie de invisibilización de la violencia que sufren sus actores, que van de la mano de limitaciones en las formas de producir las noticias y parten de mecanismos periodísticos masculinizados. La pregunta que permitirá conseguir el objetivo de investigación es ¿cuáles son las representaciones y discursos de los feminismos en los más grandes medios de comunicación de prensa escrita del Ecuador (El Comercio, El Universo) en el periodo comprendido entre el 2018 y el 2020?

Para poder hacer un análisis minucioso, es preciso preguntarse: ¿qué discursos feministas son los que han difundido los medios en los últimos 3 años?, ¿cómo se representan los actores feministas en las noticias?, ¿qué voces y qué narrativas consideran los medios para informar hechos noticiosos relacionados al feminismo? También es importante conocer ¿cómo converge la subjetividad de los periodistas con los procesos de producción y publicación de noticias que son de interés del feminismo?

El trabajo está dividido en cuatro capítulos que buscan hacer un recorrido por el contexto de la versión digital de la prensa escrita ecuatoriana, la situación del feminismo en el país, los principales discursos inmersos en las noticias publicadas por El Comercio y El Universo, así como la postura en relación a los temas de género y feministas por parte del personal que produce las noticias.

En la primera parte, se expone el panorama de los feminismos y su sujeto político en la prensa escrita, los hitos que se han dado en los tres últimos años como demandas de los colectivos feministas y problemas derivados de las crisis que ha atravesado el país. Para contextualizar, es importante mencionar que las empresas de comunicación que se encuentran en las primeras posiciones de prensa escrita según la cantidad de suscripciones y seguidores, son El Universo y El Comercio, cuya agenda está marcada por la coyuntura, una naturaleza empresarial y una producción de material noticioso apegado a intereses políticos y económicos. Los continuos debates sobre la libertad de decidir de las mujeres, los derechos sexuales y reproductivos, el estado patriarcal y la protesta como mecanismo de lucha, son algunos de los temas que se analizan y se contrastan teóricamente.

Luego de contextualizar, se consideran las narrativas y discursos de los medios sobre temáticas feministas. Los aportes teóricos del análisis del discurso de medios como una disciplina y transdisciplina, marcan la metodología de la investigación. El abordaje teórico del poder de la representación de los feminismos y la construcción de los sujetos feministas en el ámbito mediático, permiten analizar las estructuras de reproducción de discursos y formas de violencia, así como la posibilidad de considerar los espacios mediáticos como aliados en los procesos de transformación social. Se realiza una revisión documental de noticias, identificando las ideas principales de los temas, los enunciados y discursos en relación a los sujetos que forman parte de las luchas feministas, incluyendo la categoría mujer.

El tercer capítulo establece los principales hallazgos del abordaje que hacen las noticias sobre los sujetos del feminismo, donde se identifica que las mujeres son las protagonistas, así como sus condiciones de vida y nociones de desarrollo. Se analiza la violencia derivada de la forma en que se representa a los sujetos, en especial a las mujeres, los discursos victimizantes, la nulidad de otros sujetos y sus voces; y; se contrastan los enunciados de los debates nacionales y regionales.

En el cuarto capítulo, se hace una aproximación a la labor de los periodistas en los medios y los esfuerzos que hacen a través de su trabajo, por generar reflexión y debate en la sociedad, utilizando la información que procesan y publican. Se cuestiona la ausencia o presencia de la perspectiva de género tan importante para la agenda feminista, al momento de producir noticias, así como los posibles sesgos de información que se desprenden de la línea editorial y el ejercicio periodístico particular, que finalmente se verán reflejados en las publicaciones oficiales del medio.

Capítulo 1. Contextualización: representación de los temas asociados con el feminismo en los medios de comunicación entre 2018 y 2020

Se analizarán las representaciones que realizan los más grandes medios de comunicación del Ecuador, de prensa escrita en sus versiones digitales, sobre los feminismos y su agenda, durante el periodo comprendido entre los años 2018 y 2020. Este primer capítulo introducirá el tema del rol de los medios, la situación actual de los medios de comunicación ecuatorianos; y, el panorama de las luchas y temáticas asociadas al feminismo desde la perspectiva mediática. Para ello, se busca tener un acercamiento a los abordajes que hacen los diarios El Comercio y El Universo, por ser los medios con mayor ranking, trayectoria, y con mayor cantidad de seguidores en sus versiones digitales. Se recabarán los principales hitos en el país, relacionados al feminismo según los productores de noticias, por ende, los que han sonado en la prensa, así como aquellos que la agenda feminista ha buscado incorporar en el ámbito noticioso. Se consideran los últimos tres últimos años, dada la cantidad de noticias que se pueden analizar, donde están inmersas demandas y debates transcurridos en el país, en el ámbito público y en las mesas de diálogo de los colectivos feministas. Finalmente, se hará una descripción de las empresas de comunicación que responden a las primeras posiciones de prensa escrita (El Universo, El Comercio), que servirá como punto de partida para el análisis de los discursos que se replican conforme la editorial de dichas empresas de comunicación la y disputa por el poder del periodismo tradicional.

Parte del enfoque histórico asociado al feminismo en los medios de comunicación, se remonta a las luchas de las mujeres en nuestro país desde inicios del siglo XX, que se evidencia en registros y archivos de prensa. En aquella época se debatía en los medios y esferas públicas sobre el derecho al voto, el feminismo material, el mariano, el cívico, de la ilustración, feminismos diversos según Goetschel (2016). En la actualidad algunos de los temas que se encuentran en permanente debate están relacionados con la libertad de decidir de las mujeres, los derechos sexuales y reproductivos, el rol del estado, la iglesia, el activismo, la protesta en las calles. En menor proporción las noticias abordan la situación de las mujeres afrodescendientes, campesinas o indígenas; o, los temas relacionados al extractivismo y las formas sustentables de vivir. Todo esto se contemplará en el transcurso

de la investigación, de acuerdo a los archivos encontrados en los repositorios de prensa escrita.

1.1. Representación de los feminismos en los medios de comunicación del Ecuador

Las formas de comunicación van cambiando a través del tiempo. Desde la Revolución Industrial hasta la actualidad, la tecnología y la era de la información ha ido avanzando en el siglo XXI. En ese sentido, hay una evidente participación de grupos y colectivos que luchan por las demandas de las minorías, con el fin de ganar espacios en el ámbito público. Si bien existe un avance significativo en la participación de las mujeres en la política, la academia, el ámbito laboral, lo científico, el deporte, aún existe una deuda grande con la representación del/los feminismos en los medios de comunicación, los cuales son denominados como “el cuarto poder”.¹ Los medios de comunicación más grandes en Ecuador, en sus versiones impresas, han crecido a la par de la era digital, por lo que cuentan con redes sociales y sitios web donde su contenido es visitado a diario por miles de lectores.

La cuestión es que, al hablar de feminismo, se asocia como sujeto político del feminismo, a las mujeres, es decir, al buscar noticias relacionadas al feminismo, aparecen temas y titulares sobre las mujeres. Además, las mujeres siguen ocupando posiciones sociales inferiores y desiguales (Naciones Unidas 2006), en relación a los hombres, en diversos contextos locales y globales; y, en ámbitos como la banca, el gobierno, el sector empresarial y los mismos medios de comunicación. Respecto a este último ámbito, la presencia de la mujer en los medios de comunicación como profesional y directiva, es escasa; de igual manera como protagonista de los contenidos (Criado 2012).

Las representaciones y construcciones sociales asociadas al feminismo, a través de las noticias, responden a los intereses de los medios de comunicación y al establecimiento de la agenda con prioridades selectivas y a veces reactivas (Stone 2002, 4). Las noticias tienen una gran influencia en la construcción de la realidad y de los hechos, por lo que los feminismos también son construidos y comunicados de manera masiva, en parte a través de los medios. Álvarez (1990) manifiesta que el rol de los medios de comunicación puede ser

¹ Se refiere a los medios de comunicación como sector dotado de gran poder o influencia en los asuntos sociales y políticos de un país. Definición tomada de *Lexico Dictionaries / Spanish*. Consultado el 28 de marzo de 2020.

nefasto para el feminismo cuando no existe conciencia respecto a las vidas de las mujeres y la lucha permanente por el acceso a derechos y espacios negados a través de la historia.

En el siglo XX, la imagen del feminismo en ciertos medios de comunicación era distorsionada, asociándola con la burguesía y el imperialismo. A partir de 1920, las organizaciones feministas aparecen en el escenario público del país, según Ana María Goetschel (2006); y manifiesta que es probable que el pensamiento feminista se haya construido a partir de noticias y experiencias que las mujeres compartieron, lo que dio paso a procesos organizativos. Las imágenes que se encuentran en las revistas y periódicos de la época corresponden en gran medida a “mujeres espirituales y románticas, distantes y bellas, casi divinas”; también comenzaron a aparecer imágenes modernas de mujeres que participaban de manera activa en la vida mundana, e incluso empezaban a practicar deportes (Goetschel 2004, 110).

Goetschel (2006) es la compiladora de *Orígenes del feminismo en el Ecuador*, que recopila la participación de las mujeres en la historia y les otorga el rol de sujetos activos en la construcción de la nación; recoge algunas aristas del pensamiento y las demandas de las mujeres en el pasado, otorgando importancia a la historia para comprender los debates y el panorama de la opinión pública respecto del siglo XX. Su objetivo era conocer el lugar que han ocupado las mujeres en la historia, de manera que podamos vislumbrar los cambios hasta la época actual. Los contextos históricos son considerados como elementos clave en la construcción de la mujer y su rol social. Es así como en esa época, el feminismo y su rol dentro de la sociedad se reflejan en la prensa escrita (14), específicamente a través de la participación pública de la mujer, sobre todo en el trabajo y la educación.

En ese sentido, el llamado de las mujeres era cambiar su confinamiento del ámbito doméstico y romper ciertas ideas preconcebidas, producto de dicho confinamiento. Algunas figuras destacadas como referentes feministas, gracias a su presencia en revistas y diarios, son: Marietta de Veintemilla, Tránsito Amaguaña, Dolores Cacuango, Zoila Ugarte, Dolores Veintemilla, entre otras. Existía un pensamiento bastante recurrente, el del feminismo maternal y otros enfoques feministas para la época, que consideraban en especial a la clase media, y en menor medida a las mujeres indígenas, como valiosas por las ideas de ocupar diversos espacios, y que ocasionaron debate en ese momento.

Goetschel manifiesta que la variada participación de estas mujeres implica nuevas y distintas demandas, como la participación política de la mujer, así como los esfuerzos de las mujeres por acceder a espacios que les permitieran tomar decisiones importantes y luchar por la igualdad de sus derechos. María Angélica Idrovo es una figura representativa de la participación de las mujeres en espacios de poder y en la política. Pero también se destaca el trabajo de Dolores Veintimilla, quien promulgaba su oposición hacia la pena de muerte. Las actoras que destacaban en los debates públicos sobre el acceso a la educación y al trabajo, fueron Hipatia Cárdenas, María Angélica Carrillo, María Angélica Idrovo y Marietta de Veintimilla. La primera médica en el Ecuador, Matilde Hidalgo, luchó por el derecho al voto de las mujeres, junto a todas aquellas editoras de revistas especializadas que permitieron colocar en el debate público las voces de muchas mujeres.

Los planteamientos feministas de la época, hablaban de varias posturas, como la de la Iglesia Católica, que fue cediendo su postura radical, hacia una que convenientemente se dejaba influenciar por el pensamiento liberal. Así mismo, la participación de la mujer en la política se abrió paso gracias a ciertas nociones validadas por la sociedad de la época, en las que se les atribuía a las mujeres, habilidades en el cuidado y la crianza, guiadas por la educación cristiana. Entonces, esas habilidades que antes se destinaba solo a la familia, después traspasaron el entorno doméstico y se dirigían hacia los ciudadanos y la vida pública. Se hablaba de un feminismo "marianista", inspirado en la idea de un amor de madre según Ana Vásquez (Goetschel 2006, 43), el cual tuvo gran acogida en los estratos de clase media, y se asoció a los "feminismos bien entendidos", contrapuestos a aquellos que daban mayor libertad y se alejaban de las nociones de una sociedad conservadora en la época. Aun con cuestionamientos desde una perspectiva menos conservadora, su fin era hacer un llamado de atención a los problemas sociales de las mujeres.

Algo que llama la atención, es que las cualidades femeninas fueron llevándose a la vida pública, adaptándose de manera estratégica, para ganar espacios. La tensión en el campo de fuerzas en determinados contextos, permite comprender los procesos históricos y transformaciones del feminismo en nuestro país. También invitan a tomar en cuenta las especificidades como la raza, con el fin de cuestionar, ampliar y enriquecer los continuos debates y los estudios de género en su evolución a través del tiempo. Es preciso comprender que la participación de la mujer en los procesos revolucionarios tiene una deuda con reconocer el trabajo y condiciones de vida de mujeres de clases menos favorecidas,

afrodescendientes, migrantes o indígenas. Parte de esta deuda de los medios de comunicación, en el contexto nacional actual, es la que se pretende llamar la atención en este estudio. Visibilizar las luchas feministas desde múltiples realidades y actores, cuestionando las estructuras hegemónicas y la reproducción de discursos, es un desafío, no solo de los movimientos feministas y colectivos sociales, sino de las formas de hacer comunicación, con el fin de vislumbrar entornos justos y equitativos.

En los párrafos anteriores, se expresa que el feminismo va cambiando en el tiempo, debido a la variedad de posturas; no es unísono, pues la tensión de fuerzas, sobre todo asociadas al poder, varía en cada contexto histórico. Así, los debates del feminismo en la actualidad, son otros, pero siempre apegados a la disputa de espacios y poder. Hablar de problemáticas en el ámbito público, implica hablar de los discursos que se transmiten en los medios. En el contexto actual, los espacios de opinión y de criterio profesional en los medios de comunicación están ocupados por hombres, lo que da muestra de una discriminación estructural y mediática (Byerly 2006; Vega 2014). Los contenidos de los medios, por su parte, responden a modos de violencia sexista, debido a patrones culturales que construyen imágenes estereotipadas sobre las mujeres, a lo que se le suma que las noticias muestran a las mujeres en sucesos donde son víctimas de violencia según un estudio del Consejo de Regulación, Desarrollo, Promoción de la Información y la Comunicación (2019).

La información que presentan las noticias constituye un escenario político, en el cual hay espacio para la discusión y el debate social (UNESCO 2017, 9). En palabras de McLuhan (1976): “ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan” (26). En ese sentido, las demandas, los discursos y las prácticas, han trascendido los colectivos feministas, se ven inmersas ONGs, las organizaciones populares, la academia, la iglesia y los medios de comunicación (109).

La temporalidad de este estudio comprende los últimos tres años, del 2018 al 2020, donde se dieron fuertes debates, relacionados a la agenda feminista en el contexto ecuatoriano. Así, algunos temas que sonaron en los medios de comunicación en el 2018 y 2019 fueron las movilizaciones en las calles en diversos momentos. Desde el 2018, momentos coyunturales como la agenda 8M y protestas en varias ciudades del país en contra la violencia y feminicidios, marchas por la despenalización del aborto que se debatió en la Asamblea Nacional, han ocupado los titulares de las noticias. Además, en el 2018, la Asamblea

Nacional aprobó la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, generando grandes expectativas y retos en el desarrollo de políticas públicas y expectativas de los colectivos feministas.

En el 2019, sonaban algunos temas como las réplicas a nivel mundial del himno de protesta “Un violador en tu camino”, movimientos feministas en las manifestaciones del paro de octubre en Ecuador, casos de feminicidios que conmocionaron a nuestro país, debates de educación sexual y reproductiva, incluyendo el argumento “con mis hijos no te metas”, entre otros. Un estudio realizado en el 2018, y publicado en el 2019, por organizaciones de la sociedad civil (la Red de Casas de Acogida, la Comisión Ecuémica de los Derechos Humanos (CEDHU), el Taller de Comunicación Mujer y la Fundación ALDEA) sobre los reportes de muertes violentas, constituye un hito trascendental para los activismos y para el establecimiento de la agenda pública y mediática.² El estudio de las organizaciones feministas, difundió la información con el fin de intentar frenar las distintas formas de violencias, así como proteger y reparar a los niños, niñas y adolescentes en situación de orfandad; y, sobre todo, visibilizar la violencia a la que están expuestas las mujeres. Es así como tomaron fuerza a través de campañas digitales como #BastadeFemicidios, #VivasNosQueremos, #24N y #NiUnaMenos, logrando un fuerte posicionamiento en las redes sociales y trasgrediendo los medios tradicionales al considerar estos temas en su agenda.

El 2020 es un año marcado por una crisis sanitaria, social y económica para el Ecuador. Según el Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer – Cepam (2020), la pandemia del coronavirus evidencia problemáticas como la violencia de género e intrafamiliar, en medio de la crisis sanitaria y la sobrecarga de trabajo para las mujeres, debido al confinamiento. El artículo digital titulado “La pandemia deja más secuelas en las mujeres de Ecuador”, publicado en el portal “efeminista”, escrito por Elías Benarroch (2020), establece que las mujeres sufren mucho más las consecuencias sociales y económicas de la pandemia, debido a un deterioro que aglutina mayor pobreza, índices de

² Comunicados y el mapa de femicidios cometidos en el 2018 en el Ecuador, alertó a los grupos feministas, así como inicio un debate público intenso alrededor de las 88 mujeres que fueron asesinadas por el hecho de ser mujeres.

desempleo y violencia machista, conforme análisis de diversas ONGs e instituciones del gobierno ecuatoriano.

El feminismo promueve la necesidad de impulsar agendas que cuestionan las formas de dominación instauradas. En ese sentido, los medios de comunicación son herramientas poderosas al momento de contraponer discursos hegemónicos. José Piñuel y Juan Gaitán (2010), en su investigación sobre el discurso hegemónico en la comunicación, expresan que los discursos de los medios aportan a la construcción y la reproducción de las formas de dominio social. El reto de los movimientos y activismos feministas y de mujeres ha sido y sigue siendo la transformación social, valiéndose de intentos para hacer visibles y audibles los discursos y demandas, por lo que el papel de los medios que influyen la percepción de las masas es importante. En los añorados procesos transformacionales, los medios de comunicación producen y reproducen conocimientos que le dan un sentido al mundo y conforman nuestra percepción de él (McQuail 1983, 59); y, conforman la percepción de la sujeta política del feminismo. Si bien Braidotti (2004) y Castañeda (2015), consideran que la sujeta política es la mujer, hay configuraciones nuevas del feminismo que cuestionan la categoría mujer desde el pensamiento butleriano (Butler 2007, 39) e invitan a pensar en las identidades diversas que resisten al orden hetero-patriarcal. Aun con esos debates sobre a quién o quiénes representa y a quién se toma como sujeto político del feminismo, el enfoque estará en la agencia de los y las sujetas en medio de la agenda feminista, los discursos que se elaboran, así como los actores que se consideran en los medios tradicionales masivos, alrededor de temas en el contexto local, entre los que se puede mencionar la lucha por la despenalización del aborto, la participación laboral y política de la mujer y diversidades sexuales, la violencia de género, formas sustentables de vida, afectaciones derivadas de la pandemia, entre otras.

1.1.1. Situación de los medios de comunicación en el contexto local

La comunicación en países de América Latina, desde inicios del siglo XXI, atravesó procesos de cambio. Los gobiernos vinculados a la izquierda o centroizquierda han destinado una cantidad considerable de recursos para potenciar la comunicación, visibilizar la gestión y mejorar el posicionamiento de lo público. En el Ecuador hay un importante hito para la comunicación: entra en vigencia la nueva Constitución del 2008, donde se contemplan como derechos a la comunicación y la información. En este sentido, las formas

de hacer comunicación también se replantean y aparecen una serie de cambios en las estructuras de los medios de comunicación y en la parrilla de contenidos. Martín Becerra (2015), afirma que los medios de comunicación en América Latina tienen una característica común; tradicionalmente, han sido de propiedad privada pero perseguidos por fines comerciales. Según un estudio de la organización alemana DW Akademie (2016), en Ecuador la gran mayoría de las empresas informativas ecuatorianas pertenece al sector privado y representan cerca del 96,63% de los medios, mientras cerca del 3 % son públicas, de las que cerca del 1 % son administrados por el Estado (producto de la incautación) y el restante incluye los medios comunitarios. Los medios públicos dedican la mayor parte de su programación a temas culturales y educativos, mientras los medios privados enfocan su programación en sus audiencias y las pautas publicitarias que los sostienen económicamente. Esto marca precedentes al momento de establecer la línea editorial de los medios.

Jordán (2009) expresa que el consumo de medios por parte de la población del país refleja una preferencia por la televisión y un gusto moderado por la prensa escrita y radio. Por otro lado, la prensa escrita ejerce una gran influencia en la opinión pública, ya que los editoriales, noticias y columnas de opinión suelen ser reproducidos por medios electrónicos, replicados en programas de radio y televisión, llegando a un público superior a los estimados 3,2 millones de lectores diarios (DW Akademie 2016, 21). Por ello es imperante comprender la influencia de los medios en la construcción de la subjetividad y de las sociedades, a través de las representaciones en sus discursos. Valcárcel (200) se refiere a los medios como “tiranía de las mayorías” (126), debido al rol de reproductores de la cultura dominante. En este sentido, la comunicación feminista trasgrede la cultura dominante, implica pensar en una forma diferente de comunicar, reflexionar y producir material comunicacional con enfoque de género, que se comprometa con los derechos humanos y cuente historias que promuevan justicia y equidad, según un encuentro virtual internacional, organizado en Argentina, denominado “Foro para la construcción de una comunicación feminista, transfeminista, diversa y popular” (Télam 2020).

En este contexto, según la consultora Mentinno (2019), en el ranking de los principales medios digitales en Ecuador a junio de 2019, se encuentran los diarios El Universo y El Comercio, los cuales además de tener mayor audiencia, son también los medios digitalizados con mayor cantidad de visitas y seguidores a nivel nacional, Es por lo que

estos medios comprenden las fuentes de la presente investigación. Los actores que tienen un mayor protagonismo en el panorama de los medios privados de Ecuador responden a grupos empresariales en el ámbito de los medios de comunicación (Tobar y Panchana 2009; DW Akademie 2016); y, coincidentalmente, ocupan los primeros puestos en el ranking. Así, el grupo El Universo, que pertenece a la familia Pérez de la ciudad de Guayaquil; comprende el diario El Universo, el diario Súper, las revistas Sambo y La Revista; además son propietarios de Radio City, y del canal de televisión pagada Univisa. El segundo grupo es El Comercio, que está en manos de la familia Mantilla en la ciudad de Quito; manejan el periódico El Comercio, las revistas La Familia, Carburando (automóviles), As Deportivo, EducAcción y la revista infantil La Pandilla. Además, son propietarios del semanario Líderes, del periódico Últimas Noticias, Radio Platinum y Radio Quito.

Respecto a la participación de las mujeres en el acceso, la estructura y la propiedad de los medios de comunicación del país, según un estudio del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2017), el 71,29% de la fuerza laboral de los medios de comunicación en áreas de producción de contenidos, se autodefinen masculinos, quienes se auto definen como femeninas representan el 28,54%, y apenas el 29,02 % de los responsables de la alta gerencia de los medios se autodefinen como femeninas, lo que evidencia una desigual proporción de participación de las mujeres en la estructura de los medios. Esto podría incidir en las representaciones de las mujeres y de las sujetas feministas en los medios de comunicación. Además, las representaciones de las mujeres en los medios están ligadas a estereotipos y los roles de género (Cordicom 2017). Entonces, si parte de los sujetos políticos del feminismo está representada en las mujeres, la denominación feminista probablemente estará también expuesta también a estereotipos y roles de género.

1.1.2. El escenario en los últimos años

Al hacer un paneo en los portales web de la prensa de Ecuador, del 2018 al 2020, medios como GK, Wambra, El Universo, El Extra, El Comercio, han recogido algunos temas asociados a la lucha feminista, como marchas, protestas de organizaciones y colectivas de mujeres y feministas, quienes alzaron su voz por el aborto libre y seguro, por los derechos sexuales y reproductivos, en contra de la violencia y los feminicidios en el país. También existen notas de prensa relacionadas a noticias de la región, que de cierto modo hacen eco

en el país, a través de campañas e iniciativas transnacionales y la articulación de las luchas por parte de los movimientos sociales.

La Fundación GAMMA (2020) publicó en su portal web, que la brecha de género es actualmente grande en noticias políticas, en relación hace 5 años. Esto refleja el proyecto mundial de Monitoreo Global de Medios (GMMP), que analiza los temas de género en los medios de comunicación, cada cinco años en cerca de 100 países. Los resultados del último estudio (2015) arrojan que las mujeres son una minoría como actoras de las noticias, a excepción de los segmentos relacionados a crónicas de crimen y violencia, donde representan el 51% del total de noticias. Este dato permite cuestionar la forma de representación y la construcción de los sujetos en el aparataje mediático como reflejo de la problemática de representación social de la mujer y de los sujetos políticos del feminismo. Por otro lado, al momento de considerar fuentes para la realización de notas de prensa, apenas el 9% de los expertos que se entrevistan son mujeres. Eso quiere decir que los hombres siguen teniendo mayor acceso al poder informativo y las mujeres y sus voces, no tienen una participación equitativa en la agenda de los medios.

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), catalogó como pandemia al brote del virus SARS-CoV-2, causante de la enfermedad conocida como COVID-19; a partir de este hito, hubo un quiebre en los modos de vivir y producir en el mundo entero. El papel de los medios de comunicación ante situaciones de crisis como esa, es mantener informadas a las audiencias para no ahondar la crisis (Wilcox, Cameron, Xifra 2006, 328); en este caso es necesario difundir la gestión y manejo de la emergencia, avances, educación en prevención y cuidado de la vida. La información que vemos en las noticias puede ser excluyente frente a las demandas de ciertos colectivos, como se ha visto.

Se dan grandes espacios a las disputas políticas sobre la forma en que deciden los gobiernos descentralizados, la reactivación de la economía y las medidas restrictivas para evitar contagios, pero no se otorga la importancia a temas como los problemas que los colectivos LGBTI en medio de la crisis sanitaria, condiciones de hacinamiento en las que miles de mujeres viven con sus hijos, cuidado y organización comunitaria, complicaciones de la virtualidad, afectaciones laborales, trabajo informal, entre otros. Ciertos temas se encuentran en blogs como “Saltodiario.com” o medios alternativos como “Wambra medio digital”, pero al hacer una búsqueda de notas de prensa en Internet, no se encuentran espacios que

informen o aborden estos temas de manera amplia y es casi nula la presencia de estas temáticas en el buscador de El Comercio y El Universo.

En general, las narrativas que consideran los medios para informar sobre las mujeres, la niñez, los colectivos LGBTI muestran titulares llamativos, controversiales, pero no necesariamente pueden generar reflexión con miras a la transformación social y estructural. Es decir, se muestra revictimización y sensacionalismo al momento de comunicar (Vega 2007, 133) respecto a las problemáticas de las mujeres. En momentos de crisis, en el cual se inscribe la pandemia del coronavirus, los medios funcionan como catalizadores del control y el orden; el sociólogo Manuel Castells (2009) se refiere al poder de dominio de la comunicación y de la mente, establece que, mediante la violencia, el poder se ejerce para crear, configurar y alimentar redes comunicativas.

Según la Corporación de Radio y Televisión Española RTVE 2020, 7000 firmantes a nivel mundial, se adhirieron a un manifiesto de apoyo a la huelga feminista del 8 de marzo, quienes eran mujeres periodistas y profesionales de la comunicación (RTVE 2020). Denunciaron las brechas laborales, económica, social, problemáticas como violencia y acoso sexual, pero también se enfocaron en la incidencia que tiene la dominación masculina de los mandos directivos y editoriales, sobre enfoques y discursos de los medios, lo que produce que no se muestren las realidades de las mujeres o que se muestren de manera sesgada, como si fuera un personaje secundario o alimentando crónicas y rating para los medios.

1.2. Hitos y debates entre el 2018 y el 2020

En el contexto latinoamericano, el movimiento y campaña #NiUnaMenos, que surgió en el año 2015 en Argentina, tomó fuerza en distintos países de la región, incluyendo el Ecuador en 2018, la cual busca visibilizar, llamar a una lucha civil y del Estado contra de los femicidios y la violencia hacia las mujeres (Larrondo y Ponce 2019, 22). También la consigna “vivas nos queremos” fue y sigue siendo parte de luchas feministas alrededor de la situación de violencia, injusticia y mortalidad que sufren las mujeres. En mayo de 2018, en Chile se dio una revuelta en el sistema educativo, en la que movimientos feministas rechazaban la educación sexista. El Congreso chileno anunció la “Ley Contra el Acoso

Sexual Callejero” en el mismo año, fruto de más cinco años de protestas; y, en 2019 toma protagonismo mediático el himno “Un violador en tu camino”.³

Argentina ha sido uno de los primeros países que ha alcanzado importantes logros en materia de los derechos de las mujeres. En julio de 2018, decretó la Ley Brisa, la cual ampara económicamente a hijos e hijas que, por causa de violencia de género, no tengan a uno de sus padres. En diciembre del mismo año, se subscribió la Ley Micaela para prevenir violencia de género en el ámbito laboral público (Solís 2019). Finalmente, en el 2020, el Senado argentino aprobó la propuesta para legalizar el aborto en las primeras 14 semanas de embarazo (BBC News 2020).

Según un artículo del medio digital, Wambra (2020), la lucha feminista en América Latina tiene fuerza transnacional, de manera que sus demandas están en la agenda pública y política. En septiembre del 2019, se realizó el Primer Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe sobre Justicia, con el fin de crear condiciones para un sistema de justicia público que cumpla con los derechos a la verdad, justicia y la reparación de las mujeres, los niños, las niñas y las personas sexualmente diversas, desde experiencias y tramas comunitarias. En este marco, la Red de Periodistas Feministas de América Latina y el Caribe trabajó un especial para conmemorar el 25 noviembre, con la participación de 22 medios y periodistas de Ecuador, Perú, Argentina, Uruguay, México, Guatemala, El Salvador, Chile, Cuba y Paraguay. El especial destaca tres hitos en el Ecuador y son: la aprobación antes mencionada de La Ley orgánica integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las; la sentencia del caso de Vanessa Landinez, que en julio de 2018 otorgó seis años de prisión a Esteban Guerrero por homicidio preterintencional e incluyó varias medidas de reparación para la familia, entre las que se establece por primera vez, que los medios de comunicación aborden el caso desde una narrativa no revictimizante; y, la sentencia de caso de Juliana Campoverde, que el 17 de julio de 2019 estableció 25 años de prisión para Jonathan Carrillo por el delito de secuestro extorsivo con resultado de muerte, luego de siete años de la desaparición de Juliana.

³ “Un violador en tu camino” es un himno icónico y controversial, de autoría del grupo feminista “Las Tesis”, que se lanzó en el contexto de las protestas en Chile de 2019, donde las manifestantes hacían referencia a la violencia masculina que se ejerce sobre las mujeres desde distintas esferas públicas.

La Asamblea Nacional aprobó la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (LOIPEVM), en enero de 2018, la cual se fundamenta en cuatro ejes: prevención, atención, protección y reparación (Consejo Nacional para la Igualdad de Género 2018). La Ley tiene por objeto, según el Artículo 1, prevenir y erradicar toda forma de violencia contra las mujeres, en ámbitos públicos como privados, principalmente cuando se encuentren en múltiples condiciones de vulnerabilidad o riesgo. Según el Artículo 2, se buscarán transformar los patrones y estereotipos socioculturales que sostienen la desigualdad entre hombres y mujeres a través de la naturalización de la violencia. Además, la Ley establece los principios de igualdad y no discriminación, diversidad, empoderamiento, transversalidad, pro persona, realización progresiva y autonomía.

La Construcción de la agenda 2018 fue un hito a nivel gubernamental, que los medios difundieron. Según el Consejo Nacional para la Igualdad de Género el proceso de construcción de la Agenda Nacional para la Igualdad de las Mujeres y Personas LGBTI 2018-2021, se desarrolló a través de diálogos políticos realizados en Quito, Cuenca y otras ciudades con las organizaciones de mujeres y personas LGBTI, con el fin de incorporar sus demandas y reivindicaciones en la planificación, ejecución y evaluación de la política pública. En este mismo año, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC 2018) presentó la primera edición del Atlas de Género 2018, que de manera digital recoge indicadores como el analfabetismo digital, estado civil, ocupaciones, con datos por provincia, cantón y parroquia, donde se evidencia las diferencias entre hombres y mujeres en la población ecuatoriana.

Otro hito que fue palestra de debates entre grupos de mujeres, defensores de derechos humanos y feministas, frente a posiciones conservadoras, moralistas y provida, fue que el 19 de septiembre de 2019 no fue aprobada la reforma al artículo del Código Integral Penal (COIP) que buscaba ampliar las causales para un aborto no punible, entre ellas la causal por violación. Entonces, cientos de mujeres con pañuelos verdes, se convocaron y protestaron, tanto fuera Asamblea Nacional, como en algunos lugares de Quito y las ciudades grandes de país. Organizaciones sociales, indígenas, estudiantes, anunciaron movilizaciones para reclamar al gobierno por no apoyar la vida y salud de las mujeres y las niñas (Acosta 2019)

En noviembre de 2019, en el marco de 25 de noviembre, Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, el país vivió una jornada de movilizaciones en el país y a nivel regional, que se vio fortalecido con himno de denuncia que resonó a nivel mundial y fue coreado por miles de mujeres de varios países. El colectivo chileno denominado “Las Tesis”, fue autor de “Un Violador en tu Camino”, sacudiendo las redes sociales y los medios, al punto de que la letra de aquel himno, fue adaptada y contextualizada a nivel local en nuestro país y en varias ciudades del mundo. A finales de 2019 e inicios de 2020, se debatió acerca del Código de la Democracia con paridad de género, para siguientes comicios electorales, se plantearon propuestas por parte del Consejo Nacional Electoral, la Asociación de Municipalidades de Ecuador y organizaciones civiles (González 2019).

La situación actual de las mujeres, luego de la declaratoria de la pandemia del coronavirus, en 2020, según la ONU mujeres (2020), hay diferencias en los impactos que la enfermedad y sus secuelas va dejando entre mujeres y hombres. Así, las mujeres se encuentran en la primera línea de la respuesta (profesionales de la salud y del sistema sanitario, cuidadoras, voluntarias). Se ven afectadas por el trabajo de cuidados no remunerado, especialmente en tiempos de crisis. Sufren afectaciones a causa del subempleo y la informalidad; además, están expuestas a riesgos de violencia en las condiciones de aislamiento obligatorio. El problema está en que todas las crisis son un golpe duro para las mujeres porque se erosionan sus derechos (Sierra 2020, 1).

Respecto al impacto de COVID-19 sobre las mujeres en América Latina y el Caribe, México, registra un aumento de más de 30% de denuncias de violencia intrafamiliar y cerca de 5 violaciones diarias en mayo. Bolivia reportó en su periodo de cuarentena, 4 feminicidios, 1200 casos de violencia contra mujeres y 33 casos de violación a menores. En Colombia, los casos de violencia contra la mujer aumentaron en un 51% de marzo a abril y fueron asesinadas 12 mujeres. Brasil registró un aumento de 50% de denuncias por violencia de género durante la cuarentena. En Argentina, se incrementó un 39% de casos de violencia de género reportados por las líneas de emergencia (ONU Mujeres, 2020).

En Ecuador, desde que comenzó la cuarentena, cerca de 6.800 casos de violencia de género se reportaron en marzo y abril, de los cuales el 55% pertenecen a Quito, y aproximadamente 235 casos se presentaron en Guayaquil (Consejo de Protección de Derechos de Quito,

2020). Por otro lado, el Consejo de la Judicatura reconoció 225 delitos flagrantes a nivel nacional por maltrato hacia mujeres. El 911 registró cerca de 235 llamadas diarias, y aunque se reporta una disminución de denuncias, hay la probabilidad de que mujeres, niños y niñas, al estar con sus agresores, se encuentren vulnerables e imposibilitados para denunciar. Ante esta realidad, el Gobierno Provincial de Pichincha, habilitó un número telefónico para atender emergencias de violencia doméstica las 24 horas, cuyo código es “canasta roja”. La Secretaría de Derechos Humanos dispuso el funcionamiento permanente de sus 5 casas de acogida y 16 centros de atención integral, ubicadas en 13 provincias del país (Articulación Regional Feminista 2020, 54). La población LGBTI y las trabajadoras sexuales, en muchos de los casos, no cuentan con ahorros para sobrellevar el aislamiento (56).

A finales del 2020, se dio el veto al Código Orgánico de Salud (COS), luego de ser aprobado por la Asamblea Nacional el 25 de agosto de 2020. El presidente de la República, Lenín Moreno, presentó la objeción total al Código Orgánico de Salud (COS), alegando inconsistencias, después de que pasaran ocho años de debates y análisis. Por lo tanto, el Código Orgánico de Salud (COS) reconoce el aborto como un problema de salud pública y una emergencia obstétrica que debe ser atendida por parte del personal médico sin negativa, pero no considera el aborto en los casos de violación y por libre decisión de la mujer. El COS permite atender abortos en curso, brindando atención médica, pero el aborto en condiciones inseguras y clandestinas seguirá dándose. Hay estigmas marcados respecto al tema del aborto y libertad de decidir de las mujeres.

1.3. Pretensión de deslegitimación de las demandas feministas

Un gran problema al que se enfrenta no solo el feminismo, sino las minorías y los colectivos considerados trasgresores del orden, es la pretensión de anularlos en los medios de comunicación. Cruz (2005) afirma que las mujeres afrontan la desidentificación, como categoría que genera una oposición pública, reafirmando estereotipos y violencia hacia las mujeres; y a mi parecer, con mayor intensidad hacia la identidad feminista, debido a que está caracterizada por una “actitud o postura confrontativa” (Herrera 2009). Los medios de comunicación pueden distorsionar la imagen de personas o colectivos sociales o invisibilizarlos, bajo la premisa de ser un reflejo de la cultura social, reproducen estereotipos y estigmas (Conapred 2011, 11). Por eso es importante transformar los parámetros

socioculturales (Cordicom 2017, 348), de manera que se combata la discriminación y violencia.

Ahora bien, si los medios alternativos han sido aliados del feminismo por ser espacios de protesta y apertura a las demandas de los colectivos sociales, están dirigidos y son consumidos por públicos específicos y hasta especializados, como académicos, activistas, militantes (Janz 2019). Sin embargo, al momento de buscar romper con los espacios de hegemonía discursiva, los medios tradicionales se convierten en un objetivo clave porque se trasladan los temas de la agenda feminista a la palestra pública. Por lo tanto, se generan tensiones y debates, permitiendo hacer una aproximación a las formas en que se representan a las sujetas feministas y las construcciones sociales del feminismo. Como Bourdieu (2003) diría, la naturalización de los significados de género dados en la historia, se afianzan en instituciones sociales como la familia, la iglesia, el Estado, y, sobre todo, los medios de comunicación.

Hay un estigma marcado sobre las mujeres que se identifican como feministas en todos los ámbitos sociales. Hay la creencia de que las mujeres son incomprensibles y marcadas por una locura universal (Legarde 2012), lo que justifica el trato hostil en respuesta a esa locura. Irreverencia, irracionalidad, protesta es como se representa en el ámbito mediático y hasta en las fotografías que acompañan las narrativas en las noticias; si bien la comunicación no se reduce a los medios masivos según Mier (2019), estos tienen un potencial grande en la construcción de imaginarios y mensajes (111). Parte de la problemática es que el feminismo en nuestro contexto, se considera como un tema esporádico, se remonta al rating del que habla Berti (2019), en el que el sensacionalismo o el morbo juegan un papel clave para las empresas de comunicación en los contextos latinoamericanos (Berti 2010). Recordemos que los temas que se abordan en los medios están ligados a un fin ulterior denominado establecimiento de la Agenda Setting, donde se definen los temas que se tratan en los medios y sobre cuáles se debate constantemente.⁴ Los medios son “espacios privilegiados en la construcción de lo público, escenarios de disputa por el poder de la significación” (Unicef 2006, 57). Pero representar al feminismo en el ámbito noticioso y mediático es un reto desde cierta perspectiva comunicacional, porque al interior del mismo feminismo, existen

⁴ La teoría de la Agenda Setting establece la capacidad que tienen los medios para influir en la relevancia que se le da a los asuntos informativos y la influencia que se ejerce sobre el público a través de los temas que se encuentran en la agenda.

discursos heterogéneos y debates cambiantes; la agencia ecuatoriana de Relaciones Públicas, Taktikee (2019), publicó en su portal web, el artículo que se titula “El desvirtuado mensaje feminista”, que evidencia la disputa de ese poder de significación en el escenario público:

Qué pasa cuando no se trata de una empresa, y ni siquiera de un movimiento social coordinado, sino de cientos de grupos heterogéneos, con agendas distintas, que se bautizan con el mismo nombre: básicamente es el peor escenario posible, bajo una perspectiva de Relaciones Públicas, ya que sin control del mensaje y de los voceros, no hay manera de resguardar la buena reputación del nombre, y ese ha sido el resultado: la palabra Feminista genera incomodidad e incluso un rechazo automático (Taktikee 2019).

Por otro lado, el Festival Zarelia, que es un encuentro que surgió en el 2018, de la necesidad de tener espacios colaborativos y de intercambio de experiencias entre medios digitales feministas y medios generalistas con enfoque de género en América Latina, da cuentas de formas no tradicionales de hacer comunicación y periodismo.⁵ Las nuevas narrativas y enfoques no se cierran a los medios digitales, sino que trascienden los espacios con el fin de tejer redes de apoyo, compartir retos, dificultades, debates y otras miradas. En ese sentido, la diversidad, la heterogeneidad se convierte en un potencial de transformación social.

A través de la historia, el feminismo se ha constituido como un “espectáculo pintoresco” (Franquet 1982) que alegra el panorama informativo y se considera generalmente tedioso. Dicho “espectáculo informativo” es un problema que hace que las mujeres sean exhibidas como artistas, como soporte de hombres destacados, como víctimas, delincuentes, entre otros; al momento de hablar de manera positiva de la mujer, implica que existan una rentabilidad política (40), es decir, los medios apuntan a figuras que estén alineadas con su filosofía, que se consideren representativas y fuertes para poder dar declaraciones y ser consideradas en las noticias.

⁵ El Festival Internacional Zarelia: Periodismo, Medios Digitales, Género y Feminismo, partió de un trabajo realizado por El Churo y Wambra-Medio Digital Comunitario de Ecuador en el año 2018, en el que se identificaron a 31 medios entre medios digitales feministas y medios generalistas con enfoque de género en América Latina.

1.4. Conclusiones

El rol de los medios de comunicación es clave en la transformación social, incluyendo las luchas feministas. Los medios de comunicación en el Ecuador son en su mayoría de carácter privado y responden a grupos económicos y empresariales fuertes, que además ocupan los primeros puestos en el ranking de medios (El Universo, El Comercio). En esos medios se han abordado algunos temas de debate y controversia, convenientes para la agenda de medio, como marchas, agendas de mujeres y feministas, garantía de derechos y nuevos espacios en las esferas públicas. Así, algunos logros en la región se han valido de los medios de comunicación tradicionales para presionar el tratamiento de temas, difundir posturas específicas y voces autorizadas. El acceso a medios alternativos, ha sido importante para la lucha feminista sin duda, pero son los grandes medios tradicionales los que permiten transgredir el orden instaurado e irrumpir los espacios hegemónicos discursivos que dan paso a los procesos de cambio.

Existe una importante incidencia en la agenda pública, por un lado, de personal que conforma los medios de comunicación, por otro lado, los activistas y militantes de los movimientos sociales, en este caso las sujetas feministas. Comprender las formas en que se aborda, representa y construye sujetos sociales asociados al feminismo, comprende un potencial que permite tensionar las dinámicas desiguales de poder. Es decir, los procesos comunicacionales disputan el poder en el ámbito simbólico, con el fin de hacer frente a la violencia hacia las mujeres en otros espacios fuera de mediático, pero que reproducen violencia a través de las noticias.

Las políticas gubernamentales y los esfuerzos institucionales por implementar y dar seguimiento a la Agenda Nacional para la Igualdad de las Mujeres y de las personas LGBTI, implican intereses políticos que se han alineado con la agenda de los medios. Sin embargo, para la consecución de los intereses y objetivos de los colectivos feministas, las propias agendas de las bases, voces no institucionalizadas y debates al interior del feminismo, se convierten en estrategias de acción colectiva; y, por ende, en temas políticos, de participación y democracia. Los actores sociales (feministas), se convierten en el núcleo de las disputas de poder y las resistencias.

Los medios de comunicación tradicionales son un reflejo de los intereses supremos de la sociedad. Por ello, la representación de la mujer, las organizaciones sociales, la población LGBTI y las minorías, son víctimas de subordinación y desigualdad. La paridad de género en la vida pública y privada parece tener menor importancia que las cifras de violencia; sobresale en materia de género, todo aquello asociado a la violencia hacia la mujer que se lee en cifras; y, se minimiza la capacidad de acción, de lucha y sed de justicia. Existe una creencia errada de que la participación ciudadana depende de la labor del Estado o el Gobierno, por lo que se sujeta a la norma y es tratada como un producto (comercial) de la comunicación. Finalmente, los hechos y debates del periodo 2018 al 2020 abarcan importantes avances y también deudas materia de brechas género, lucha anti patriarcal, derechos y contradicciones tanto al interior del feminismo, como fuera de él. Por tal motivo, esta investigación busca hacer una aproximación a las formas en que operan los medios tradicionales de mayor alcance en el Ecuador, al momento de producir noticias y representar temas de los feminismos y sus sujetos, que finalmente serán cristalizados en mensajes dirigidos a la sociedad.

Capítulo 2. Entre las representaciones y la construcción social del feminismo en los medios de comunicación.

Este capítulo hace una aproximación a los trabajos de investigación que abordan la construcción de sujetos en los medios de comunicación como un preámbulo general del tema, para luego conocer lo que se ha investigado sobre las representaciones del sujeto político del feminismo y feminismos en los medios, es decir, un análisis de las narrativas y discursos que los medios hacen eco. En una segunda parte, se recogerán los aportes teóricos acerca del análisis del discurso de medios como una disciplina y transdisciplina; además, se abordan algunas problemáticas relacionadas al poder de la representación, la construcción y representación de sujetos, sobre todo del feminismo. Finalmente, se realizará una explicación del marco metodológico que se usó en esta investigación.

2.1. Estado del arte

Analizar las representaciones del feminismo en el Ecuador, a través de las narrativas de los medios de comunicación nacionales, comprende una discusión teórica y empírica en países de América Latina y análisis específicos de representaciones del feminismo y la sujeta feminista en medios de comunicación nacionales. El estudio del tema se ha organizado en tres grupos; una de la representación del feminismo en los medios que considera su importancia y el potencial transformador de sus luchas; por otro lado, la representación del feminismo inmerso en discursos disciplinantes, que afectan a sus actores, sobre todo cuando trasgreden el orden y reclaman derechos que se ven coartados por múltiples factores como la religión, la moral, la institucionalidad y la imagen; y, por último, un tercer grupo que aborda la construcción social del feminismo y los sujetos feministas, a través de las narrativas y discursos en los medios de comunicación.

2.1.1. Medios de Comunicación y discursos mediáticos

Bourdieu (2002), en su obra “Lección sobre la Lección”, contribuyó al análisis de la comunicación al establecer que el lenguaje, las opiniones y los medios de comunicación actúan en campos concretos y con estrategias de dominación que se inscriben en espacios sociohistóricos. Alonso (2004), por su parte, añade desde un enfoque cognitivo, el papel de

los sujetos cotidianos, quienes tienen capacidad de interacción, de dar sentido e historicidad de la realidad social. Por otro lado, los medios de comunicación si bien son reproductores de los poderes simbólicos, también responden a las capacidades de negociar de sus consumidores o receptores (Alonso 2004; Habermas 1991; De Certeau 1999), abriendo posibilidades dialógicas e intersubjetivas del lenguaje, de manera que se asignan valores y significados cotidianos en los sujetos dominados. Bajtín (2011) se refiere a la translingüística en un sentido dialógico de los procesos comunicativos.⁶ Estos aportes son significativos al momento de comprender la capacidad de interlocución de los discursos feministas contra los discursos hegemónicos que reproducen los medios. Es decir, según Bajtín, existen posibilidad de intercambio de argumentos y posturas al momento de recibir información por parte de los medios respecto del feminismo y sus distintos debates.

También son relevantes los aportes de las dinámicas de la comunicación en las contiendas políticas y los procesos de movilización (McAdam, Tarrow, Tilly 2005; Chen 2004) con el fin de hacer una aproximación a los mecanismos de difusión, que en el entramado de poder, requieren transferencia de información a través de vías de comunicación existentes y campañas en los medios masivos de comunicación, que recojan estadísticas que le otorguen peso a los temas, que apoyen las convocatorias y hagan eco de las movilizaciones.

Los aportes mencionados constituyen elementos clave en la construcción de la opinión pública y de sujetos; en este caso, la sujeta feminista. Los estudios de la política y de la comunicación hacen una aproximación a las formas en las que la contienda política y los movimientos operan, en busca de reivindicaciones y transformaciones sociales históricas. Es decir, la dinámica de comunicación apoyada en los medios de comunicación, aun cuando no es la base operativa de la contienda, se vale del poder informativo y persuasivo para poder difundir estratégicamente y funcionalmente los preceptos de lucha. El rol de los medios de comunicación en la actualidad, comprende estratégicas formas de transferencia de información respecto de las demandas de los colectivos feministas y movimientos de mujeres, tal como lo corroboran los hechos históricos que han generado disputas del poder y resistencias contrahegemónicas (Hasan, Gil 2016). Así mismo, manifiestan que, el enfoque

⁶ El diálogo comprende la conciencia de intercambio de diferentes puntos de vista, que hacen uso del lenguaje y atraviesa todas las prácticas humanas. No solo hace un análisis de elementos formales de la lengua, sino que aborda las relaciones dialógicas de la comunicación y los procesos discursivos como abiertos al cambio y la negociación de sus interlocutores.

de género apunta al tratamiento de los temas de la agenda feminista de manera oportuna y establece prioridades cuando se habla de temas como la violencia, el aborto y los feminicidios, por lo que su estudio se desarrolla a partir de la década de los 90; y, analiza a colectivas de mujeres, feministas, personal del periodismo que muestran apego por la perspectiva de género y comunicólogas especializadas en temas de género.

El enfoque de género comprende ir más allá de hablar o hacer referencia a las mujeres; busca entenderlo como una categoría de análisis transversal del proceso comunicativo. Entonces, todo el material comunicacional debe tener la perspectiva de género, sin exclusión u omisión alguna, contrario a la mirada androcéntrica de los medios que abordan Sanjuán y García (2018), haciendo un llamado a superar el enfoque extraordinario que se le da a una mujer cuando accede a un cargo o puesto de responsabilidad, de manera que un nuevo paradigma colectivo cuestione la desigualdad de género y la posición social real que ocupan hombres y mujeres. En ese sentido, Cristina Fraga (2004) también critica al ámbito periodístico sexista, que desde el funcionamiento de las agencias de comunicación puede construir espacios que atiendan y resuelvan las ausencias de la mujer en los discursos informativos. Visibilizar las desigualdades entre hombres y mujeres, permite entender las formas desiguales de distribución de poder entre los géneros, lo que produce subordinación, exclusión y discriminación hacia las mujeres en la sociedad.

Los activismos y modificaciones del mundo de la comunicación, donde las redes toman protagonismo, los medios tradicionales siguen la línea de las tendencias en redes, de manera que el periodismo orienta nuevas tendencias, incluyendo las demandas y debates de género (Sanjuán y García 2018). De ahí la necesidad de comprender las formas en que se representan los temas asociados al feminismo en los medios, las dinámicas de la producción de noticias y de los profesionales del periodismo que ajustan sus contenidos para responder tanto a las formas convencionales y masculinas de difusión de información, como al entorno digital donde las redes ocupan cada vez más espacios (Blane 2017).

2.1.2. Construcción mediática del sujeto político del feminismo

Los medios se consideran como espacios que permiten poner en la mesa de debate las desigualdades, violencia y rol de las mujeres desde nuevas miradas y considerarlos como espacios potenciales para el activismo. “Liberation in Print: Feminist Periodicals and Social

Movement Identity”, de Beins (2017) y “La difusión del feminismo mexicano: el papel de las feministas en los medios de comunicación” de Ludec (2017), plantean que los periódicos jugaron un papel clave en la formación del feminismo en los procesos históricos. Así, a partir de 1970 en Estados Unidos, se muestra que el feminismo es una identidad dinámica y emergente que surgió a partir de la relación entre la coherencia ideológica y la diversidad; y, se otorga protagonismo a los enunciados de las noticias al momento de construir identidades feministas.

En las décadas 1960-1970, las intelectuales feministas mexicanas se valieron de los medios escritos y audiovisuales como un espacio para la difusión y la recepción del feminismo, durante la segunda ola del feminismo. En la misma línea, pero en el siglo XXI, Fernández, Corredor y Santín (2011), establecen que el nuevo espacio de interconectividad favorece a los movimientos sociales como el feminismo y es cada vez más participativo. Los debates que difunden los medios de comunicación respecto a agendas del feminismo, van tomando protagonismo conforme los movimientos sociales articulan acciones y estrategias de lucha. Así, los movimientos transnacionales de mujeres en América Latina se han valido de los medios masivos de comunicación para difundir sus acciones en contra de las políticas económicas internacionales y hacer frente a los procesos globales (Chen 2004; Santacruz 2018). Las movilizaciones colectivas y las campañas transnacionales son las que han tenido éxito al momento de generar cobertura e interés de los medios de comunicación, a partir de la última década del siglo XX.

Varias de las actividades propuestas por los colectivos, implican la difusión de las campañas en la prensa y los medios masivos de comunicación, la recolección y elaboración de estadísticas confiables sobre el tema, la realización conjunta de las movilizaciones nacionales, constituyendo referencias colectivas transnacionales para organizaciones y grupos locales de mujeres y colectivas feministas, adaptándose a sus contextos socioculturales. Esta relación entre colectivos y medios masivos que busca establecer procesos comunicacionales y de difusión en la esfera pública, es el punto de partida para hacer un acercamiento a las dinámicas de representación del feminismo en los medios de comunicación tradicionales. Así, algunas campañas que se potenciaron en su momento en redes sociales, tales como #NiUnaMenos o #AbortoLegalYa, adquirieron gran notoriedad al ser replicadas por los medios tradicionales. La prensa constituye un espacio masivo

poderoso, más aún cuando sus discursos se replican en internet, puesto que las posibilidades de ratificar discursos son inmensas.

Ahora bien, los sujetos políticos del feminismo que dan lugar a colectividades feministas, en la revista *Mujer Mexicana*, según Delmy Cruz (2015), son las putas, las hermanas, las madres, las esposas, las mujeres, las otras y las feministas; es decir, hace referencia al sujeto político del feminismo como mujer, o más bien la sujeta. También existen trabajos de investigación que se refieren a la construcción social-mediática negativa de la sujeta política del feminismo, donde los discursos disciplinantes son constantes sobre la categoría mujer. Los programas de televisión que generan ingresos para subsistir, se han analizado más ampliamente y comprenden un factor que influye en la representación y construcción de la sujeta mujer, así como identidades socioculturales que parten de lógicas de consumo (Zapata 2014; Lomas 2002). Zapata (2014) estudió los programas de espectáculo de la televisión quiteña, donde la representación de lo femenino, la lógica del consumo, la noción de “belleza ideal” y la hiperfeminidad son evidentes; Lomas (2002) por su lado, establece que la identidad sociocultural persuade a las personas a optar por hábitos, conductas y la búsqueda de obtener placer en los anuncios de los medios. Estos trabajos aportan al proceso de investigación, a través de las nociones de la construcción de sujetos y su relación con su entorno social. En dichas relaciones, se encuentran discursos de vigilancia de los cuerpos, la lógica de consumo y la transmisión ideológica.

Si bien, mujer es la categoría que predomina al momento de hablar de feminismo y de sus representaciones en el espectro mediático y discursivo, Judith Butler (2007) en “El género en disputa”, supone una revolución del concepto “mujer”. Hay que recordar que, en la amplitud de demandas y luchas feministas, se considera al otro como sujeto de derechos, y por lo tanto, van más allá de la categoría mujer. Dentro de la recopilación y revisión de notas de prensa de esta investigación, se hará una búsqueda de temas y narrativas relacionadas con las demandas de la comunidad LGBTI, nuevas masculinidades, entre otros. Por lo tanto, la limitación de búsqueda de notas de prensa con la categoría mujer, implicaría la exclusión de los demás sujetos del feminismo.

2.1.3. Representaciones de los medios del sujeto político del feminismo

Según Molina (2020), en el estudio que realizó sobre el discurso disciplinante de los medios respecto a un caso de femicidio en Ecuador, se analizaron dos periódicos que son de interés del presente proyecto de investigación. Entre los principales hallazgos, se determinó que El Universo y El Comercio, manejaron enfoques sensacionalistas, que descontextualizan las narrativas y refuerzan estereotipos y prejuicios sobre las mujeres. Se pretende contrastar los enfoques y narrativas sobre las mujeres, en relación a lxs sujetxs feministas, cuya representación es objeto de estudio de este trabajo.

Por otro lado, las autoras García y Martínez (2008), recogen los principales estudios que se han realizado durante los últimos 50 años sobre las representaciones de las mujeres y el cuerpo en la publicidad. Manifiestan que existen vacíos en la investigación de esta temática en América Latina y Ecuador, y sobre la recepción de los discursos narrativos e imágenes que se transmiten en los medios de comunicación. En ese sentido, Pontón (2015) también aborda la publicidad en el Ecuador, ligada a imágenes de género estereotipadas, que responden a ideas de consumo masculino, colocando a las imágenes de las mujeres como “objetos de deseo” y perfección física. Si nos referimos a la experiencia de otros países, Agatha Beins (2017) en “Liberation in Print: Feminist Periodicals and Social Movement Identity”, habla del rol de los medios en Estados Unidos, como determinante en la construcción de las identidades feministas en los años 70 y 80, cuestionando la época por tener tinte racista, heterosexista y centrado en la mujer (146). En la época, el rol de los medios impresos fue clave en la transmisión de ideas de feminismo de la época, ideas del movimiento de mujeres, literatura de protesta, resistencia a los medios de comunicación y a las formas de publicación patriarcal.

En el contexto de América Latina y la percepción de las representaciones, Guillermo Orozco (2000) sostiene que los estudios de recepción en América Latina abordan la especificidad regional de los fenómenos contemporáneos relacionados con el globalizado intercambio informativo, donde las tecnologías digitales son imprescindibles en la vida cotidiana de las audiencias. Jesús Martín Barbero (2003) propone investigar los medios desde los usos de lo que los medios ofrecen; considerando que la comunicación es un proceso de dominación, donde los medios inyectan significaciones en el imaginario de la cultura de masas. Por lo tanto, la subjetividad de las mujeres respecto a su representación en la publicidad responde a un campo de significaciones y tensiones en torno al mercado, el cuerpo y la cultura de género.

Moragas (2014) y Mogaburo (2013), realizan estudios sobre la construcción de las representaciones e identidades genéricas en torno a problemáticas como el aborto y los roles derivados del género en el espacio público en el contexto argentino. Realizan análisis del discurso en los primeros años del siglo XXI, respecto a temas derivados de debates que el feminismo ha introducido en la agenda pública. El objetivo fue indagar en las representaciones de género derivadas de la producción de discursos periodísticos. La idea de revisar estos trabajos investigativos previos, es que las condiciones de producción y circulación en Argentina, permitan dar cuenta de las estrategias que generan coexistencia de discursos tradicionales conservadores y discursos igualitarios de las relaciones de género y la posibilidad de asemejarse a la realidad ecuatoriana.

Como podemos ver, a pesar de la exploración cercana a cómo se construyen las relaciones de género en los medios de comunicación, existen vacíos respecto a la representación de la sujeta feminista y muy poco sobre un análisis crítico de las representaciones de los feminismos en nuestro país. La construcción mediática del feminismo hace referencia principalmente a las acciones colectivas y la ideología feminista cuyos discursos no son homogéneos, es decir, va más allá de los análisis numerosos y valiosos sobre las mujeres, puesto que pensar solo en las mujeres podría limitar las demandas feministas. La importancia de comprender el tratamiento de la información noticiosa y de opinión sobre el feminismo nos permitirá comprender las relaciones de poder inmersas en los discursos y narrativas, así como las voces autorizadas respecto al feminismo. La carga semántica del personal generador de noticias se traduce en la construcción social del feminismo, a través de los discursos que se difunden en los medios masivos.

2.2. Marco teórico

Este trabajo de investigación tomará cuatro grupos de categorías teóricas, un primero grupo sobre las representaciones, el segundo sobre el sujeto político del feminismo, el tercero sobre la comunicación tradicional y alternativa; y, el cuarto grupo sobre los discursos. Estas categorías permitirán analizar el proceso de construcción y representación sobre el feminismo actual, a partir de las configuraciones del discurso inmerso en las noticias de los medios masivos de comunicación.

2.2.1. Representaciones en el ámbito mediático

Se hará un breve abordaje de las representaciones, en el que Moscovici (1979) plantea que la representación es un proceso que relaciona el significado con la percepción y se crean en la cotidianidad. La idea nos permitirá aproximarnos a las noticias y sus discursos cotidianos. Por otro lado, Herzlich establece que las representaciones recrean las interacciones sociales y permiten la comunicación entre los miembros de una comunidad para el intercambio social. Gutiérrez (2006) establece que la actividad discursiva está impregnada de argumentos, y por lo tanto da lugar a las representaciones sociales. Los medios están cargados de discursos en sus contenidos, incluyendo las noticias, lo cual da lugar a las representaciones del feminismo y sus sujetos políticos.

Se considera el aporte teórico de Martín Barbero (2003), quien plantea que los medios inscriben representaciones e imaginarios en la cultura de masas. Él propone investigar los medios desde la recepción y la cultura, desde los usos que la gente hace de lo que recibe de los medios. Otro concepto del mismo autor es el de los “no representados” (Barbero 1978), es decir son los invisibilizados y requieren reivindicaciones; menciona que en esta categoría se encuentran los jóvenes con discapacidad, mujeres y ancianos (28). En la búsqueda de una aproximación a la forma en cómo se representan las mujeres, se analizará la no representación, especialmente de las mujeres feministas en los medios de comunicación. Otro aspecto a considerar, es que los medios hacen una selección de las fuentes de información, dando voz a mujeres destacadas en el ámbito profesional o intelectual, otorgándoles la categoría de “figuras” del feminismo (Franquet 1982), lo cual se puede cuestionar por excluir las voces de las mujeres que no están en esa categoría y que históricamente han sido calladas.

Para hacer frente a la exclusión de todo aquello que no calza en el orden aceptado, y que convierte a los sujetos en no sujetos (Salgado 2013, 96), se tomará la propuesta de “considerar a los sujetos en sus contextos y especificidades, con sexo, cuerpo, edad, color, raza e insertos en tiempos y lugares particulares” (Frías 2000, 49), con el fin de promover la equidad de género, la riqueza de la ideología diversa con el fin de transformar la situación de subordinación de los sujetos políticos del feminismo. Mogaburo (2013) en su estudio de las posturas que adoptan los medios acerca del aborto en Argentina, se analiza la cobertura que realizaron distintos medios gráficos, evidenciando voces a favor y en contra, pero

también dejando sentado la reproducción de representaciones hegemónicas que criminalizan y violentan a las mujeres que tienen deseo de abortar.

Cuando se habla de legitimar relaciones de poder en los medios de comunicación, aparece el término *infoentretenimiento* (Castells 2009), que es la intención de difundir información atractiva, que genere influencia o entretenga. Por lo tanto, el análisis comprende cuestionar la representación de los temas feministas y la sujeta feminista bajo la lupa de lo que se considera atractivo para el aparataje mediático. En el mismo marco, se hace referencia a las representaciones e identidades sociales genéricas, cómo se negocian las mismas en los espacios mediáticos y si se legitima la desigualdad de los sujetos en dichas representaciones. (Fairclough, 1992; Lazar 2005).

2.2.2. Sujeto Político del feminismo

Luisa Posada (2018), escritora y teórica feminista, en una entrevista (2019) menciona que, si bien el feminismo busca restituir derechos a los oprimidos e incluir a las diversidades sexuales, no se debe disolver el sujeto político del feminismo que son las mujeres. Establece que se requiere un sujeto político fuerte y si se deconstruye la categoría “mujeres”, es una forma de apoyar los intereses del patriarcado. Por otro lado, Judith Butler (2007) supone el análisis del concepto “mujer”, dado que el sexo es construido culturalmente y no constituye una base para determinar el sujeto político del feminismo.

Ahora bien, el simple hecho de ser o identificarse como feminista, ya resulta un estigma según varias feministas, quienes desde su experiencia, son vulnerables a ser estereotipadas como resentidas y odiadoras de hombres (Molero 2016; Lillo 2019), o tomado de una columna Ramírez (sf), ser feministas resulta ser "incómodas e imprudentes [...] desacreditadas por peligrosas, brujas y locas". Hablar de feminismo no implica que todas las mujeres se identifiquen con él. Más bien hay cierto distanciamiento de algunas mujeres hacia el feminismo, marcado por el estigma de que ser feminista es ser libertina, abortista y subversiva (Espinosa y Jaiven 2002); por supuesto, aquello implica un reduccionismo. Ser feminista o promover el feminismo es considerado un atributo de descrédito, porque esto implica un estigma significativo al momento de construir identidades y de representarlas. Los atributos de diferencia de los ajenos a uno mismo, vuelve al extraño débil,

desaventajado o amenazador. El feminismo es un atributo que identifica a ciertos sujetos y a las minorías, por tanto, es susceptible de ser estigmatizado como un atributo desacreditador (Goffman 2003, 13), es decir, el feminismo al amenazar el orden instaurado, convierte a sus adeptos en extraños, o deslegitima sus pedidos.

Kilbourne (2000), desde una mirada feminista añade que, en los medios de comunicación, se hace un uso excesivo del cuerpo de la mujer a través de los anuncios comerciales. En este sentido, se analizará si en las narrativas asociadas al feminismo en los discursos informativos o noticiosos, se usa también la idea de la exhibición del cuerpo femenino. Van Dijk (2009) manifiesta que la prensa refuerza las jerarquías sociales de poder y violencia contra las mujeres, de manera que se las estigmatiza y se construye en muchos casos, un discurso público alrededor de la víctima. Los medios de comunicación hacen las funciones de juzgamiento, “dicen por quién sí y por quién no se debe tener compasión” (Rosso 2001, 32). La representación de la mujer en los medios masivos de comunicación, hace que sea mostrada como objeto de deseo sexual o como una víctima hiperviolentada (Mier 2019, 188).

Por otro lado, un estudio del Centro Internacional de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina, Ciespal (2019), respecto de la información que transmiten y publican seis medios de comunicación a escala nacional, manifiesta la existencia de una jerarquización en las relaciones sociales, económicas y de parentesco de las mujeres. Es decir, la representación de la mujer se expresa en niveles inferiores, donde se la sexualiza o victimiza, potenciando la idea de debilidad asociada a su condición de mujer o a su vez, poniendo de relieve su rol social en la familia y la reproducción. En ese sentido, la cuestión es conocer si en las noticias se enuncia a la mujer como principal o secundaria y en qué situaciones. Ahora bien, bajo la lupa del orden patriarcal y las relaciones asimétricas de poder, los estigmas que se generan sobre las mujeres, se acentuarán sin duda al ser sujetos o sujetas que atentan contra ese orden instaurado y que está fuertemente ligado a la concepción del feminismo.

Para Berger (2000, 74) la representación que se da a las mujeres supone que el espectador ideal es hombre y que la imagen de la mujer está destinada a complacerlo. Por lo tanto, la estigmatización de la mujer está sujeta al poder que ejerce el espectador sobre la representación de lo que es femenino. Entonces, la mujer y la femineidad es estereotipada;

por un lado, con cualidades de belleza, inocencia y pureza; y, por otro, la mujer voluptuosa, insinuante, mala (Suárez 2007, 9). Otro estereotipo es el de la mujer como sujeta desprovista de inteligencia o personalidad, posesión o trofeo del hombre. Si el sujeto del feminismo se representa en mayor parte como mujer, la sujeta feminista también puede ser representada con estigmas y sesgos, a lo que el análisis pretende añadir la actitud confrontativa y política de las feministas.

2.2.3. Comunicación tradicional versus alternativa

Granjon y Cardón (2003) hablan de los de medios alternativos presentes en los movimientos contemporáneos: medios contrahegemónicos y sitios digitales de activismo. Jordán (2009) se refiere a una característica multimedial común, dada la globalización y la digitalización, pero asocia a los medios tradicionales con la comunicación de masas, de formatos nacientes no digitales y con naturaleza comercial.

Por otro lado, la comunicación feminista al tener procesos diferentes de recopilación y procesamiento de la información, incluye el pensamiento decolonial feminista así como las formas diversas de resistencia de las mujeres (Rivera 2010), en respuesta a los intentos de la sociedad de aplicar metodologías colonizadoras. Si los medios generan influencia en las mentes y comportamientos, juegan un rol dominante al momento de difundir o no los anhelos del feminismo y transgredir las estructuras hegemónicas, opresoras y de desigualdad; considerando que los medios comprenden el “espacio donde se crea el poder”, según Castells (2009). Una de las características de la teoría feminista es que se inscribe en el marco de las teorías críticas de la sociedad (Cobo 2008), de manera que cuestiona las estructuras que producen y reproducen desigualdad, opresión o discriminación. Para poder generar cambios reales en la situación de vida de los oprimidos, el feminismo se convierte en un riesgo para el sistema patriarcal, en el que los medios operan.

2.2.4. El análisis del discurso mediático como transdisciplina

Bajo la premisa que “el poder es algo que opera a través del discurso” (Foucault 1973), la categoría de análisis del discurso es el punto de partida metodológico y teórico del presente

trabajo de investigación. Los discursos son hechos sociales que parten de procesos comunicativos en los que se hace uso del lenguaje y se materializa a través de enunciados (Bajtín 2011), pueden construirse a nivel individual y colectivo, requieren de actores y se dan en contextos específicos, desprendiéndose capacidades de respuesta o reacción. El análisis del discurso se considera más que un método, una disciplina (Bajtín 2011; Van Dijk 2003; Charaudeau 2009) que estudia las prácticas sociales y culturales que se generan del uso de la lengua, los enunciados y las construcciones sociales individuales o colectivas.

Van Dijk (2003) considera al análisis del discurso, como una transdisciplina, que parte de una construcción cognitiva. El análisis del discurso respecto a los feminismos, como objeto de estudio, establece según este autor, tres dimensiones de análisis: la primera es la manera de expresarse o hablar, donde se consideran las narraciones, el estilo, la retórica y el uso de metáfora. La segunda dimensión es la manera de pensar, en la que caben las ideologías, modelos mentales o multimodales. La tercera dimensión es la función sociopolítica, que implica motivar acciones y toma de decisiones en la sociedad. Por lo tanto, se adoptó en el proceso de investigación, las implicaciones metodológicas del análisis del discurso. Es decir, se recopilan y analizan los enunciados de las notas de la prensa escrita, tanto en fondo como en forma; se consideran las subjetividades y las construcciones del feminismo que los agentes productores de noticias (periodistas y editores) le imprimen a las noticias; y, se analizan los mensajes que se producen y reproducen en la prensa nacional.

La producción informativa de los medios de comunicación transmite estereotipos de género debido a sus dinámicas empresariales y cultura periodística (Carpio, Ordóñez, Suing 2018), por lo que el género no es un tema que genera valor en el momento de producir noticias. Gallego (2002) dice al respecto que la perspectiva de los medios de comunicación es masculina y androcéntrica, por lo que coloca al hombre en el centro y considera al género femenino como el otro. Esa idea discriminatoria y dominante, afecta la construcción de los sujetos en la esfera pública; Fraser (1990) se refiere a la esfera pública como la arena discursiva, donde intervienen diversas voces y tienen la posibilidad de inclinar la balanza hacia distintos lados; por lo tanto, los discursos tienen la capacidad de producir y reproducir construcciones de género hegemónicas.

El principal aporte del análisis crítico del discurso, desde una perspectiva feminista, establece que, como herramienta teórica, el rol del discurso es la clave de la perpetuación de

la dominación (Fairclough 1995), y la desigualdad, por lo que la actitud autorreflexiva (Lazar 1993) en las formas de hacer comunicación y periodismo, es necesaria.

2.3. Metodología

Este es un estudio contemporáneo de la representación social en los medios sobre las actoras feministas, tomando en cuenta que los temas relacionados al feminismo son ampliamente debatidos al interno y hacia afuera del movimiento. Las implicaciones culturales y políticas de la sociedad ecuatoriana permiten comprender lo subjetivo en los individuos que representan y que interpretan esas representaciones a través de los medios de comunicación.

La metodología con enfoque cualitativo permite explorar a profundidad el rol de los medios de comunicación al momento de representar la ideología feminista y sujetos del feminismo, en medio de años donde se han debatido temas de salud, esfuerzos por disminuir las brechas y violencia de género, las afectaciones de la crisis sanitaria, protestas y agendas políticas. Hernández, Fernández, y Baptista (2010) establecen que el enfoque cualitativo pretende aproximarse a la perspectiva de los participantes (periodistas y comunicadores) para profundizar sus perspectivas y significados respecto al feminismo. Además, es un proceso inductivo que brinda la posibilidad de analizar la realidad y subjetividad desde la perspectiva interpretativa de los discursos mediáticos particulares que configuran representaciones generales sobre lo que es y busca el feminismo.

El análisis del discurso se usó para categorizar los mensajes, constatar la presencia o ausencia de temas y entender las narrativas, fenómenos sociales y culturales en relación a los temas asociados al feminismo. Monje (2011), establece que el análisis del discurso permite sistematizar la información, específicamente las noticias, para categorizar los mensajes, constatar la presencia o ausencia de temas y describir particularidades de los discursos. Gómez (2000) expresa que la finalidad de este método es encontrar los significados de los mensajes; se sistematiza e interpreta las noticias publicadas en los medios digitalizados. Por lo tanto, se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos dentro del análisis del discurso, para integrar datos relevantes sobre las publicaciones de temas relacionados al feminismo; la perspectiva metodológica y teórica a la vez del Análisis del Discurso, constituye un aporte para el levantamiento, procesamiento de información,

análisis y obtención de resultados. El análisis de discurso responde al objetivo de identificar los temas que se asocian a feminismo durante los últimos tres años en el Ecuador.

El instrumento de recopilación de información fue la revisión de fuentes documentales, es decir, una recopilación y análisis de notas de prensa, donde se habla de las actoras feministas, con la finalidad de cumplir el objetivo de registrar las narrativas alrededor de la representación del o los feminismos y la sujeta feminista. Para seleccionar los medios de comunicación, se consideró las versiones impresas y digitales de los periódicos de mayor circulación y seguidores en el Ecuador. El Comercio y El Universo (Mentinho 2019) responden al parámetro antes mencionado. Luego, se consideró las publicaciones en dichos medios, que fueron publicadas en temporalidad del 2018 al 2020, para otorgarle una aproximación vigente al estudio y recoger algunos hitos y debates públicos importantes, como la libertad de decidir sobre el de las mujeres, implementación de estudios y agendas de género por iniciativa estatal, pero sobre todo por la acción colectiva y las movilizaciones sociales articuladas en la región y el Ecuador. Se utilizaron colores para identificar y analizar enunciados y tensiones relevantes relacionados a los discursos dominantes y el feminismo.

Las notas de prensa se filtraron a través de los buscadores web de los medios El Comercio y El Universo. De ello, se obtuvieron 130 notas de prensa, de las cuales 79 responden al diario El Comercio y 51 al diario El Universo. Todas ellas publicadas en la versión digital del periodo comprendido del 1 enero de 2018 a 31 de diciembre de 2020, en las secciones de noticias de economía, social, actualidad, y opinión; y, el texto de las 130 notas, están asociadas a alguna de las palabras: *feminista, feminismo, mujeres, Lgbti, género, violencia, feminicidio, derechos*. Los principales temas que se encontraron del análisis son: el Día Internacional de la Mujer, efectos sobre las mujeres derivadas de la pandemia del Covid-19, feminicidios, violencia contra la mujer y la despenalización del aborto.

En un segundo momento, se identificaron cuatro periodistas, que hayan realizado notas relacionadas a temáticas feministas, como la agenda del 8 de marzo, feminicidios y violencia hacia los y las sujetas feministas, debates respecto a los derechos sexuales y reproductivos, durante el 2020 y que pertenezcan a los 4 medios más grandes del país, como son los Diarios El Comercio y El Universo; y, los canales Ecuavisa y Teleamazonas.

Se aplicó también el instrumento de entrevistas semiestructuradas, con el ánimo de comprender las situaciones y percepciones de las personas, en este caso quienes están inmersos en los procesos de escritura y publicación de notas informativas o de opinión en medios tradicionales. Con este método se responde al objetivo de analizar la postura y percepción del personal que genera las noticias frente a los temas relacionados al feminismo y las sujetas feministas en los medios de comunicación. La información obtenida de las entrevistas fue contrastada con las percepciones de las activistas y comunicadoras feministas. Así, en cuanto al acceso a espacios en los medios tradicionales, se identificaron periodistas de medios alternativos con quienes fue clave considerar en la guía de la entrevista: la escucha activa sobre las experiencias y formas de organización de la información, la efectividad y precisión de los mensajes, las representaciones y subjetividades (Maletzke 1992) que construyen las noticias sobre los feminismos. Se entrevistó a 3 periodistas de medios tradicionales y 3 de medios alternativos para contrastar la información proporcionada respecto a la apertura que tienen los medios para abordar temas de interés del feminismo, así como su propia posición respecto al feminismo. Se revisó cuidadosamente en la nueva versión de este trabajo de investigación, la confidencialidad de los participantes, aunque mostraron su consentimiento verbal, con el fin de no comprometer su identidad y su relación laboral.

En la investigación feminista, Mies hace alusión al uso de métodos cualitativos como respuesta a la relación entre la investigadora y el objeto de investigación, de manera que hay de por medio un compromiso político (2002). Desde mi experiencia profesional de la comunicación, escogí el método cualitativo para analizar a la luz de las teorías feministas y los estudios de género, las representaciones y construcciones discursivas alrededor del proceso de producción de noticias. En este trabajo, es importante considerar mi posicionalidad como comunicadora, ya que daba por sentado que las formas de generar información para los medios, estaban sujetas a generar interés dentro de una perspectiva hegemónica de operar de los medios de comunicación. Sin embargo, en el transcurso del análisis, fue descubriendo una perspectiva colaborativa y diversa de hacer periodismo. Comprender los discursos y narrativas de las noticias que publican los medios de comunicación, así como la representación en ellos de los feminismos y los sujetos feministas, permitieron cuestionar los procesos comunicacionales que se ha adquirido durante toda la vida bajo relaciones de poder, analizar el abordaje de temas con perspectiva de género y la importancia de las subjetividades.

Se elaboró una ficha con el esquema de análisis del discurso, con el objetivo de organizar los elementos de las notas de prensa; lo que permitió definir construcciones discursivas y contrastarlas teóricamente. La ficha contiene las siguientes categorías: la cual incluye el contexto en el que se desarrollaron las noticias, el titular, el tipo de material, tamaño de las notas digitales, las voces que se consideran en la nota, las imágenes que se ha usado para ilustrar las noticias, posiciones discursivas, las series visuales que comprenden textos, sujetos y todo aquello que es visual pero está por fuera del texto. También hay configuraciones narrativas que son los discursos que se articulan alrededor del poder; categorías léxicas conformadas por sustantivos, verbos y adjetivos que sobresalen en las notas; construcciones discursivas y la intencionalidad de las noticias. La tabla muestra un resumen de aquello que sobresale por cada categoría de análisis.

Tabla 2.1. Esquema de Análisis del Discurso

Contexto: antecedentes, coyuntura, declaratoria de emergencia sanitaria derivada de Covid-19, debates en la región, mes de la mujer y agenda del 25N.	Titulares: sobresale la palabra mujer.
Tipo de texto: Noticias (70%), reportaje (19%), entrevista (5%), crónica (6%).	Tamaño: 2000 a 5000 caracteres, 7 y 18 párrafos cortos, 0 a 2 imágenes.
Voces del discurso: Agencias de noticias, voces institucionales, datos y cifras, ONGs.	Imagen: Festivales, rostros protegidos, carteles, marchas, puños, expresiones, pañuelos, calles. 5 fotonoticias y 2 fotoreportajes.
Posiciones discursivas: prejuicios contra las mujeres, brechas de desigualdad, condiciones de vulnerabilidad, estereotipos y violencia de genero. Liderazgo, separación del feminismo radical, explotación.	Series visuales: Lingüísticas: enunciados del texto y pie de fotos. Paralingüísticas: autoras mujeres (44 %), hombres (36 %), agencias (20 %). Fecha de publicación y resaltados. No lingüísticas: fotos, símbolos, espacios, colores refuerzan ideas.
Configuraciones narrativas: Capacidad de gestión de gobierno. Tensiones de poder respecto al género. Voces y actores que se consideran son representativos, Retrocesos en temas de género en diversos ámbitos como político y económico. Brechas de desigualdad / mayor acceso de	

mujeres a espacios de poder y a todos los espacios. Realidades de mujeres en territorio ecuatoriano. Liderazgo de otros países en la región en luchas feministas, no da cabida a formas alternativas de organizar las actividades humanas, organización y movilización social asociada a la izquierda y al feminismo.	
<p>Categorías teórico-analíticas: Representación de la mujer víctima.</p> <p>Relaciones desiguales de género.</p> <p>Formas de organización masculinizadas.</p> <p>Institucionalización y oenegización.</p> <p>Violencia estructural.</p>	<p>Categorías léxicas:</p> <p>Sustantivos: mujer, hombre, prejuicio, diferencias, violencia, derechos, víctima, cuerpos, feminista.</p> <p>Adjetivos: mejores, exitosa, líder prometedor, responsables, popular.</p> <p>Verbos: denunciar, protestar, trabajar, movilizar.</p>
<p>Construcciones discursivas: mujer es víctima de prejuicios por su condición sexo-genérica.</p> <p>Brechas son problemáticas y responsabilidad de los Estados. Crisis sanitaria agudiza problemas sociales y de género. Violencia intrafamiliar es común. Controversia sobre el aborto, derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.</p>	
<p>Intencionalidad: 30% informativa, 15 % ilustrativa, 2% científica, 44% política, 39% interpelativo.</p>	

Fuente: Elaboración propia con base en categorías teórico analíticas del Análisis del Discurso.

El análisis y procesamiento de las notas bajo el esquema mostrado anteriormente, permitió realizar un comparativo de los medios, en los que se identificó características comunes y otras variantes. Como característica común está la convergencia de temas según una agenda mediática generalizada, colectiva, en la que la prensa escribe sobre los mismos temas, a veces toma las mismas fuentes y otras añade un factor diferenciador en la noticia.

2.4. Conclusiones

Las formas de construir el feminismo están estrechamente vinculadas a las representaciones que se hacen de él en la esfera pública. El rol de los medios es configurar las narrativas y discursos respecto a las formas en que se representa a los y las sujetas políticas del feminismo. Así, el análisis del discurso es el mecanismo teórico y metodológico para

aproximarse a comprender los enunciados que le dan valor y sentido a las demandas asociadas al feminismo expresadas en las noticias de los medios masivos de comunicación. Los discursos inmersos en espacios de poder, como el mediático y muchos otros, inscriben estructuras que producen y reproducen las miradas sobre el mundo y la sociedad; donde la mirada androcéntrica y binaria es la que prevalece. La carga cultural y la construcción de significados, pueden influenciar la perpetuación de estigmas y estereotipos de género y raza, pero también pueden ser plataformas de transformaciones sociales y cambios importantes.

La teoría en este capítulo muestra una tensión en las narrativas discursivas respecto al rol de los sujetos sociales a partir de la normativa heterosexual y binaria, donde el feminismo es, a veces contradictorio y estigmatizado. En ese sentido, se representa y se construye identidades feministas que se atribuyen a minorías y subversiones peligrosas, en los medios de comunicación masiva. Al hablar de feminismo, se habla de capacidad de organización, agencia y luchas por los derechos. Por otro lado, algunos debates eligen a las voces *autorizadas* para expresar distanciamiento o alineamiento con esas voces, que en forma de violencia sistematizada, favorecen de manera desigual a los actores sociales dentro de los procesos de comunicación transversales a la vida humana, incluyendo los procesos de producción de noticias.

Capítulo 3. Construcción social del feminismo en los medios.

Este capítulo abordará los principales hallazgos respecto a las construcciones de discursos alrededor de las temáticas feministas y de su sujeto político en el ámbito mediático, específicamente en la publicación de noticias. Luego de realizar un análisis documental de noticias, se encontró que el centro de los temas, es la desigualdad de condiciones y oportunidades de las mujeres, por lo que se analizarán los enunciados, significados y descripciones que se le da a la categoría mujer. También, se analizarán las principales líneas discursivas de la prensa escrita, respecto a los sujetos que no entran en la categoría mujer, pero que también forman parte de las luchas feministas.

El capítulo se divide en dos partes. La primera, refleja una tendencia creciente respecto al abordaje que se hace en los medios, sobre los temas relacionados a las mujeres. Es decir, los temas de interés se vinculan a la situación de las mujeres y su desarrollo. Hablar de los logros de las mujeres en diversos ámbitos, ha ganado espacio en los últimos años. El análisis va más allá del protagonismo, pues si bien los espacios en los medios son importantes, es una constante leer que la mujer sea víctima y se encuentre en situación de vulnerabilidad. Sin desmerecer la posibilidad de visibilizar la violencia a la que la mujer está sujeta en la sociedad, es importante pensar en las formas en las que las noticias representan a las mujeres y cuestionar si se reproduce o no violencia, a través de discursos victimizantes. Considerando que, la agenda del feminismo es amplia y va más allá de verse representada solo en las mujeres, es mínima la información y noticias que hablan de las diversidades sexo-genéricas y otros temas que también están en la agenda feminista.

Existen varios temas que se han tratado en este último trienio en el espacio mediático nacional. Los temas están marcados por debates de la región, así mismo, algunos procesos, voces e iniciativas regionales tienen mayor espacio en la producción nacional noticiosa, en relación a las iniciativas y procesos locales. Es claro que hay una deuda de temas y debates que incluyen minorías étnicas, sexo-genéricas y organizativas en el contexto ecuatoriano; deuda derivada de las perspectivas binaria y colonial de ver el mundo y las sociedades; y, por el desconocimiento generalizado de la diversidad de posturas y luchas que promueve el feminismo.

Finalmente, se traerá a la discusión los principales elementos del análisis del discurso, donde se evidencia que las noticias no son solo informativas - aunque ese sea su fin-, sino también tienen una carga emotiva, reflexiva y hasta persuasiva; en muchos casos esas cargas responden a construcciones simplistas de sujetos y a sesgos de la información relacionados a la línea editorial del medio.

3.1. Resumen de notas de prensa analizadas

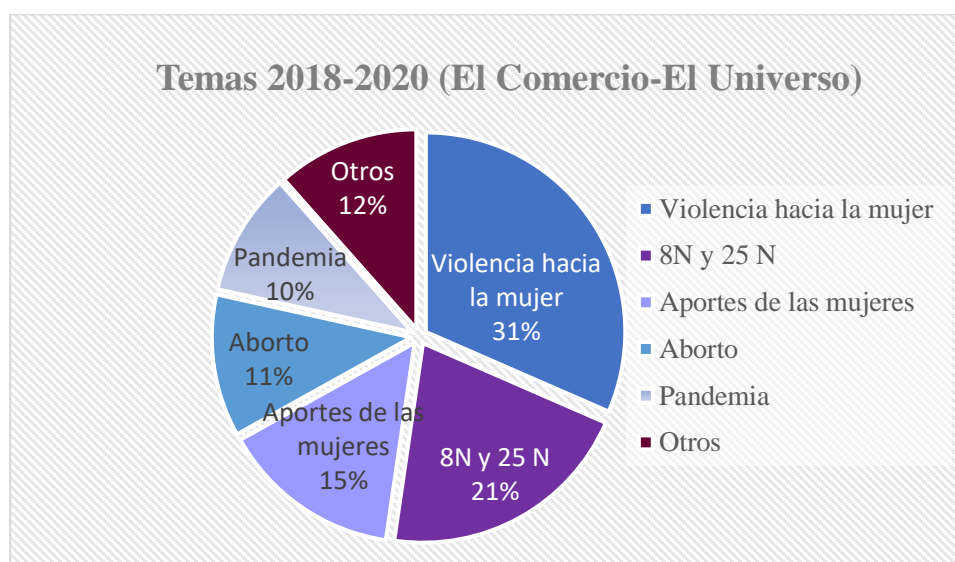
Se presenta un resumen consolidado de resultados numéricos, que partieron del análisis y tabulación de 130 notas de prensa, a través de una tabla que muestra los porcentajes de las publicaciones. Se agruparon las notas de prensa en 6 grupos o temáticas de noticias que fueron publicadas en el periodo comprendido entre el 2018 y 2020 en El Comercio y El Universo.

Tabla 3.1. Consolidado de notas por medio, año y temáticas.

Medio	Año	Principales temáticas												Total	
		Violencia hacia la mujer		Marchas 8N y 25 N		Aportes de mujeres		Aborto		Pandemia		Otros temas			
		#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
El Comercio (75 notas)	2018	7	5%	4	3%	4	3%	2	2%	0	0%	1	1%	18	14%
	2019	6	5%	5	4%	3	2%	2	2%	0	0%	3	2%	19	15%
	2020	13	10%	7	5%	4	3%	4	3%	5	4%	3	2%	36	28%
El Universo (55 notas)	2018	4	3%	3	2%	3	2%	2	2%	0	0%	2	2%	14	11%
	2019	4	3%	4	3%	2	2%	2	2%	0	0%	3	2%	15	12%
	2020	7	5%	4	3%	3	2%	3	2%	8	6%	3	2%	28	22%
Sumatoria notas		41	32%	27	21%	19	15%	15	12%	13	10%	15	12%	130	100%

Fuente: elaboración propia con base en tabulación de las notas de prensa.

Gráfico 3.1. Temas en las noticias 2018-2020 (El Comercio y El Universo).



Fuente: elaboración propia con base en la tabulación de las notas de prensa

Recordemos que las temáticas, más allá de mostrar números de publicaciones en una temporalidad específica, están sujetas a informar a la audiencia, dentro de una agenda mediática selectiva; y, por lo tanto, son susceptibles de generar reflexiones, controversias y persuasiones.

Hay temáticas que se abordan más, como es el de la violencia, que representa el 32 % de noticias, y que incluye notas sobre violencia hacia la mujer, violencia intrafamiliar, delitos sexuales, feminicidios, violencia de género con enfoque judicial y en derechos; en mayor cantidad en el 2019 se publicó sobre violencia relacionada al paro aunque se visibilizó de manera sesgada la violencia; en el 2020 se publicó con mucho énfasis, sobre violencia y afectaciones derivadas de la pandemia de Covid-19 que agudizaron problemáticas sociales y económicas.

El segundo grupo de temáticas es el de las marchas y protestas, representa el 21 % de noticias analizadas y responde a la coyuntura de la agenda que ha ido creciendo a través de los años. Así, en el 2018 corresponde el 5 % de notas, 7 % en el 2019 y 8 % en el 2020. En dichas notas se cubrieron marchas en distintas provincias del país y en otros países, se hicieron entrevistas y se trataron demandas de grupos de mujeres y activistas feministas en relación a la celebración del Día Internacional de la Mujer, conmemorada el 8 de marzo; y, el Día de la Erradicación de la violencia contra la mujer, conmemorada el 25 de noviembre.

El tercer grupo es el de los aportes de las mujeres, en el que se ha agrupado a las noticias relacionadas a iniciativas artístico-culturales, logros laborales, organizativos y científicos de mujeres en el ámbito nacional e internacional. Representan el 15 % de las noticias analizadas.

El cuarto grupo comprende los debates en relación al aborto, el cual comprende el 12 % de notas; donde las cifras oficiales sobre la salud de niñas y mujeres, toman un protagonismo importante en la argumentación y en un segundo plano, se aborda la libertad de decisión sobre los cuerpos de las mujeres.

El quinto grupo de noticias que habla de la pandemia, y representa el 10 % de notas, en ciertos casos también hacen alusión a la violencia a las mujeres, pero se encuentran en este grupo, para efectos teórico analíticos, dada la importancia de visibilizar la agudización de problemáticas socioeconómicas que afectan en mayor medida a las mujeres, producto del confinamiento, de retrocesos en materia laboral, desempleo y sobrecarga de labores de cuidado y domésticas.

En el sexto grupo denominado *otros temas*, se encuentran temas como código de la democracia y paridad de género, población lgbti, temas que no superan las 3 notas por año; y, representa el 12 % de las noticias.

3.2. Sujetos políticos del feminismo

Al hablar de la construcción de sujetos políticos, me remitiré a la noción de rearticular la subjetividad colectiva que opera en la desnaturalización de los sentidos hegemónicos (Retamozo 2009). En la disputa del orden social, se dan procesos que permiten un quiebre en los sujetos para identificarse, desprenderse o ganar autonomía en el curso de la vida en sociedad. El feminismo en la lucha por romper el patriarcado como forma de dominación y marginalización de las mujeres y de las minorías, busca restituir, otorgar dignidad y transformar los escenarios discriminatorios.

Butler (1999) en *El Género en Disputa* habla de la construcción social del género y el sexo, cuestionando la división masculina y femenina como una forma binaria de dividirlo todo. Desde esta perspectiva, la vida en sociedad se distingue entre hombre y mujer, dominante y

dominado; mayorías y minorías; femenino y masculino; en un sistema que descalifica, clasifica y opone de manera naturalizada a toda forma de organización y a todos los seres. Los individuos que forman parte de las minorías, son quienes buscan la ruptura de los sistemas de dominación en muchos casos, tal como las mujeres han buscado ocupar espacios a lo largo de la historia. Entonces, si ser mujer ha implicado ser dominada, todo lo que se asocia a lo femenino también. Los significados se van construyendo de manera social, ser mujer u hombre, ser masculino o femenino responde los calificativos que la gente valida y a los comportamientos que espera y acepta, dependiendo del género o sexo. Lo que está por fuera de lo binario, es criticado, descalificado e invisibilizado.

Una nota sobre la paridad de género en el proyecto de reformas al Código de la Democracia, muestra un gran avance en la búsqueda de la igualdad y equidad entre hombres y mujeres, sin embargo, no existe ni la mínima posibilidad de considerar las identidades por fuera de la heteronormatividad en el desempeño político:

Los binomios que busquen la presidencia de Ecuador estén compuestos por un hombre y una mujer o viceversa, fue uno de los puntos aprobados en el Código de la Democracia [...] el porcentaje de mujeres que encabezarán las listas electorales será del 15 %; en 2023, de 30 %; y, el 2025 llegaría al 50 %, para lograr en corto tiempo la paridad de género; es decir la presencia de hombres y mujeres en la vida política y partidista, en igualdad de condiciones. (El Universo 2019)

Para Butler (2006) el sujeto feminista es aquel desprendido de la normatividad heterosexista impuesta por la cultura, donde la subjetividad del mismo cuestiona los discursos que se producen y reproducen en determinado contexto social y lingüístico, para hacerlos inclusivos. Por otro lado, Benhabib (2006) cuestiona las posibilidades identitarias que abre Butler, porque pone en riesgo la participación de los individuos afectados y el diálogo multicultural donde se defiendan los derechos de los individuos más desfavorecidos desde su autonomía identitaria.

Lastimosamente, se reconoce en el ámbito mediático a las mujeres como desfavorecidas. Apenas 1 de 41 notas de prensa sobre violencia de género monitoreadas en el diario El Comercio, toma como sujeto político del feminismo a la comunidad LGBTI:

El asesinato de Javier Viteri, joven de 22 años del cantón Arenillas, en El Oro, genera indignación y debate. La Policía habló de un robo agravado. Sin embargo, para activistas y población Lgbti (Lesbianas, gays, bisexuales, transgénero e intersexuales), la motivación es el odio. [...] Si bien, un asesinato es la expresión más extrema de un tipo de violencia, no es el único riesgo o discriminación a las que está expuesta la población Lgbti. Betancourt habló de la realidad económica de los integrantes de comunidad y sus desventajas en el sistema educativo, como ejemplos. (El Comercio 2020)

De cualquier forma, el sujeto político del feminismo, es aquel que busca acceder al poder que le ha sido negado, busca dialogar en igualdad de condiciones y oportunidades. Por ello, se evidencia que en el ámbito de las noticias, existe una clara deuda en las representaciones y narrativas respecto a las luchas de la diversidad sexuales.

3.2.1. Representaciones de la mujer como sujeto político del feminismo

El sujeto político está ligado a la acción colectiva a través de la confrontación (Salazar 2013) y coloca en los debates contemporáneos a los jóvenes y a las mujeres en procesos emancipatorios y protesta social en la actualidad. Luisa Posada, en su defensa de las mujeres como sujeto político del feminismo permite comprender el hecho de que un mayoritario número de notas de prensa revisadas en este trabajo de investigación, colocan a la mujer como sujeto y objeto de lucha, aunque no siempre el sujeto principal del discurso. En todo caso, el rol de excluida le otorga una posición política a través de los movimientos y agendas feministas.

Ahora bien, Retamozo (2009), hace alusión a los sujetos políticos desde las experiencias colectivas y actos de subjetivación que rompen con las representaciones hegemónicas. En ese sentido, podemos decir que, existe un debate por las representaciones y los imaginarios, las acciones sociales y movilizaciones políticas; que consideran las desigualdades sociales y económicas, incluyendo el género y más allá de él. Retamozo propone que los elementos como historicidad, memoria, experiencia y proyecto son los que dan lugar a los sujetos políticos; y, por lo tanto, a una identidad colectiva. Esto se ve en las notas de prensa que se desarrollan en torno a las marchas por la conmemoración del 8 de marzo (8M) y del 25 de noviembre (25N), donde se mencionan colectivos, no solo de mujeres, sino también se hace alusión a los colectivos que protestan por los derechos humanos de las diversidades sexo-

genéricas, los derechos laborales, el cuidado del ambiente, entre otros. Así, los sujetos se van identificando por ciertos factores del entorno y vivencias de las mujeres, quienes son el sujeto central de la realidad que presentan los medios; mujeres de distintos sectores se van uniendo los procesos de lucha, procesos populares, que evocan trasgredir el orden dado y las relaciones de poder hegemónicas, son las actrices que hacen que otros se identifiquen con causas y generen acciones articuladas en favor de quienes representan.

Las noticias de prensa escrita reflejan una idea constante de la búsqueda de reivindicaciones por parte de las mujeres; lo que Barbero (2009) llamaría una búsqueda de visibilidad y reconocimiento con el fin de ejercer políticamente sus derechos (188). Existe una relación inequitativa respecto a los temas de violencia por sobre cualquier otro tema relacionado a las mujeres, lo que le da una imagen de víctima y sujeta violentada. Las cifras de violencia constituyen elementos validadores de las noticias según el análisis del material noticioso, que aunque son indispensables para visibilizar una problemática, nunca coinciden entre sí al momento de contrastar fuentes como observatorios, colectivos, instituciones sociales, estatales y organismos de control de la violencia. A partir de esas cifras, más o menos cambiantes, sobre mujeres violentadas, se desarrollan los titulares, ideas centrales, principales enunciados y narrativas de las noticias.

Los titulares respecto a la violencia de género, dan por hecho que la violencia afecta a las mujeres, lo que se reflejan en algunos ejemplos tomados al azar de las notas de prensa del 2020 en El Comercio: “La marcha del 8M en Quito alzó su voz en contra de la violencia y la desigualdad que sufren las mujeres” (El Comercio, 8 de marzo), “#UndíaSinNosotras: El paro nacional de las mujeres en México que grita contra la violencia de género y la inoperancia” (El Comercio, 9 de marzo), “Mujeres, separadas de trabajos durante embarazo y lactancia” (El Comercio, 15 de octubre), “La violencia intrafamiliar, el rostro oculto de la pandemia” (El Comercio, 2 de septiembre), “Los reportes sobre delitos sexuales a escala nacional van en aumento” (El Comercio, 6 de julio), “Mujeres alrededor del mundo reclaman igualdad pese a miedo al coronavirus” (El Comercio, 8 de marzo de 2021).

Parte del interés o entretenimiento que puede causar una noticia, se remite a la narrativa; así, las formas de plasmar, organizar la información, contar las historias, el estilo que le impregna el redactor, así como las construcciones discursivas. El material analizado busca en general, interpelar al lector en una suerte de captar su interés, sin darse cuenta que puede

enfocarse en la mujer violentada y desgraciada, más que en las causas o soluciones de la problemática.

Podría decirse que la prensa reproduce la violencia estructural y simbólica como un reflejo de lo que ocurre en la cotidianidad social; reforzando la violencia contra las mujeres en un discurso alrededor de la víctima (Van Dijk 2009). Un claro ejemplo es la nota titulada “Mujeres alrededor del mundo reclaman igualdad pese a miedo al coronavirus” (El Comercio, 8 de marzo 2020), en la que no se aborda las causas o soluciones a la problemática de la violencia contra la mujer, sino que expone enunciados en todos los párrafos acerca de las condiciones de desigualdad, tales como: “En Pakistán, un millar de mujeres desafiaron a la sociedad ultrapatriarcal para manifestarse por sus derechos, a veces bajo piedras y palos lanzados por los opositores”, “La violencia y la pobreza entre las mujeres están empeorando”, “Si bien tenemos 37 leyes relacionadas con los derechos de las mujeres, en el terreno lo que está sucediendo es una violencia generalizada en las formas de abuso doméstico, acoso sexual y violación”, “en México, donde se ha luchado durante décadas contra la violencia de género, estaban previstas varias marchas, especialmente en la frontera Ciudad Juárez, donde en la década del 90 cientos de mujeres fueron asesinadas”, entre otras.

Tabla 3.2. Noticias con temática de violencia de género y delitos contra las mujeres

Noticias analizadas	Noticias sobre violencia de género y delitos	Porcentaje de noticias sobre violencia de género y delitos
130	86	66 %

Fuente: elaboración propia con base en las notas de prensa.

Más de la mitad de noticias analizadas (66 %) muestran en sus configuraciones narrativas, a las mujeres como violentadas o víctimas, en lugar de otorgar potencial a los aportes en la vida social; y, si se muestran aportes significativos, no se resta énfasis a los prejuicios contra la mujer, más bien son los que originan llamados a cambiar las condiciones de las mujeres, como si no fuera posible otorgar valor a la mujer fuera de escenarios violentos o históricamente excluidos. Los medios pueden ser aliados de las mujeres al momento de confrontar las relaciones desiguales de poder en los espacios públicos, pero siguen manteniendo sus discursos alrededor de espacios de reproducción de dichas desigualdades.

Tal vez cabe preguntar si las alianzas con el poder mediático implican autonomía como sujetos de derechos; o, más bien, condicionamientos como sujetos vulnerados.

Los índices de violencia, debates sobre la decisión de los cuerpos, la negación de las garantías sobre los derechos sexuales y reproductivos, la necesidad del estado de responder por las víctimas mujeres, son algunas de las categorías léxicas que arrojan las notas de prensa, a través del análisis del discurso de los medios, que muestran el esfuerzo del ámbito noticioso nacional, por hacer visibles las relaciones desiguales de poder, y que recaen en violencia simbólica y justifica otras violencias. Bordieu (1999) se refiere a la violencia simbólica como “una violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento”; lo que me hace pensar que los intentos por visibilizar las problemáticas de género pueden verse limitadas al poco conocimiento o incluso, al desconocimiento teórico de los debates del feminismo y de los temas de género.

Esas relaciones de poder desiguales, históricas y culturalmente construidas, a través de prácticas y representaciones, se convierten en violencia simbólica que requieren resignificarse. Plaza (2007, 137) se refiere al lenguaje y a las representaciones culturales como “instrumentos extremadamente poderosos a través de los que el poder instituye su violencia”.

Para ejemplificar la violencia que instituye el poder, mencionaré un artículo sobre la líder alemana Angel Merkel, donde se habla sobre las cualidades para que sea considerada un referente de liderazgo en la región europea y a nivel mundial. Los prejuicios a los que está expuesta es que su gestión está completamente apegada a una manera racional, objetiva, cuantitativa de vivir la vida:

Angela Merkel (Hamburgo, 1954) es fanática de los datos. Personas de su entorno más cercano han señalado que únicamente toma decisiones sobre la base de números, datos y hechos [...] fue estudiante de Física en la Universidad de Leipzig. A finales de los años ochenta se doctoró, en esta misma institución, con una tesis sobre física cuántica titulada

Influencia de la correlación espacial de la velocidad de reacción biomolecular de reacciones elementales en los medios densos (El Comercio 2020).

La nota habla de su gestión como líder, sin embargo, colocar su formación universitaria en el ámbito científico, incluyendo el tema de su tesis, no viene al caso, pero se usa el enunciado para ratificar la validez de lo objetivo y metódico como cualidad que la hace capaz de tomar decisiones acertadas como mandataria, descalificando implícitamente las cualidades subjetivas y asociadas a lo femenino.

Los modos de gobernar son aceptados, la gestión de Merkel no es cuestionada en el artículo, aun cuando existan temas de fondo que sí se cuestionan en contextos latinoamericanos, como el tiempo que lleva un personaje en el poder o la atención que se le presta en nuestro país a temas que no están apegados estrictamente a su ideología de los actores políticos; en el caso de Merkel es bien visto, no se pretende colocarla en un extremo definido y se acepta su capacidad de negociar y cambiar de opinión.

3.2.2. Abordaje de los temas feministas en el último trienio

Para poder recoger los principales temas de los que se ha hablado en el ámbito mediático masivo, elaboré una tabla con los principales hitos abordados en la prensa más grandes del Ecuador.

Tabla 3.3. Hitos mediáticos relacionados al feminismo en el último trienio.

Año	Temas	# noticias	%
2018	Día Internacional de la Mujer (8M).	4	3%
	Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (25 N).	3	2%
	Primer debate de aborto por violación (octubre a diciembre).	4	3%
2019	Día Internacional de la Mujer (8M).	4	3%
	Reformas al Código Integral Penal para ampliar las causales de despenalización del aborto en casos de violación (septiembre).	4	3%
	Paro nacional (octubre).	5	4%

	Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (25 N).	5	4%
2020	Reformas al Código de la Democracia (febrero).	3	2%
	Día Internacional de la Mujer (8M).	6	5%
	Emergencia sanitaria en Ecuador y confinamiento a causa de pandemia Covid-19 (marzo a julio).	13	10%
	Veto del Código Orgánico de la Salud -COS (septiembre).	5	4%
	Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (25 N).	4	3%

Fuente: resultados de tabulación de las noticias de prensa.

Las marchas, auto convocatorias y protestas son hitos para los departamentos de noticias puesto que responden a la coyuntura de fechas conmemorativas nacionales e internacionales. Además, la coyuntura política hace que los debates de las leyes también generen expectativa en el aparataje mediático y la agenda. Es así como una cantidad significativa de noticias respecto a los derechos de las mujeres y la erradicación de la violencia hacia la mujer, son publicados por los medios a través de sus plataformas web. El 46 % de noticias corresponden a la coyuntura nacional o temas internacionales que han influenciado al ámbito nacional, es decir, que conforme se han dado hitos en los años, 2018, 2019 y 2020, las publicaciones han sido significativas en cuanto se han adaptado a la agenda del medio. Detrás de esta premisa un poco apegada a las nociones de poder de los medios, también hay que reconocer el trabajo de las comunicadoras feministas que han logrado posicionar en la agenda los temas y han aprovechado la coyuntura de manera estratégica para hacer noticia en espacios tradicionales y menos tradicionales.

Los hitos que ocupan mayor espacio en medios tradicionales de prensa escrita son: el Día Internacional de la Mujer que se conmemora el 8 de Marzo y el Día de la Erradicación violencia de género el 25 de Noviembre, efectos de la emergencia sanitaria en Ecuador causada por el Covid 19, el paro del 2019 y los debates sobre el aborto. El otro 54 % de noticias, que no están en el marco de los hitos considerados como relevantes por los medios, corresponde a casos puntuales o crónicas de violencia, delitos sexuales y feminicidios en su mayoría, y en menos cantidad a los aportes, logros y reconocimientos de mujeres.

3.2.3. La deuda mediática hacia las luchas feministas

Entre los principales temas pendientes, los derechos de las diversidades sexuales, la desigual distribución de las tareas de cuidado y domésticas, así como economía feminista y ecofeminismo son prácticamente nulos. La agenda de los medios está motivada por los ejes económicos y políticos sobremanera. Sin embargo, en estos amplios segmentos no hay una perspectiva de género, interseccionalidad, ni se habla del cuidado de la vida o formas alternativas de producción y organización. Aunque es importante considerar la violencia y desigualdad hacia la mujer, no hay cabida para otras identidades de género no binarias. Se evidencia la presencia de nociones y narrativas desde la supremacía blanca y heterosexista (Hooks 2017, 17) que se reproduce en los medios de comunicación. Menos del 7 % de publicaciones asumen una perspectiva de género, articulada con raza y clase. Algunos de los titulares de estas publicaciones se enlistan en el siguiente cuadro:

Tabla 3.4. noticias con perspectiva de género, articuladas con raza y clase.

Titular	Fecha	Medio
Ecuador fue al foro de mujeres indígenas	25/1/2018	El Universo
Estudiantes realizan en Guayaquil un tributo a las mujeres afro	27/1/2018	El Universo
El Secretario del Presidente recibirá a las mujeres amazónicas que llevan cinco días en Quito	16/3/2018	El Comercio
Mujeres indígenas y GAD de Cotacachi recibieron premio	28/9/2018	El Universo
En Ambato se llama a respetar el rol de la mujer	25/11/2018	El Universo
Ecuador: demanda indígena contra actividad petrolera se resolverá el 26 de abril del 2019.	14/4/2019	El Comercio
Mujeres y niños indígenas son parte de la movilización, en Quito	8/10/2019	El Comercio
La activista ambiental Nina Gualinga rompe el silencio para denunciar violencia de género	25/11/2020	El Comercio

Fuente: elaboración propia con base en las notas de prensa analizadas.

Las categorías teórico-analíticas resultantes del análisis del discurso de las notas de prensa, arrojan como resultado que, la representación de la mujer es de afectación en las esferas públicas y privadas. Los enunciados que enfoquen los esfuerzos, avances en temas de género o capacidad de agencia y resistencia no superan a los enunciados de víctimas históricamente violentadas. La deuda también está en revertir los enunciados victimizantes por los de dignidad, capacidad de agencia y valor propio de la mujer, sin comparaciones con los hombres sino como individuos sociales y políticos autónomos, como sujetos de derechos.

3.3. Construcción de discursos y construcción social

Plaza (2007) establece que la violencia simbólica justifica otras violencias. En este sentido, las relaciones de poder desiguales, históricas y culturalmente construidas, se valen de las prácticas y representaciones, para concebir formas aceptadas socialmente, como las ideas de mirar el cuerpo, comportamientos de hombres y mujeres en los espacios públicos y privados, las ideas binarias y sexuadas de ver el mundo, las jerarquías sociales y el lenguaje apropiado.

La construcción de discursos es un reflejo de la construcción social de identidades sociales, puesto que los discursos mediáticos muestran roles de los sujetos en la sociedad; además, parte del conocimiento de lo que ocurre en nuestro entorno e incluso lejos de él está marcado y se ve influenciado por el discurso mediático y sobre todo, por lo que vemos en las noticias, pues éstas son más creíbles que la publicidad que se transmite en los mismos medios. Gonzalo Abril (1997) afirma que, la construcción de la realidad tiende a reproducir el orden social establecido que beneficia a las clases dominantes. En ese sentido, el artículo "El legado de cuatro mujeres aún pervive en Quito" de El Comercio (2018) contiene narrativas que jerarquizan el legado de ciertas mujeres que, si bien lucharon por acceder a los espacios públicos, no mencionan sujetos fuera de su entorno social privilegiado:

En tiempos en los que el respeto a los derechos de las mujeres era un sueño de difícil acceso y sus labores estaban reservadas para el hogar, hubo varias luchadoras que rompieron los esquemas desde inicios del siglo XIX hasta que se acercaba el fin del siglo XX. En un recorrido por el Centro Histórico, el investigador de historia Héctor Molina López hizo un

recuento de la huella aún visible que dejaron Rosa Montúfar, Marieta de Veintimilla, Avelina Lasso y María Augusta Urrutia en la política, la cultura y el desarrollo social y urbanístico de Quito. (El Comercio, 10 de marzo de 2018)

Los medios buscan perpetuar el sistema de distribución de poder que responde a una audiencia grande, a la que pretende tratar como homogénea (McQuail 1985). Para comprender mejor la relación entre la construcción discursiva y social, se presentará un esquema resumen de análisis del discurso de medios que se aplicó en la investigación de campo y se sintetizará en él los principales hallazgos.

La diferencia entre El Comercio y El Universo es que el primero replica con más frecuencia las notas de las agencias internacionales de noticias, sobre todo relacionado a las fechas conmemorativas de marzo y diciembre, que hacen alusión a la búsqueda de la restitución de los derechos de las mujeres.

Hay una clara valoración superior de los objetivos por encima de los subjetivo en las categorías léxicas, donde las historias y casos no son considerados como prioritarios, sino que las voces institucionales y las cifras tienen mayor peso o relevancia. Además, los adjetivos, verbos y sustantivos más usados en las noticias hacen referencia a la violencia, víctimas, desigualdades en aquellos ámbitos que rigen la vida pública como son la política y la economía.

Respecto a la construcción de significados de los feminismos, la mayoría de las notas muestran crecientes avances para las mujeres, pero pocas veces se las define feministas o se habla de los feminismos. El artículo titulado “El Festival Equis presenta 24 películas en línea” (El Comercio 2020) es una de las excepciones, puesto que aborda la heterogeneidad de las luchas que persigue el feminismo, tales como “identidades disidentes, feminicidio, migración, maternidad, derechos sexuales y reproductivos, consentimiento y justicia son algunos de los temas que se podrán tratar a partir de las películas presentadas durante el festival” (El Comercio 2020). En ciertos casos, se coloca la palabra feminista como un adjetivo de las voceras de colectivos o activistas, pero, se omite por completo que existen diversidades de posturas y debates dentro del feminismo y, por lo tanto, es heterogéneo.

Otro elemento que destaca en el análisis, es dar por sentado que la representatividad de las mujeres líderes está en el ámbito profesional, intelectual o científico, marcando una barrera con el público lector que no se identifica con esos ámbitos, considerando testimoniales ejemplares y destacados en las ciencias. El titular de la noticia “Once profesionales fueron reconocidas como Mujeres del año 2020 por la Revista Hogar” de El Universo (2020) marca una distancia con quienes lideran procesos de luchas populares o simplemente no se consideran profesionales. Como ésta, las otras 18 noticias sobre los aportes de las mujeres, enuncian el reconocimiento de la mujer en ámbitos laborales, deportivos, económicos y políticos.

La noticia titulada “Día Internacional de la Mujer: 11 mujeres que cambiaron al mundo”, considera logros respecto a las luchas feministas a lo largo de la historia. Algunos de los enunciados de la nota en mención, ejemplifican las distintas luchas, derechos y realidades de las épocas en que se desarrollaron. Así, rescato algunos enunciados importantes que representan el legado o luchas de las mujeres destacadas, donde la primera es ecuatoriana:

Tabla 3.5. Enunciados que marcan luchas y logros de mujeres reconocidas.

Mujer reconocida	Enunciado
Manuela Sáenz	La cooperación de las campesinas e indígenas con los combatientes patriotas
Rosa Parks	Una de las limitantes era compartir espacios públicos con los blancos.
Gabrielle 'Coco' Chanel	Ella incorporó las prendas que sólo eran utilizadas por los hombres al vestuario femenino.
Marie Curie	Descubrió que la radioterapia podría ser un tratamiento contra el cáncer.
Simone de Beauvoir	“No se nace mujer, se llega a serlo”, afirma la escritora en 'El segundo sexo' (1949), su obra más polémica y la que le valió su puesto en la historia.
Madre Teresa de Calcuta	Cambió el mundo promoviendo la paz.
Malala Yousafzai	"Un niño, un maestro, un libro, un lápiz pueden cambiar el mundo"
Katherine Johnson	Fue una de las mujeres más importantes dentro del trabajo de la NASA durante la época de segregación en Estados Unidos.

Miep Gies	Miep Gies actuó de protectora de los judíos escondidos y muy especialmente como confidente de la adolescente Ana Frank
Margaret Thatcher	Fue la primera mujer en llevar el puesto de 'Primer Ministro' del Reino Unido en 1979
Diana Spencer	Fue una mujer fuerte e imponente y hasta la actualidad es referente de empoderamiento femenino por sus acciones en un mundo lleno de protocolos

Fuente: tabla elaborada con base en la nota de prensa “Día Internacional de la Mujer: 11 mujeres que cambiaron al mundo” (El Universo 2020).

Varios enunciados, adicionales a los recogidos en la tabla, reconocen las demandas de justicia y cambio social en diversos contextos pero que ha tenido un impacto global, y han cambiado la situación de las mujeres hasta la actualidad. El reconocimiento de mujeres no privilegiadas, generan reconocimiento y proximidad a la realidad de muchas mujeres y con ello, sus historias y voces se reafirman en la memoria social.

3.3.1. Historias y voces que tienen espacio en los medios.

Las voces institucionales, el rol del estado, representantes de colectivos van tomando protagonismo. Se puede evidenciar la institucionalización de los temas de género al revisar el material de análisis. Hay una manera de enfocar a los movimientos de mujeres como actoras de la interlocución con los gobiernos. Por otro lado, las mismas notas de prensa dan protagonismo a las ONGs y especialistas en política pública. En ese sentido, las noticias muestran que la institucionalización y “oenegización” son transversales en los temas, en una mirada validadora de las historias y voces que expresan sus resistencias. Revilla (2019) se refiere a estos dos procesos como estrategias y oportunidades donde los movimientos de mujeres latinoamericanos pueden organizarse, aunque puedan asociarse a riesgos de apearse a objetivos institucionales más que a los objetivos de la agenda feminista de base.

Las voces obtienen un valor en la producción de información; y, por lo tanto, las voces autodefinidas como feministas otorgan valor a las luchas feministas. El auge de las ONGs en el ámbito mediático, replica las ideas de "respeto hacia la diversidad cultural con el propósito de alentar la participación visible y equitativa de mujeres y hombres de cualquier grupo étnico” (Álvarez 1997, 13). El rol de intermediarios con los gobernantes y el poder,

no siempre considera en las negociaciones a las realidades de grupos minoritarios o de las periferias.

La profesionalización del feminismo como interlocutor con los gobiernos y ejes de poder, permiten alcanzar luchas importantes para varios grupos y mayorías, pero también es importante considerar que existen grupos y problemáticas que no son mencionadas siquiera en las esferas de debate público; o peor aún, se pretende tratar bajo la perspectiva institucionalizada que no siempre responde a las realidades de estos grupos.

En el análisis del discurso de una nota titulada “Mujeres lideran cerca de un 30 % de las empresas del Caribe”, enunciados como “La directora general de WEF Caribe, Johanna Santiago, dijo este miércoles que la cita de agosto servirá para buscar soluciones que ayuden a que mejore la situación de la mujer en la región caribeña” (El Universo 2021) muestran que la voz de una organización internacional es importante. Su opinión se considera durante toda la nota, tratando de las problemáticas de las mujeres en el Caribe, pero nunca se considera la voz de una caribeña que vive en carne propia esas problemáticas.

Las ONGs y organismos internacionales tratan los temas de la violencia y desigualdad, a través de instrumentos y programas pensados en sus países de origen, por lo que al intentar replicar o adaptar a países de Centroamérica o Latinoamérica, hay variaciones en el alcance verdadero de sus resultados, dado que sus realidades culturales y coyunturales son distintas. Álvarez (2001, 373), dice que un efecto de la institucionalización es que las propuestas se adhieren a los proyectos y sistemas producidos por la cultura masculina.

Rodríguez (1997) habla de una trivialización de las actividades de las mujeres, que se confirma en esta investigación, en el cual, de 130 noticias, se observa un predominio masculino del 68% de periodistas redactores de las noticias. Las personas entrevistadas como referentes de opinión también muestran desigualdad: el 80% son hombres en relación a la totalidad de noticias. Las entrevistas a las mujeres toman fuerza, únicamente, cuando se trata de informar sobre las marchas del 8M y 25N, donde las mujeres son entrevistadas, especialmente a representantes de colectivos feministas.

3.3.2. Construcción social del feminismo en los medios de comunicación

La construcción social del feminismo gira en relación a las luchas que van tomando espacio, y a las exigencias sobre los derechos. La representación de las identidades genéricas es la categoría que emerge debido a la producción y reproducción de las prácticas sociales, que no son más que el reflejo de las dinámicas económicas y culturales desde una mirada masculina, evidente también en el ámbito mediático y de producción de noticias. Existe una idea preconcebida de que los prejuicios son mayores en ciertas regiones; y, hay una noción de que los ejemplos a seguir respecto a los debates, nacen en países considerados como más avanzados en materia de derechos, sin cuestionar la validez para el contexto ecuatoriano.

Los medios replican estas nociones, sin escatimar en las ideas de colonialidad inmersas. Comparar los datos regionales no es suficiente; no se consideran las especificidades de cada contexto cultural e histórico, tampoco se enfocan las formas de organización comunitaria, colaborativa y alternativas de las regiones con “mayores sesgos de género”. De las 14 notas de prensa encontradas sobre la conmemoración del *Día de la Mujer*, 10 fueron escritas por Agencias internacionales y se replicaron en El Comercio, por lo que existió más noticias destinadas a reconocer los esfuerzos de otros países en relación a los esfuerzos del Ecuador.

Santana (2001) expresa que la configuración de la opinión pública, constituye una actividad con funciones políticas y sociales trascendentes; espíritu que el feminismo busca en los espacios donde se configura el poder como es el mediático. Por ello, rescatar la lucha feminista propia del contexto local, permitirá configurar y cuestionar las relaciones de poder en el país.

3.4. Conclusiones

El Análisis del Discurso en las noticias de los medios nacionales, permitió dilucidar que, la información de los organismos internacionales se muestra con supremacía frente a resultados locales o nacionales, así también las iniciativas y las mismas luchas asociadas al feminismo y a sus sujetos políticos pesan más cuando vienen o se alían a la región. La perpetuación de estigmas y estereotipos de género y raza, banaliza la resistencia de la mujer y otros sujetos políticos del feminismo con su carga cultural y contextos diversos, en una suerte de colonialidad del género.

Los resultados no son puntos finales, sino puntos de partida, cada uno con complejidades y debates de por medio que podrían abordarse en investigaciones específicas que permitan profundizar. Aunque es importante considerar la violencia y desigualdad hacia la mujer, no hay cabida para otras identidades de género no binarias. El pragmatismo y la evasión de lo retórico da paso a las formas binarias y estereotipadas de pensar las sociedades, por lo que los enunciados y narrativas sobre los feminismos, se apegan al discurso hegemónico androcéntrico. La visión cuantitativa, científica y normada de ver el mundo, no solo determina el éxito en la toma de decisiones con enfoque de género, sino que es la única forma para representar acciones en pro del feminismo.

Las narrativas y los significados producen y reproducen una visión masculina hegemónica y heteronormada. El esfuerzo por visibilizar los prejuicios en contra de las mujeres, opaca la capacidad de agencia de la mujer; y, la victimización de violencia, minimiza el verdadero valor del sujeto político del feminismo. Los sesgos de género han sido reclamados por colectivos de mujeres y feministas, a través de diversas expresiones, movilizaciones, manifestaciones y protestas. La rebeldía y necesidad de escucha van a la mano con las representaciones de violencia, otorgando significados de víctimas innatas a las minorías.

Los medios de comunicación, como espacios donde el poder se crea y tensiona, en sus enunciados no considera las nociones de descolonización, deconstrucción y antidesarrollo. Se evidencia la presencia de nociones y narrativas desde la supremacía blanca y heterosexista (Hooks 2017, 17) que se reproduce en los medios de comunicación. Menos del 8 % de publicaciones asumen una perspectiva de género, articulada con raza y clase. La construcción discursiva y narrativa, así como procesos de producción de noticias apuntan a visibilizar las resistencias, pero aún falta considerar la interseccionalidad de los actores y las actoras, la heterogeneidad de debates al interior de los grupos sociales y feministas; y, cuestionar las voces hegemónicas que validan problemáticas y son consideradas como fuentes innatas desde una forma tradicional de hacer periodismo.

Los temas de género que abordan las notas de prensa y televisión de los grandes medios de comunicación nacionales, eligen voces “autorizadas” que en la mayoría de los casos se asocian a posturas ideológicas. Entonces surgen reduccionismos de las verdaderas

problemáticas y se minimiza o naturaliza la condición vulnerable de los interlocutores respecto a sus realidades, historias y nuevos debates.

La construcción social del feminismo se traduce en las relaciones desiguales de género según los medios masivos de comunicación. Las realidades que se construyen sobre los sujetos políticos del feminismo, se reducen a desigualdades en los ámbitos de interés del medio, es decir en la economía, política, y el ámbito empresarial o productivo. El reto es que, desde un enfoque sociológico, de haga un esfuerzo por comprender cómo se dan esos fenómenos sociales y cómo minimizarlos en los enunciados que hacen los medios de prensa y televisión.

Además, la reorganización de los temas de género, atribuidos a las luchas feministas, posibilitan combatir las desigualdades, pero también son dispersores de propuestas de valor para los grupos sociales en sus contextos específicos. Es indiscutible en el abordaje de los temas relacionados al feminismo, la visión desarrollista que pretende mejorar la calidad de vida de los países que se consideran “menos desarrollados” como el nuestro.

La representación de las luchas de los sujetos feministas, como transgresores del orden dado, son válidos al momento de sumar esfuerzos de cambio social. En ese sentido, es necesario ampliar las agendas mediáticas y los discursos basados en titulares con cifras frías de estudios y panoramas internacionales, por realidades tangibles, propuestas viables y profundización en las agendas feministas.

Capítulo 4. El rol de las subjetividades en la producción de noticias

El capítulo 4 abordará los aportes que hacen los periodistas desde los medios de comunicación tradicionales y que representan un esfuerzo por ganar espacios en el entorno público y en los debates de la sociedad. El poder del aparataje mediático, si bien se ve ligado al sistema de opresión y exclusión dado por la violencia estructural, paradójicamente, puede convertirse en un aliado de lucha para el feminismo, derivado de estrategias, negociación y el activismo. Las subjetividades de quienes están detrás de la producción de noticias e información, juega un rol importante que puede ir modificando las agendas de los medios y de cierta manera incluir debates que no se consideraban antes, con perspectiva de género, considerando voces antes no tomadas en cuenta, alineando las voluntades de los redactores o escritores con las líneas editoriales de los medios.

En la primera parte del capítulo, se realizará un contraste de las formas en que el periodismo aborda los temas de interés del feminismo. Por un lado, se encuentra la perspectiva tradicional asociada a los medios grandes, vistos como empresas; y, por otro lado, el enfoque no tradicional que suele asociarse a los medios alternativos o comunitarios. A pesar de los aportes y dificultades que cada modo presenta, ambos forman parte importante de los esfuerzos por generar espacios informativos y a la vez reflexivos, de transformación social en favor de la lucha feminista, aunque antes del análisis de las entrevistas, no estaba tan claro. Se usarán seudónimos para los entrevistados pues lo que importa es saber sus percepciones experiencias y los medios en los que se desempeñan. Se consideraron los testimonios de periodistas del Diario El Universo y El Comercio, así como del canal tradicional de televisión, Teleamazonas. Para el contraste de la información, que arrojó interesantes nociones, se consideró a periodistas de medios alternativos, como Wambra medio digital y otros cuya trayectoria incluye su paso por varios medios tanto tradicionales como alternativos.

En la segunda parte del capítulo, se pretende comprender el bagaje cultural, político y subjetivo que tienen lxs comunicadorxs y periodistas que producen o elaboran las noticias para los medios de comunicación. Existe plena conciencia respecto a la carga de autoidentificarse como feminista dentro y fuera de un medio. Finalmente, las claves para transformar procesos al momento de producir noticias en un sistema mediático patriarcal,

parecería ser la autoeducación y la convicción de los comunicadores como agentes de cambio.

3.5. De las líneas editoriales a las posturas políticas personales.

Las líneas editoriales de los medios, marcan la pauta de sus contenidos, discursos y les otorgan intencionalidad o enfoque a la información que presentan y que publican como noticias. El personal que forma parte de los medios, se enfrenta a un apego inevitable a la cultura organizacional, que dentro de la Comunicación Organizacional se refiere a las formas de expresión, comportamiento, conductas, pensamientos y acciones que son comunes en el entorno de una organización (empresa, institución, medio), que le otorga sentido de pertenencia a los colaboradores hacia la organización (Ramos y Tejera 2017, 227). La cultura, por lo tanto, influye en quienes están detrás del levantamiento de información y la producción de noticias. Santillán (2006) establece que participar en una realidad mediática y en la comunicación social instalada otorga la responsabilidad al periodista de emitir opiniones y mensajes de realidad múltiple compleja y cambiante, pero que consciente o inconscientemente se dirá algo a favor o en contra de alguien.

En ese sentido, las noticias sobre cualquier tema tendrán un efecto. Por más objetiva que se pretenda sea la escritura, el bagaje cultural del comunicador, influirá en las voces que considera, las formas en que se expresa, el lenguaje, estilo y la forma de presentar la información, de manera que se puede contrastar las formas en que se producen las noticias con temáticas asociadas a las luchas feministas. Los periodistas de los medios más grandes del país afirman tener una dificultad para el acceso a información sensible por parte de instituciones rectoras de políticas públicas, la variación de cifras que no coinciden entre instituciones como expresa la periodista C, de un medio tradicional (entrevista 19 de febrero de 2021): “tener cifras claras es lo complicado. Las organizaciones de mujeres difieren de las organizaciones de gobierno”. Los testimonios complementan los datos gruesos o crudos de la realidad que presentan en sus notas. En cambio, las periodistas de medios alternativos consideran que hay la diferencia de datos debido a los procesos que cada institución maneja, sin ser éste en mayor problema de acceso a la información, sino más bien la falta de visibilización y toma de conciencia de las audiencias masivas. Además, las entrevistas realizadas a las periodistas de medios alternativos arrojan que los testimoniales dan voz a los actores que no siempre son considerados, y son medulares en la producción de noticias.

Barbero (1978) sostiene que, en un sistema de relaciones sociales, opera lo ideológico desde sus principios organizativos y estructurales, que a simple vista no son explícitos, sino más bien se reflejan en los mensajes, discursos; enfatizando que al “trabajarse por lo ideológico, es susceptible de una lectura ideológica” (18). En el contexto ecuatoriano, la ideología puede jugar un rol importante al hablar de las relaciones de poder y del abordaje de las luchas feministas, dado que las propuestas de transformación social apuntan a romper esquemas instaurados e ideológicamente reafirmados. “Ecuador padece de una ideología de dominación, es una sociedad dependiente, es una realidad neo-colonial y si se desea cambiar esta realidad de oprobio, todo discurso, todo mensaje, no solo que debe proyectar esta realidad sino proponer alternativas de cambio en la calidad el contexto histórico-social.” (Santillán 2006).

La ideología de dominación se refleja en las formas de expresarse de muchos comunicadores; existe un juego de discursos, de debates y de poder en relación a los temas que consideran se han abordado más durante los últimos años, por ejemplo, la despenalización del aborto, la paridad de género y los femicidios, dando mayor peso a ciertos enunciados o enfoques. En las entrevistas realizadas, los y las periodistas superponen determinadas nociones apegadas a su conocimiento, ideología y construcción permanente. Así, enunciaron temas comunes con enfoques o cargas ideológicas diversas, por ejemplo: la libertad de acción de las mujeres versus las formas hegemónicas de hacer comunicación; o, la mujer como históricamente desaventajada y victimizada versus la mujer como actora desde una posición dignificadora.

A continuación, se mostrará una tabla de nociones, que se desprenden de las entrevistas realizadas a los periodistas, que permiten visualizar el contraste de las prácticas periodísticas y ámbito donde se producen las noticias, que va más allá del tipo de medio al que pertenecen (tradicional o alternativo), más bien las posturas personales sobre el ejercicio periodístico muestran un devenir y proceso de cambio personal constante.

Tabla 4.1. Contraste de perspectivas de temas de género en el ejercicio periodístico.

Elemento	Perspectiva 1	Perspectiva 2
Transversalización de los temas de género	Algunos colegas han venido aproximándose al trabajo de los temas y una mirada más transversal (periodista F, medio alternativo)	No es un eje transversal que desaparece, sino una apuesta político comunicacional (periodista E, medio alternativo)
	No me identifico como feminista, prefiero no colocar etiqueta, sino ser una mejor persona [...] se debe mostrar que la mujer debe valerse por sí misma, sin irse a los extremos. (periodista A, medio tradicional)	Hemos empezado a nombrarnos con mayor soltura como periodistas feministas, o que hacemos periodismo con enfoque de género, transperiodismo, disidente. (periodista F, medio alternativo)
Rol de los medios como aliado del feminismo	El rol de los medios es guiar a la sociedad, educarla, intentar dejar el machismo y feminismo atrás. (periodista A, medio tradicional)	El feminismo ha sido un ir encontrando un espacio donde generar acciones, procesos desde lo que yo hago, la comunicación y periodismo, que permiten transformar la sociedad (periodista E, medio alternativo).
Identificación feminista	En el ejercicio periodista, cuando nos asumimos como feministas, el periodismo hegemónico lo desvaloriza. (periodista E, medio alternativo)	¿Ahora no es una marca ni estigma, sino de orgullo, como que nos dan las fuerzas para seguir y decir “soy feminista y ¿qué?” (periodista E, medio alternativo)
Formas de redactar noticias	Agrupo, investigo datos. Al ecuador lo relaciono con la región para saber cómo el país se encuentra al respecto. Revisan mi nota, edito la nota, mis jefes ven producto terminado y sale al aire. (periodista C, medio tradicional)	Ese reconocimiento de la subjetividad es lo primero, ahí esa agenda se amplía porque hay temas que están afuera del tema mediático, por lo tanto, hay otras fuentes. (periodista F, medio alternativo)
Abordaje de la violencia hacia las mujeres	El abordar el tema de la mujer, generalmente se da cuando se habla de la violencia de género, feminicidios, historias negativas, es poco lo que se hace en positivo y el valor de la mujer. (periodista A, medio tradicional)	En cuento en temas de violencia es muy duro porque nos atraviesan los sentires [...]Una comunidad de soporte es importante para cambiar las cosas, de ahí nació Zarelia. (periodista E, medio alternativo)
Formas de hacer periodismo	Reconocer la subjetividad y que el periodismo se está nutriendo de otras vertientes. El trabajo colaborativo está subvirtiendo las formas de hacer periodismo en solitario y con grandes plumas. (periodista F, medio alternativo)	Ir a la cárcel a entrevistar un violador de niños para demostrar que una mujer periodista podía hacerlo; si eres hombre no tienes que probar algo. (periodista E, medio alternativo)
Relaciones de poder en el periodismo	Los temas de agenda, a veces, salen de las manos del periodista. Quien decide es el jefe de información o el gerente. Temas de política suelen tener mayor importancia y hay veces que notas no salen. (periodista A, medio tradicional)	El periodismo digital feminista ha logrado que el periodismo tradicional piense, reflexiones, se remueva (periodista E, medio alternativo)

Apertura para colocar temas feministas en la agenda mediática.	Cada medio tiene su línea editorial y hay algunos que tienen preferencia por los temas deportivos, político económico, otros dan preponderancia a la crónica roja y cada uno responde a su objetivo. Deben cumplir labor informativa, pero son negocios que deben sobrevivir y eso debe considerarse. (periodista D, medio tradicional)	Es complejo y desgastante explicar los temas, incluso cediendo un poco en la producción de temas con los editores y jerárquicos inmediatos, quienes deciden qué va o no va. A veces hay aliados en la sala de redacción. (periodista B, medio tradicional)
Impulso de la agenda con perspectiva de género	Economía, corrupción, delitos, esos temas no se plantean con perspectiva de género; la economía feminista no marca la agenda política. (periodista G, medio alternativo)	Hay un logro de las organizaciones en cuanto a las marchas. Se instala la importancia de conmemorar el 8 marzo y del 25 de noviembre, haciendo conciencia desde generaciones diferentes que han impulsado esas agendas. (periodista B, medio tradicional)
Vacíos en relación a las representaciones de los sujetos políticos del feminismo	El feminismo podría ser más tratado en los medios para que la gente entienda de qué se trata, la mayoría ni sabe, se diferencian los feminismos como: la científica vs la chica en las marchas. Siento que falta tratarse el feminismo como concepto. (periodista B, medio tradicional)	En la representación trans, afrodescendientes, deberían escribir compañeras trans y negras. Intentamos que eso suceda, pero no basta; algunas disidencias no se atreven a reconocerse por temor en sus trabajos. (periodista F, medio alternativo)
Rol de los medios	El rol de los medios es importantísimo, porque los medios marcan la agenda de lo que se hablará en la semana y repercute en las redes sociales, porque lo que no se da a conocer en los medios no existe. Se da ahora mucho más espacio a los temas de los feminismos y sí hay eco. (periodista B, medio tradicional)	Hay gente que está haciendo cosas interesantes, que no solo se cubran temas en las agendas mediáticas, sino que haya una empatía con la agenda de movimientos del feminismo, disidencias sexuales y mujeres. (periodista F, medio alternativo)
Sensacionalismo en los medios	Los temas relacionados con el feminismo son los de violencia, abusos sexuales en los colegios, controversias o noticias internacionales como el caso de México, que se traen al ámbito nacional. (periodista A, medio tradicional)	Desde los medios se priorizan los temas económicos o políticos; los feminicidios generan un poco de alertas. Cuando hay tragedia y sangre, lastimosamente, a la gente le interesa. (periodista D, medio tradicional)
Retos en la agenda de los medios	Hay personas que dicen que está de moda el feminismo, y aunque ha tenido un empuje importante el papel de los medios, aún queda mucho por hacer. Aún hay personas que comentan de forma negativa porque lo ve como una	¿Qué pasa con los feminismos interseccionales? Que se crucen con otras categorías, que salgan del techo de cristal del feminismo. Hay que fortalecer otras voces y es una agenda pendiente. (periodista E, medio alternativo)

	aberración. (periodista B, medio tradicional)	
Perspectivas sobre el aborto	No creo que en Ecuador haya un feminismo extremo, pero sí se ha visto diferencias de criterio sobre el aborto, por ejemplo. Eso se evidenció en las leyes que se tramitó en la Asamblea. (periodista D, medio tradicional)	El aborto por ejemplo es un tema que era estigma, ahora hay una interpelación política de los candidatos políticos y su caracterización como pro derechos o antiderechos. (periodista E, medio alternativo)
Temas de los feminismos abordados con mayor frecuencia	Hay temas que se abordan más, como el de la violencia de género desde el enfoque judicial y de derechos. (periodista B, medio tradicional)	Los medios se han enfocado mucho en temas de violencia, por ejemplo, el caso de Lisbeth, porque son cosas que a la gente le mueve y a través de eso, uno puede despertar ciertas reflexiones y opiniones ciudadanas. (periodista C, medio tradicional)
Perspectiva masculinizada de elaboración de contenidos	Los medios son un producto que se origina. Por ejemplo, si se creó desde la empresa o concepto capitalista, de la información como mercancía o entretenimiento masculino específicamente. (periodista G, medio alternativo)	Yo misma he tenido una práctica masculinizada para dar la talla en las redacciones; las mujeres tenemos una forma distinta de hacer periodismo. (periodista F, medio alternativo)
Logros en la agenda de los medios	En ciertos casos, hay esfuerzos de a poco en los medios; y, hay periodistas que están consiguiendo cosas, arriesgándose y enfrentándose (periodista G, medio alternativo)	El trabajo no remunerado, la precarización laboral de las mujeres es algo que se está empezando a abordar desde los medios, la economía feminista, pandemia, migración. Se empieza a hablar de las masculinidades y el papel que tienen los hombres en todo esto. (periodista F, medio alternativo)
Apertura de agenda mediática	En los ejercicios periodísticos menos hegemónicos, hay forma de plantear más abierta el tema de agenda. (periodista F, medio alternativo)	No se ha realizado las diversidades sexuales, solo el desfile del orgullo gay, lastimosamente. (periodista C, medio tradicional)
Relaciones de poder en el ejercicio periodístico	Es necesario poner el modelo capitalista a un lado; es algo interesante entre quienes están gestando medios y hacen periodismo feminista; y, que no nos cueste la vida. (periodista F, medio alternativo)	Una colega periodista del diario El Extra decía que ella está consciente del lenguaje que debe usar, pero el editor le cambia las palabras. (periodista E, medio alternativo)
Posibilidades de proponer temas	En las reuniones de las sesiones de asignación, soy yo la que propone temas de género y visibilizar la violencia de género. (periodista C, medio tradicional)	Hay aristas que se abordan mucho menos, creo que tiene ver con la línea editorial del medio y están marcados unos contenidos que se tratan con mayor relevancia, más atentos con la

		coyuntura (periodista B, medio tradicional)
Significaciones del feminismo	El feminismo es una posición global que abarca el aspecto social, político, económico, laboral, que reivindica la posición de la mujer en la sociedad. (periodista D, medio tradicional)	Si al feminismo le vuelves una categorización por sexo, le quistas todo el potencial liberador y transformador. Le conviertes en esencialista. (periodista E, medio alternativo)

Fuente: elaboración propia con base en entrevistas a periodistas.

Eliseo Verón (1996), dice que "la ideología es el modo natural de existencia de la dimensión significativa de los sistemas de relaciones sociales". Jesús Barbero (2003) se refiere al carácter involuntario e inconsciente al referirse a la intencionalidad de la ideología. Por lo tanto, se puede decir que la transmisión de ideología a través del lenguaje, responde a posiciones políticas personales de los periodistas, comunicadores o editores de noticias; y, se articula con la ideología del medio, expresada en las formas culturales que adoptan sus colaboradores. La Periodista F (entrevista 27 de marzo de 2021) de un medio alternativo afirma que "hay compañeras que han salido de grandes medios para no ser parte de sistemas que violentan sus posiciones políticas". Una periodista de El Comercio, en una conversación breve en enero de 2021, expresó que en un medio tradicional hay apertura y límites para proponer debates feministas, hay que ajustarse a la mesa conjunta de editores que discute a diario los temas que se van a abordar, pero también hay la posibilidad de proponer argumentos sobre la importancia de los temas. Sin embargo, afirma que hay voces que les interesa a los editores y hasta sugieren ciertas entrevistas para poder generar controversia o darle peso a las notas, con las posturas de personajes que tienen ideologías marcadas.

Entonces, se ratifica que no es coincidencia que el uso reiterado de ciertas palabras en los titulares que vimos en el capítulo anterior, como *mujeres, marchas, protestas, femicidio, violencia, aborto*, sino que responden a una carga ideológica fuerte del medio y de sus personeros, siendo un punto de partida para el análisis de las noticias relacionadas a los debates feministas.

Hay quienes piensan en la labor periodística y comunicacional como una apuesta eminentemente política y hasta clasificatoria, en la que se debe tomar partido según posturas claras y definidas para abordar temas del feminismo en los espacios mediáticos. La apuesta por un feminismo interseccional responde a una agenda de derechos humanos donde también está inmerso el feminismo; se promulga especialmente en quienes se inclinan por

los medios alternativos, el cuestionamiento de las formas tradicionales de hacer periodismo y además se identifican con el feminismo. “El feminismo está presente en todos los contenidos del medio, de derechos ambientales, económicos, etc. No es un eje transversal que desaparece, sino una apuesta político comunicacional” manifiesta la periodista E de un medio alternativo (entrevista 24 de marzo de 2021).

Por otro lado, hay periodistas de medios alternativos que consideran que la perspectiva feminista es un eje con miras a la transversalización, como lo expresa la periodista F: “algunos colegas que han venido aproximándose al trabajo de los temas y una mirada más transversal de los temas” (entrevista 27 de marzo 2021). Finalmente, pensamientos desde periodistas que se han venido desempeñando varios años en medios tradicionales, no consideran que se pueda cambiar los abordajes y discursos. Así, los periodistas D y C coinciden que es necesario acoger la coyuntura y ahí tratar los temas relacionados a los feminismos, dentro de secciones macro como son el ámbito político y económico a nivel nacional e internacional.

Los medios dividen en temas políticos, económicos y en menor cantidad sociales [...] las tragedias, en marzo y en noviembre es cuando se topan esos temas (refiriéndose a las luchas feministas), son sólo por coyuntura [...] no creo que ha habido un cambio profundo en el tiempo. (periodista D, entrevista 1 de marzo 2021).

3.5.1. Modos tradicionales y no tradicionales de hacer periodismo

El análisis crítico del discurso como herramienta teórica, desde una perspectiva de los estudios de género, cuestiona la construcción y perpetuación de la dominación (Fairclough 1995), y desigualdad (Lazar 1993), por lo que la autorreflexividad en los procesos comunicacionales noticiosos es imperante. Hopenhayn (2000) menciona la necesidad de equilibrar la formación en destrezas, el espíritu crítico, la autorreflexión y el apoyo a la cultura de pertenencia (120) en la industria cultural. Al ser la comunicación un espacio de producción, consumo e intercambio simbólico, la cultura y la educación son paralelos en el proceso de construcción de ciudadanía, que va tomando nuevas y diversas formas, fuera de las tradicionales para subsistir.

Las formas tradicionales de comunicación se refieren a aquello que se aprende desde la formación académica de los profesionales de la comunicación, con métodos que validen la recopilación de información donde prevalece lo cuantitativo, las fuentes institucionales y racionalidad en la escritura y estilo. “En la Academia tradicional estamos acostumbradas a que nos enseñen con un paradigma viejo que desconoce la subjetividad. Entonces, es imposible pensar en procesos de aprendizaje o de conexión de los temas” (periodista F de medio alternativo, entrevista 27 de marzo de 2021). Al respecto, la periodista B de un medio tradicional (entrevista 21 de febrero de 2021) menciona que, de las mayores complicaciones al momento de hacer noticias, es “el acceso a la información oficial porque se requiere cifras y datos oficiales, sobre todo en temas sensibles”, haciendo alusión a la necesidad innegociable de producir noticias en su medio, a través de fuentes y cifras concretas, conocidas y posicionadas. Ella misma afirma que la diferencia de hacer periodismo en otros espacios especializados en temas de género o derechos humanos, es que hay oportunidades de profundizar con otros argumentos y fuentes.

Algunos colegas de la comunicación han trabajado o se han aproximado a miradas con enfoque de género en temas coyunturales, que han llamado su atención o por influencia de la región, no necesariamente autodefiniéndose como feministas pero que han realizado un trabajo importante desde sus espacios. Es decir, hay una especie de trastocamiento del periodismo tradicional y no tradicional que va calando incluso en medios tradicionales. Así, algunas de las colaboradoras de Chicas Poderosas; una comunidad global fundada en 2013, que promueve el desarrollo de mujeres en medios de comunicación y la consideración de diversas voces, a quienes sigo desde hace poco y que me han iluminado directa o indirectamente en este proceso investigativo; han sido protagonistas de estos trastocamientos de los espacios laborales y las formas de hacer periodismo.

La periodista F, de un medio alternativo, manifestó en la entrevista de 27 de marzo de 2021, que se están construyendo aportes importantes en el ejercicio periodístico, pero que aún sigue habiendo mucha resistencia al momento de reconocer la subjetividad y que el periodismo se está nutriendo de otras vertientes, “el trabajo colaborativo está subvirtiendo las formas de hacer periodismo en solitario y con grandes plumas [...] de las compañeras de Chicas Poderosas, una que estuvo trabajando en El Comercio y otra compañera que comenzó a incorporar los temas de violencia de género. Alondra fue reportera de televisión, y a través de sus redes sociales, crea espacios de debate sobre varios temas como género,

inclusión. feminismos y en contra de la violencia”. La periodista F también nombra a otros periodistas que han irrumpido los espacios mediáticos en los que laboran, quienes han permitido que se hablen de otros temas en los espacios en los que se desenvuelven, aun cuando son medios tradicionales.

Ahora bien, en los medios tradicionales, aún se mantiene una mirada básica y tradicional sobre unificar los discursos relacionados al feminismo, lo que quiere decir que el reto es ampliar la perspectiva de diversidad de voces y disputas dentro del mismo feminismo. “Muchas organizaciones feministas tienen diversidad de identidades que no tienen un discurso coherente o unificado, me parece que hay demasiadas voces, quizás debería hacer una sola. No creo que en Ecuador haya un feminismo extremo, pero sí se ha visto diferencias de criterio sobre el aborto por ejemplo” expresa el periodista D, de un medio tradicional (entrevista 1 de marzo de 2021). Él no considera la pluralidad y diversidad de posturas al interno, más bien lo ve como una debilidad, sin embargo, algo en lo que sí coincide el periodista D con las periodistas de medios tradicionales B y C, es que el feminismo es un movimiento global, que abarca los ámbitos social, político, económico, laboral, y que busca reivindicar la posición de la mujer en la sociedad.

El periodismo ve una trasmutación en sus hábitos de producción y de qué manera la tecnología ha incursionado en el modo en el que los periodistas hacen su trabajo. Algunos se consideran como nativos digitales y otros como migrantes digitales, pero en todos los casos se reconoce lo que Jenkins (2006) define como convergencias: “se refiere a los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose” (14). Los cambios que experimentan a la par del desarrollo tecnológico hacen que se considere la retroalimentación de las audiencias y las migraciones a sistemas y plataformas digitales. A eso Jenkins llama transmedialidad, donde se encuentran y chocan los viejos y los nuevos medios, se cruzan los medios populares y los corporativos.

Otras formas de hacer periodismo incluyen colocar en el centro las experiencias puntuales, así como las globales. La periodista G de un medio alternativo (entrevista 19 de febrero de 2021), comunicadora feminista, hace referencia a los eventos del Festival Zarelia como referente de un periodismo no tradicional donde la idea es “acuerparnos, encontrarnos y

reconocer las experiencias, aprender cómo hacer un periodismo transnacional”.⁷ La valorización de las maneras particulares y diferentes de hacer periodismo, genera beneficios al momento de producir noticias, porque se pueden contar historias o mostrar realidades que parecen ajenas; y, generan información y conocimientos más ricos y diversos.

El reconocimiento como sujetas nos permite contar una realidad que no se contaba hace unos 5 a 10 años. En nuestros países son unos 5 años de ir abriendo camino y hablar del feminismo con todas las letras, plantear posturas y la importancia de tener editoras, para ver cómo contar, cómo no revictimizar, dejar de la lado la idea de que la gente tiene que responderle al periodista como que tuviera la obligación de hacerlo sin importar lo que la persona piensa o siente [...] ponernos en la carne y zapatos de mujeres víctimas de violencia, sobrevivientes o de las disidencias sexuales, contar realidades más cercanas a lo que la gente vive. (periodista F de medio alternativo, entrevista 27 de marzo de 2021)

Las formas tradicionales en la producción de noticias se argumentan bajo la idea de captar la atención de las audiencias y el amarillismo como sinónimo de lo que le gusta a la audiencia. Si bien se pretende mostrar un reflejo de la realidad social, es importante ir cuestionando las formas de contar las noticias para dar paso a modelos de comunicación de doble vía. “Se aborda el tema de la mujer cuando se habla de la violencia de género, feminicidios, historias negativas, es poco lo que se hace en positivo sobre el valor de la mujer. Se vende más y a la gente le llama más la atención las historias negativas o cifras de violencia, causan mayor shock” (periodista A de medio tradicional, entrevista 25 de marzo de 2021).

3.5.2. El aparataje mediático como aliado del feminismo

Habermas (1989) define la acción comunicativa como “interacciones mediadas lingüísticamente en que todos los participantes persiguen con sus actos de habla, es decir solo fines ilocucionarios” (378) y la diferencia de otros tipos de acciones sociales por el efecto de vínculo que posee la ilocución. Entonces, se plantea que hay acciones orientadas a instrumentalizar objetos o personas para cumplir con un fin determinado, teniendo éxito y a veces logrando el entendimiento de quienes participan en la acción. Señala también que los actos del habla para la realización de acciones estratégicas se relacionan con pretensiones de

⁷ El festival Zarelia inició hace 3 años de la necesidad de intercambiar experiencias de trabajos de periodismo feminista y con enfoque de género en América Latina y el Caribe, colocando en el centro las historias de mujeres, niñas, personas trans y no binaries.

poder económico, político y simbólico y que no siempre el éxito implica el entendimiento de todos los participantes. Entonces, este trabajo de investigación concibe que el feminismo propende a la acción social, de manera que los participantes comprenden el éxito de la acción comunicativa y la influencia que los medios están ejerciendo sobre ellos.

La Periodista B, de un medio tradicional cree que los medios pueden ser aliados de las luchas sociales siempre y cuando se sepa cómo llegar a ellos; “Los medios marcan la agenda de lo que se tiene que hablar, sobre eso se hablará en la semana y repercute en las redes sociales, porque lo que no se da a conocer en los medios no existe” (entrevista 21 de febrero de 2021). Por otro lado, hay quienes añaden que, si bien los medios puede ser un aliado, no hay una transformación profunda ni inmediata. Podría existir una sintonía mayor con los temas del feminismo; y, aunque no se conviertan en medios feministas, todos los esfuerzos son válidos, tal como la periodista G, de un medio alternativo, quien manifiesta: “en ciertos casos hay esfuerzos de a poco en los medios y hay periodistas que están consiguiendo cosas arriesgando y enfrentándose” (entrevista 19 de febrero de 2021).

Los nuevos medios han acogido la agenda y se han aliado a la lucha, pero ambos espacios son espacios válidos. “Antes yo estaba más convencida de que los comunitarios somos uno y los tradicionales son otros. Ahora estoy convencida de disputar todos los espacios. El periodismo tradicional es el más cerrado y el periodismo digital feminista ha logrado que el periodismo tradicional piense, reflexione, se remueva” expresa la periodista E, comunicadora feminista (entrevista 24 de marzo de 2021).

Entonces, a través del trabajo periodístico desde cualquier espacio, hay capacidad de aportar a la lucha feminista. Las periodistas feministas F y E declararon que la manera de vivir el feminismo está asociado al ejercicio del periodismo como forma de activismo, no necesariamente son voceras de los feminismos, pero en su ejercicio profesional buscan dar voz a las causas feministas.

Los medios de comunicación deberían ser aliados en el cambio cultural, a lo largo de los años se ha estudiado el impacto, se ha reconocido un poder en la esfera pública. Los medios tradicionales muestran cierta insensibilidad, aunque sí hay ejercicios importantes y que están incorporando editoras de temas de género y ha venido ganando espacio en los últimos años y en las nóminas. En los ejercicios periodísticos menos hegemónicos, hay forma de plantear

más abierto el tema de agenda, el problema es el de la sostenibilidad, porque los menos tradicionales tienen situaciones complejas que a veces terminan en precariedad. (Periodista F, entrevista 27 de marzo de 2021)

Se muestran dificultades para sostener medios alternativos, pero a la vez, se muestra un avance que permite incluir temas de género en los medios tradicionales, a pesar de su dinámica de poder. Entonces el planteamiento de la agenda va ganado espacio en diversos medios y lo que se espera es que, con el tiempo, no exista una marcada brecha económica o de toma de decisiones entre ambos tipos de medios (los tradicionales y los alternativos), aun cuando sus dinámicas sigan siendo diferentes.

3.5.3. Discursos de transformación y cambio social

Las diferencias culturales abren posibilidades de transformar las políticas de representación y de renovar la vida social misma (Cubides 2004). El rol de los medios de comunicación es llegar a los ciudadanos, idealmente para educar e informar objetivamente, pero en la praxis se trata de entregar o no, herramientas para tomar posturas sobre algo o alguien. La periodista C, de un medio tradicional, manifiesta que “No solo se trata de llenar de información, sino de hacer que generen opinión al respecto y que tomen postura sobre los temas de mujeres. [...] el feminismo ha sido un ir encontrando un espacio donde generar acciones, procesos desde lo que yo hago, la comunicación y periodismo, que permiten transformar la sociedad, transformar las posiciones políticas y sentidos culturales” (entrevista 19 febrero de 2021).

Hay una agenda pendiente para el feminismo en el aparataje mediático y un techo de cristal que hay que romper, donde ciertos temas deben profundizarse o empezar a colocar en agenda mediática. Por ejemplo, hay investigaciones y coberturas de marchas feministas, donde se resalta las reivindicaciones del movimiento feminista. “Se legitiman las acciones y se coloca contrapeso a las marchas que te estorban o dañan el patrimonio. [...] yo no he hecho, pero mis compañeras han hecho notas sobre feminismos negros, indígenas, mujeres populares” indica la periodista G, de un medio alternativo (entrevista 19 de febrero de 2021). Otro ejemplo de necesidad de priorizar en agenda las conmemoraciones es la que la periodista A (entrevista medio tradicional, 20 de marzo de 2021) expresa: “en cuanto a fechas conmemorativas, lastimosamente no son notas principales sino de relleno. Depende

de los temas de la agenda. Quien decide es el jefe de información o el gerente. Temas de política suelen tener mayor importancia y otras notas no salen.”

3.6. Subjetividad y cargas de las periodistas feministas

La Plataforma de Acción de Beijing (1995) establece que las organizaciones no gubernamentales y las asociaciones profesionales de difusión puedan incorporar la perspectiva de género en la formación de los periodistas, y consideren la igualdad de la participación de mujeres y hombres en la vida social. Propone fomentar capacitación en temas de género para que los profesionales de los medios, propietarios, administradores, y periodistas no promuevan estereotipos sino la diversidad. Esta apuesta busca contrarrestar la desigualdad de condiciones bajo las que las mujeres se desarrollan en su vida profesional periodística, así como las formas en que son representadas en los medios de comunicación. En ese sentido, la periodista F, (entrevista 27 de marzo de 2021) establece que el feminismo no solo se aprende, es cambiante y móvil: “empecé a construir mi propia versión, reconocer que nadie nace feminista y que nos vamos construyendo en el camino, que es una construcción que está siempre móvil”.

El desconocimiento de la subjetividad afecta a las formas de activismo y de hacer periodismo. “estamos acostumbradas nos enseñen con un paradigma viejo que desconoce la subjetividad” (entrevista periodista F, medio alternativo, 27 de marzo de 2021). Menciona que la subjetividad está inmersa en los cuerpos, por lo que hace que algunas colegas identifiquen violencias a las que están sometidas y no las vieron antes, haciendo referencia a las formas de hacer periodismo tradicional y desvalorizar los aportes o iniciativas no convencionales que proponen; o, discriminación laboral en temas salariales, de toma de decisiones y de cargos en los medios. Por ello, cuando los periodistas tienen una mirada más transversal de los temas de género, aun cuando no todos se autodenominen como feministas, se generan alianzas importantes para hacer frente a la violencia estructural.

Tanto los periodistas que no se autodefinen feministas, como los que sí, permiten establecer relaciones de apoyo, confirmar elementos de acuerdo y alianzas, para hacerle frente a los estigmas o la doble violencia, que implica ser mujer o parte de las disidencias y a la vez, ser feminista.

3.6.1. Cargas de violencia y estigmas hacia las periodistas feministas

Ha habido una evolución en las formas de hacer activismo, en las autoidentificaciones y en lo que Isabel Gonzales (2019) denominó salir del closet en el artículo “Las periodistas feministas salimos del closet”, artículo en el que hace referencia a no sentir temor por autoidentificarse feminista por miedo a ser estigmatizadas e invalidadas en el ejercicio periodístico; cada vez más, las periodistas feministas luchan por ganar espacios para discutir problemáticas de la agenda y lo hacen con convicción y valentía, incluso es mi caso personal como comunicadora institucional, el miedo ya nos intimida. “Muchas de nosotras hemos decidido decir sí, somos periodistas feministas” (entrevista periodista F, medio alternativo, 27 de marzo de 2021). Incluso se puede decir que existe un sentimiento de orgullo ante la identificación de feminista: “Antes estigmatizaban como feminista. Ahora cada vez más mujeres se definen como feministas, ahora no es una marca de estigma, sino de orgullo, como que nos dan las fuerzas para seguir, ¿decir soy feminista y qué?” (entrevista periodista E, medio alternativo, 24 de marzo de 2021), es decir, se siente que hay cambios en las declaratorias abiertas de identificación como periodistas feministas, en relación a años anteriores.

Yo misma en mi propia práctica, he tenido una práctica masculinizada para dar la talla en las redacciones. Las mujeres tenemos una forma distinta de hacer periodismo, tenemos tiempos en los que no podían las mujeres manifestarme abiertamente porque se les tildaba de histéricas, joder que buscan y encapricharse. A medida que nos fuimos reconociendo más feministas e incorporando esta categoría, deja de ser algo prohibido tomar partido. (entrevista periodista F, medio alternativo, 27 de marzo de 2021)

Parte de los estigmas que existen en relación a las periodistas feministas, es el uso de palabras como *feminazi* que se ha popularizado fácilmente. Mi experiencia personal en una cámara empresarial donde era la encargada de las relaciones públicas, me sentía motivada a buscar otro espacio donde pudiera comunicar sin que los hombres que no tenía nociones de comunicación, pretendan decidir por mí y sean despectivos frente a mis propuestas en temas de género. En relación al uso de términos despectivos, la periodista E, que pertenece a un medio alternativo (entrevista 24 de marzo de 2021) afirma que se usan sin mucha reflexión de por medio, pero que “somos las mujeres quienes estamos renovando el escenario en el sentido de encontrar nuestros propios espacios y hemos fundado casi el 40% de medios

nativos digitales en Latinoamérica, según el estudio de Sembramedia”. Así mismo, rescato su postura sobre la libertad de hablar del espacio público y meternos a disputar esos lenguajes y otros tipos de contenidos.

Muchas veces pasa eso un poco, una especie de conflicto o disputa en el ejercicio periodista cuando nos asumimos como feministas, el periodismo hegemónico lo desvaloriza. El taller de animación ya no es periodismo o no es válido, no se piensa en formas diferentes de hacer periodismo. Te enfrentas a patrones súper masculinos de quien tiene la autoridad en el periodismo. (Periodista E, entrevista 24 de marzo de 2021).

Otro hallazgo importante es uno que se evidenció en el análisis del discurso de las notas de prensa, donde prevalece la supremacía del exterior por sobre la gestión nacional. El periodista de D, de un medio tradicional dice que “los debates de avances de conquistas se discuten a nivel regional. Pero sí creo que en otros países hay un poco más de avances en estos temas” (entrevista 1 de marzo de 2021). Si bien la influencia de la región es importante en el fortalecimiento de esfuerzos, existe una noción de que las luchas en el país no son lo suficientemente fuertes u organizadas; se tacha de avanzadas las luchas y debates de otros países. El cuestionamiento a este enunciado, sería el de considerar la realidad nacional y buscar espacios para debatir sobre ellos sin compararlos con otros lugares, a menos que inspiren acciones trascendentes, más no desvaloricen las conquistas propias.

En el intento de comprender la riqueza, debates y complejidad de los temas que le atañen a las luchas feministas, la subjetividad de las periodistas, permite contar las historias con un enfoque específico. Algunas de las respuestas que arrojaron las entrevistas, respecto al rol de quienes escriben y publican las noticias, permiten dilucidar mensajes que darán las periodistas en sus notas o reportajes: “la mayoría de gente ni sabe de qué se trata, diferencian a los feminismos como la científica versus la chica en las marchas” (periodista B, medio alternativo, 21 de febrero); en el enunciado existe una especie de conciencia sobre la problemática de las formas de lucha políticamente correctas y aquellas que no son tan aceptadas, lo que podría potenciar la representación de la diversidad de luchas y actores. El siguiente enunciado en cambio, muestra que no existe una conciencia plena sobre los debates al interior del feminismo y fuera de él, al punto de desconocer que el feminismo no es lo opuesto al machismo: “no hay que irse a los extremos, ni machismo ni feminismo” (entrevista periodista A, medio tradicional). En el primer comentario hay una noción de las

percepciones y desconocimiento que tienen las audiencias, mientras en el segundo hay una percepción errónea de lo que es el feminismo al ponerlo como antónimo del machismo.

3.6.2. Autoeducación y redes de apoyo

La reflexividad es considerar un punto de partida, pero no darlo por sentado o terminado. En el campo Comunicación - educación, la reflexividad apunta a ampliar la cultura política en la esfera de lo público, agudiza la conciencia sobre lo que ha sido apropiado, como los sistemas de valor religioso, ético, cultural. Además, es el punto de partida para construir lo indeterminado, lo inacabado, lo potencial, lo necesario; acepta el sentido común pero también la pluralidad de intereses y opiniones (Cubides, 2004, 105-120). Entonces, la reflexividad es una alternativa para fortalecer la transformación de la sociedad a través de la reconfiguración de las relaciones de poder en el ámbito público. Así, la reflexividad, la formación y autoeducación, generan cambios culturales y permiten interpelar los medios, sujetos políticos y las nuevas tecnologías.

“Antes no cubría esos temas. Estaba auto educándome y desde hace 3 años estoy hablando todo el tiempo con activistas cuando hay temas relacionados con feminismo, con madres de víctimas y con enfoque de derechos” (entrevista periodista B, medio tradicional, 21 de marzo 2021), es el testimonio de una periodista que trabaja en la sección sociedad. Sus palabras no solo muestran el papel de la formación en la instrucción de posturas personales, sino que también introduce otro elemento importante en las formas nuevas de hacer periodismo; el de redes de apoyo y contactos con los que se comparten e intercambian experiencias. Periodistas de medios tradicionales reconocen que leer e informarse más allá de lo que conocen es clave, y tal vez esa sea la salida a un techo de cristal, dado que, por más intentos, no logra inmiscuirse en todo el espectro mediático. En ese sentido, la deuda está con las diversidades sexuales, la economía y modos de producción feminista, o temas como el que mencionó la periodista C, de un medio tradicional, sobre si anhelo de algún día profundizar en la iniciativa de otros países, sobre la licencia por el del síndrome premenstrual del que muy poco se habla.

La falta de educación respecto a temas de género por parte de los trabajadores y las líneas editoriales de los medios son aspectos que han quedado calificados como existentes. Hay algunas compañeras que han salido de los medios porque se han dado cuenta que están

sujetas a prácticas violentas en estos espacios, y antes no lo veían. “La apuesta de disputa y de discusión es que no puedes hacerlo sola. Una comunidad de soporte es importante para cambiar las cosas”. De ahí nació Zarelia, así todas las periodistas feministas son importantes en todos los medios tradicionales, digitales, con mayor o menos llegada, cada quien pelea desde sus espacios y se genera un tema de cambio” (Periodista E, medio alternativo, entrevista 24 de marzo 2021). Pero además de considerar la formación, autoeducación y las redes de apoyo, la misma periodista habla del riesgo de esencializar al feminismo, encasillándolo por sexo al hablar solo de las mujeres, quitándole el potencial liberador y transformador. “Apuntamos a feministas indígenas, negras, trans, el ser mujer no es lo mismo que ser una feminista de élite, no es lo mismo que una que se juega la vida en el trabajo precario” (Periodista E, medio alternativo, entrevista 24 de marzo de 2021).

Las periodistas entrevistadas coinciden en el rol clave de las redes de apoyo para consolidar las agendas feministas en las agendas mediáticas. La periodista F de un medio alternativo dice “yo trabajo la organización con chicas poderosas siendo periodistas, diseñadoras, comunicadoras. Trabajamos temas de una red presente en 17 países” (entrevista 27 de marzo de 2021). Su trabajo se ha transnacionalizado y las redes de apoyo incluyen un grupo amplio de profesionales y activistas. Por otro lado, la periodista B, de un medio tradicional expresa que “una vez que se tengan claro los derechos para la agenda social, se va a tener claro que las luchas feministas son parte de esas agendas” (entrevista 21 de febrero de 2021), marcando una clara importancia de considerar la inclusión de la agenda feminista en el desarrollo de las sociedades.

3.7. Conclusiones

El reconocimiento de nuevas vertientes y formas de hacer periodismo, parte de experiencias que van haciendo crítica y autorreflexión por parte de lxs mismxs periodistas respecto a los modos de producir y difundir noticias, independiente de los espacios que ocupen laboralmente, es decir, tanto en medios tradicionales como no tradicionales. Hay un eco que trastoca a los medios tradicionales y a las formas tradicionales de enseñar periodismo en las universidades. También hay un reconocimiento de las compañeras comunicadoras que se identifican con las luchas feministas, hacia lxs compañerxs de los grandes medios masivos nacionales, pues al momento de tratar, topar o profundizar en debates del feminismo cada uno gana espacios de la esfera pública y genera reacciones que alimentan los debates. Por

tanto, los medios alternativos, si bien son los propios precursores de las luchas por la justicia, la equidad, los derechos; son los medios tradicionales los espacios que aun por encima de su dinámica de empresas, permiten masificar y llegar a la mayoría de la población con debates de interés de los feminismos gracias a la acción de sus periodistas.

En cuanto a los temas que están en el ojo de los productores de noticias, se reconocen de manera general, los logros de las organizaciones a enfocar la importancia de las marchas, a diferencia de unos años atrás, donde no existía la cantidad de difusión necesaria. En parte el trabajo es de los colectivos sociales y los activismos, pero el trabajo de las comunicadoras que hacen y cubren la noticia, también ha permitido otorgar peso a las agendas de los colectivos para que sean incluidas en las agendas mediáticas. Se da por hecho la importancia de resaltar el 8 marzo y el 25 de noviembre, así como se va posicionando en la opinión pública, el enunciado de conmemorar esas fechas en lugar de celebrarlas. La decisión de autoeducarse y tomar una postura política respecto a los temas de género, así como la toma de conciencia del rol del periodista o productor de noticias, significa un gran aporte para seguir impulsando las agendas feministas en los medios tradicionales de línea editorial marcada. En los medios, de a poco hay un sentido reivindicativo y de escucha en diversos temas como las marchas, el aborto, los derechos de las mujeres y diversidades sexuales, pero esto es apenas un mínimo de lo que las luchas feministas anhelan, aún queda mucho por hacer.

Conclusiones

Los medios de comunicación tradicionales y grandes de prensa escrita del Ecuador, abordan ciertos temas que proponen los colectivos y sujetos políticos del feminismo, siempre y cuando la agenda del feminismo esté en sintonía con la agenda mediática. El abordaje de marchas, condiciones de vida y violencias hacia las mujeres están alineadas a los medios, bajo una estructura capitalista y de consumo.

Los medios configuran la producción de noticias, por lo que el análisis de los discursos en relación al feminismo, son un reflejo de la construcción cultural de la sociedad ecuatoriana. El análisis del discurso como mecanismo teórico y metodológico, permite comprender las cargas ideológicas, hegemónicas y contradictorias en cuanto a la igualdad de oportunidades entre hombres, mujeres y las disidencias sexo-genéricas. El ámbito mediático como espacio de poder produce y reproduce las miradas sobre el mundo, desde la perspectiva clasificatoria androcéntrica y binaria que genera estigmas hacia las mujeres. Las principales contradicciones se dan en los enunciados y discursos que autorizan o validan ciertas voces por sobre otras en un intento de visibilizar problemáticas sociales y avances de temas en materia de derechos y de género.

Producto del análisis del discurso, es notorio que el protagonismo de la mujer se confunde con la naturalización de su condición de víctima, reproduciendo ideas patriarcales. Los medios reflejan la construcción social de lo que implica ser mujer, es decir, reflejan vulnerabilidad, emotividad, debilidad. Es así que una mayoría de noticias hacen referencia hacia la violencia de la que es víctima la mujer, bajo la idea de visibilizar la problemática, más no se consideran soluciones o se visibiliza la problemática de los opresores.

También se considera la influencia de otros países y ONGs como pioneros en los debates, desacreditando la realidad, contexto y actores nacionales. En ese sentido, hay una ausencia de enunciados discursivos respecto a la interseccionalidad o análisis que considera distintos elementos de los actores, no solo su género, sino su condición socioeconómica, histórica, raza o etnia. Las noticias consideran la credibilidad de las ONGs y las instituciones del estado rectores en materia de género o derechos, junto a las nociones de desarrollo para el Ecuador, sin cuestionar las iniciativas, programas y políticas que proponen. Las notas analizadas establecen que, las cifras y posiciones institucionales son válidas por sí mismas,

es decir, no requieren necesariamente testimonios que las acompañen, más no ocurre lo contrario, prevaleciendo la objetividad en la redacción de las noticias.

La carga ideológica al momento de producir noticias, tiene repercusiones en las consideraciones de vocería, búsqueda de fuentes de información y categorías léxicas del lenguaje que usan los periodistas y editores de noticias. El espacio para nuevos debates en los medios tradicionales, respecto al interés y agenda del movimiento feminista, es superficial y escueto, dada la forma normada de entender las dinámicas comunicativas, el desentendimiento y la poca empatía sobre la diversidad al interior del movimiento.

El esfuerzo por comprender los fenómenos sociales como la violencia hacia las mujeres o hacia las disidencias sexuales marca la diferencia al momento de hablar sobre injusticia, desigualdades, derechos y proponer cambios estructurales en la sociedad. En estos casos, el ejercicio periodístico considera debates más abiertos y hay la posibilidad de generar en las audiencias, cuestionamientos sobre prácticas cotidianas que requieren irrupción desde la visión feminista. En cambio, la negación de formas nuevas de hacer comunicación y periodismo, son un limitante para poder profundizar en las agendas del feminismo.

Los medios tradicionales son espacios importantes para masificar los debates de interés de los feminismos, en tanto y en cuanto la labor de los periodistas sea un esfuerzo por hacer visible los actores y problemáticas sociales que aquejan a la sociedad, se nutran de conocimientos permanentemente y se incursione en el periodismo colaborativo y de apoyo. Por lo tanto, la postura política del productor de noticias puede transgredir una línea editorial no amigable con el feminismo ni sus precursores. El trabajo de los activismos ligados al ejercicio periodístico, ha logrado colocar temas de las agendas feministas en los medios tradicionales, aun cuando hay una gran deuda con las mismas mujeres y otros actores del feminismo igual de importantes.

En el ámbito de las representaciones de la agenda feminista y sus actores en el ámbito noticioso, muestra una mirada esencialista respecto al feminismo, ya que al buscar noticias en los portales web y al leer las que mencionan ser una lucha o logro feminista, hace referencia a la mujer. Es importante considerar a la categoría mujer como sujeto político de los feminismos, pero también hay un riesgo de minimizar el potencial liberador cuando se categoriza los sujetos. El feminismo como un movimiento político y cultural, está más

abierto a los actores que acoge con el fin de transformar la sociedad y buscar entonos más justos.

El trabajo de investigación comprende un aporte en el ámbito académico, comunicacional, organizativo, así como al periodismo colaborativo y de apoyo, que invita al periodismo tradicional a repensarse. Finalmente, es un reto para el aparataje mediático-noticioso y el feminismo es romper el techo de cristal de los esfuerzos de los feminismos al pretender encajar en un sistema de comunicación hegemónico.

Lista de Referencias

- Abril, Gonzalo. 1997. Teoría general de la información: datos, relatos y ritos. Madrid: Cátedra.
- Agencia Télam. 2020. Foro para una "comunicación feminista, transfeminista, diversa y popular". Consultado el 20 octubre de 2020.
<https://www.telam.com.ar/notas/202008/505203-foro-construccion-comunicacion-feminista-transfeminista-diversa-popular.html>
- Alonso, Luis (s.f.). Pierre Bourdieu, el lenguaje y la comunicación: de los mercados lingüísticos a la degradación mediática. Universidad de Navarra, s/f, en http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_tribuna/TL-Alonso-lenguaje.PDF
- Álvarez, Sonia. 1998. "Los feminismos latinoamericanos se globalizan en los noventa: retos para un nuevo milenio." En Género Y Cultura En América Latina: Volumen I. México: El Colegio De México. <http://www.jstor.com/stable/j.ctv47w7zp.7>
- Articulación Regional Feminista. 2020. Los Derechos de las Mujeres de la Región en Épocas de Covid 19. Obtenido de Equipo Latinoamericano de Justicia y Género: <http://www.humanas.cl/wpcontent/uploads/2020/06/Los-derechos-de-las-mujeres-de-la-regi%C3%B3n-de-COVID-19-ARF.pdf>
- Asamblea Nacional República del Ecuador. 2013. Ley Orgánica de Comunicación. http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf. Acceso el 19 de abril de 2020.
- Bajtín, Mijail. 2011. Fronteras del discurso. El problema de los géneros discursivos: el Hablante y la novela. 1ª ed. Buenos Aires: Las Cuarenta.
- Barbero, Jesús. 1978. Comunicación masiva: Discurso y poder. CIESPAL. Quito. 18-19.
- _____. 2009. Culturas y comunicación globalizada. Revista Científica de Información y Comunicación No. 6. 175-192.
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjGioa7p8jwAhUKna0KHbn3DHUQFjARegQIERAD&url=http%3A%2F%2Ficjournal-ojs.org%2Findex.php%2FIC-Journal%2Farticle%2Fview%2F207%2F204&usq=AOvVaw2IMqElcpuY4dWI2Y5dBWHe>
- BBC News Mundo. 2020. "Aborto en Argentina: el Senado legaliza la interrupción voluntaria del embarazo en las primeras 14 semanas. 30 diciembre 2020.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-55482291>
- Becerra, Martín. 2015. Medios Públicos: el desafío de superar la orfandad. Quipu – Políticas y tecnologías de comunicación. Acceso el 22 de abril de 2020. <https://martinbecerra.wordpress.com/2015/02/25/medios-publicos-el-desafio-de-superar-la-orfandad/>
- Beins, Agatha. 2017. Liberation in Print: Feminist Periodicals and Social Movement Identity. University of Georgia Press.
- Benhabib, Seyla. 2006. Las reivindicaciones de la cultura. Buenos Aires: Katz. p. 42
- Berger, Jonh. 2000. Modos de Ver. Barcelona: Gustavo Gili.
- Berti, Florencia. 2010. Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación. En Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°32. Ensayos Contemporáneos. Edición V. Universidad de Palermo: Buenos Aires.
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=6117&id_libro=163
- Bourdieu, Pierre. 1997. Sobre la televisión, Barcelona, Anagrama.
- _____. 2002. Lección sobre la lección, Barcelona, Anagrama.

- _____. 2003. *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Braidotti, Rosi. 2004. *Sujetos Nómades. Corporización y diferencia sexual en la teoría feminista contemporánea*. Buenos Aires: Paidós Burch.
- Butler, Judith. 2006. *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós. p. 25
- _____. 2007. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós: Barcelona.
- Byerly, Carolyn- Ross, Karen. 2006. *Women and Media, A critical Introduction*. London: Blackwell.
- Carpio, Lilia. Ordóñez, Kruzkaya. Suing, Abel. 2018. *El activismo social feminista: la violencia de género como centro mediático*. En *Feminismo, Investigación y Comunicación. Una aproximación plural a la representación de las mujeres*. Egregius.
- Castañeda, Liliana. 2014. *Las posibilidades políticas del sujeto feminista femenino desde la posmodernidad*. *Revista Géneros* Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género. Centro Universitario de la Ciénega Universidad de Guadalajara.
- Castells Manuel. 2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cepam sitio web. <http://cepam.org.ec/> Consultado el 28 de mayo de 2020.
- Charaudeau, Patrick. 2009. *Análisis del discurso e interdisciplinariedad en las ciencias humanas y sociales en Puig L. (ed.), El discurso y sus espejos*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en <http://www.patrick-charaudeau.com/Analisis-del-discurso-e.html>
- Chen, Yin-Zun. 2004. *De los Encuentros Feministas a las Campañas Transnacionales: Surgimiento y Desarrollo de los Movimientos Transnacionales de Mujeres en América Latina*. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, (20), 267–292.
- Cobo, Rosa. 2008. *Sociología crítica y Teoría Feminista*. Coruña: Universidad de A Coruña. [https://masteres.ugr.es/gemma/pages/actividades/actividades-granada/20072008/rosa_cobo/!](https://masteres.ugr.es/gemma/pages/actividades/actividades-granada/20072008/rosa_cobo/)
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género. 2018. *Guía básica para entender y apropiarse de la Ley 175. Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres*. Primera Edición. Disponible en: https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf
- CORDICOM. 2017. *Discriminación hacia las mujeres y su representación en medios de comunicación*. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.
- _____. 2019. *Estudio especializado: discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación Ecuador*. Ecuador: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.
- Criado, Elena. 2012. *Mujeres sin poder en los medios de comunicación. Exclusión de las periodistas de los cargos directivos de la empresa informativa*. España: Universitat Jaume I de Castellón.
- Cruz, Delmy. 2015. *Tesis de Maestría: Las feministas, las mujeres y las otras: la construcción del sujeto político del feminismo desde la revista Mujer Mexicana (1904 - 1908)*. Ecuador: FLACSO.
- Cubides, Humberto. 2004. *Formación del sujeto político: Escuela, medios y nuevas tecnologías de la comunicación y la información*. En Laverde María, Daza Gisela & Zuleta Mónica. *Debates sobre el sujeto: Perspectivas contemporáneas*. Siglo del Hombre Editores. <https://books.openedition.org/sdh/320?lang=es>

- De Blas, Ana. 2019. Luisa Posada: “El sujeto político del feminismo tienen que ser las mujeres”. *Mujeres en Red. El Periodico Feminista*. Abril 2019. <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article2345>
- De Certau, Michel. 1999. *La invención de lo Cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana.
- DW Akademie. Panorama de los medios en Ecuador Sistema informativo y actores implicados. Deutsche Welle 53110 Bonn Germany
- Espinosa, Gisela. Jaiven, Ana (coords). 2011. *Un fantasma recorre el siglo. Luchas feministas en México 1910-2010*. Universidad Autónoma Metropolitana: México.
- Fairclough, N. 1995. *Media Discourse*. London: Hodder Education.
- Foucault, Michael. 1973. *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Fraga, Cristina. 2004. “Prólogo”, en *Agencias de género: comunicadoras en el mundo*. Madrid: AMECO.
- Franquet, Rosa. 1982. *La mujer y su relación con los medios*. *Chasqui* 4: 36-43.
- Fraser, Nancy. 1990. *Repensando la esfera pública: una contribución a la democracia realmente existente*.
- Frías, Lorena. 2000. "Los derechos humanos de las mujeres: aportes y desafíos", en *ÚIS fisuras del patriarcado: reflexiones sobre Feminismo y Derecho*. Quito: FLACSO-CONAMU.
- Fundación Aldea. 2019. Durante el 2018, 88 mujeres fueron asesinadas por el hecho de ser mujeres. <http://www.fundacionaldea.org/noticias-aldea/tbm8t9rrxz654lll2s84em5e4mbnt7>. Consultado el 10 de julio de 2021.
- Fundación Gamma. 2002. Proyecto Global de Monitoreo de Medios. <https://gammaecuador.org/gmmp-2020/>. Consultado el 25 de octubre de 2020.
- Gallego, Juana. 2002. *La prensa diaria por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Los libros de la frontera.
- Goetschel, Ana María. 2004. Musas, ondinas y misses: estereotipos e imágenes de las mujeres quiteñas en los años treinta del siglo XX (Temas). En: *Íconos: revista de ciencias sociales. Patrimonio, memoria y regeneración urbana*, Quito: FLACSO sede Ecuador.
- _____. 2006. Estudio introductorio. Pp.13-58. En *Orígenes del feminismo en el Ecuador*. Antología. Ecuador: Flacso, CONAMU, MDMQ, UNIFEM.
- Goffman, Erving. 2006. *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu: Buenos Aires. <file:///C:/Users/jelye/Downloads/goffman-estigma.pdf>
- González, Jorge. 2019. “Paridad de género se incumple en política”. *El Comercio*. 1 de octubre de 2019.
- González, Isabel. 2019. *Las periodistas feministas salimos del closet*. Wambra medios Comunitarios: Quito. Publicado originalmente en *Chicas Poderosas*. <https://wambra.ec/las-periodistas-feministas-salimos-del-closet/>
- Habermas, Jürgen. 1991. *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona: Península.
- _____. 1989. *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- Hasan, Valeria. Gil, Ana. 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. V, núm. 43. Universidad de Guadalajara.
- Herrera Gioconda. 2009. *Los estratégicos años noventa: logros y tensiones de la Institucionalización*. En *Sujetos y prácticas feministas en el Ecuador 1980 – 2000*. Quito – Flacso Ecuador. Manuscrito no publicado.
- Hopenhayn, Martín. Ottone, Ernesto. 2000. *El gran eslabón. Educación y desarrollo en el umbral del siglo XXI*. Buenos Aires: FCE. <http://hdl.handle.net/11362/2085>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. 2018. “Atlas de Género”.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Atlas_de_Genero_Final.pdf
- Instituto Nacional de las mujeres México. Las mujeres y los medios de comunicación.
- Janz, Karina. 2019. Periodismo alternativo y militancia feminista: Experiencias de portales digitales con enfoque de género en Ecuador. Universidad Estatal de Ponta Grossa: Ponta Grossa.
<https://ediciones.ciespal.org/index.php/ediciones/catalog/view/17/23/74-2>
- Jenkins, Henry. 2006. Convergence Culture: La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación. Paidós: Barcelona.
<https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Jordán, Rodrigo. Panchana Allen. 2009. Los medios de comunicación en Ecuador. Ecuador: The Handbook of Spanish Language Media, Routledge. Consultado el 19 de abril de 2020. <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- Keane, John. 1997. Transformaciones estructurales de la esfera pública, en revista Estudios Sociológicos Vol. XV, N° 43. El Colegio de México: México. 47-77.
- Kilbourne, Jeane. 2000. Killing Us Softly 3. Advertising's Image of Women. Northampton: Media Education Foundation.
- Larrondo, Marina. Ponce, Camila. 2019. Activismos feministas jóvenes: emergencias, actrices y luchas en América Latina. Buenos Aires: CLACSO.
- Lazar, Michelle. 1993. Equalizing gender relations: a case of double-talk. *Discourse & Society*, 443-465.
- _____. 2005. *Feminist Critical Discourse Analysis. Gender, Power and Ideology in Discourse*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Legarde, Marcela. 2012. El feminismo en mi vida Hitos, claves y topías. México: Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México.
- Lomas, Carlos. 2002: El masaje de los mensajes publicitarios. En *El aprendizaje de la comunicación en las aulas*. Barcelona: Paidós.
- Ludec, Nathalie. 2017. La Difusión Del Feminismo Mexicano: El Papel De Las Feministas En Los Medios De Comunicación (Esperanza Brito, Elena Urrutia, Marta Lamas). Cuadernos Intercambio Sobre Centroamérica Y El Caribe 14.2, Vol.14.
- Maletzke, Gerhard. 1992. *Sicología de la Comunicación Social*. Ecuador: Quipus.
- McAdam, Doug. Tarrow, Sidney. Tilly, Charles. 2005. ¿Cuál es el problema? (1y2). En *Dinámica de la contienda política*. Pp. 3-78. Barcelona: Hacer editorial.
- McQuail Denis. 1983. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós. <https://locucionucvcohortelvii.files.wordpress.com/2012/06/introduccion-a-la-teoria-de-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>
- _____. 1985. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- Mier, Andrés. 2019. Reseña de Estudio especializado: discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación, de Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. *Chasqui* 139:471-473.
- Mies, María. 2002. “¿Investigación sobre las mujeres o investigación feminista? El debate en torno a la ciencia y la metodología feministas”. En *Debates en torno a una metodología feminista*, compilado por Eli Bartra, 63-102. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- Mogaburo, Yanel. 2013. Análisis crítico del discurso de los medios masivos de comunicación. Representaciones sobre el aborto en la prensa argentina. *Discurso y Comunicación*. Revista Comunicación y Ciudadanía: Argentina. Disponible en

- <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiR0rnOz9vdAhWGjVkkHeoACccQFjABegQICRAC&url=https%3A%2F%2Frevistas.uexternado.edu.co%2Findex.php%2Fcomciui%2Farticle%2Fdownload%2F3409%2F3096%2F&usq=AOvVaw2iieQSLG8EVe8cUc-KQc-p>
- Molina, Camila. 2020. Los medios de comunicación y el discurso disciplinante: Análisis del doble femicidio de turistas argentinas en Montañita, Ecuador. Tesina de especialización, Flacso Ecuador. <http://hdl.handle.net/10469/16105>
- Monje, Carlos. 2011. "Técnicas e instrumentos para la recolección de información". En Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa. Guía didáctica. Universidad surcolombiana, p.132-171. Disponible en: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Moragas, Florencia- 2014. Análisis del discurso en revistas de diarios y representaciones genéricas. ALAIC: Perú. Disponible en <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/vGT14-Florencia-Moragas.pdf>
- ONU Mujeres. 2020. Impacto de COVID-19 en la violencia contra las mujeres en América Latina y el Caribe. Obtenido de Consejo Nacional para la Igualdad de Género: <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wpcontent/uploads/2020/05/COVID19enlaVCM.pdf>
- Peña Cañas, Jacqueline Johana. 2020. El "no femenino" y la representación del feminicidio en los medios de comunicación en El Salvador. Tesina de especialización, Flacso Ecuador.
- Piñuel, José. Gaitán, Juan. 2010. El discurso hegemónico sobre la verdad y la comunicación en la autorreferencia mediática en Prensa. En Revista Latina de Comunicación Social, 65. Tenerife: Universidad de La Laguna. Visitado el 29 de mayo de 2020. http://www.revistalatinacs.org/10/art3/920_Complutense/42_Pinuel.html
- Pontón, Jenny. 2015. Mujeres, cuerpo e imagen en la industria publicitaria del Ecuador: de la representación a la subjetividad. Tesis de doctorado, Flacso Ecuador. [file:///C:/Users/jelye/Downloads/TFLACSO-2015JMPC%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/jelye/Downloads/TFLACSO-2015JMPC%20(1).pdf)
- Portal Mentinno. Ranking Digital: Medios de Comunicación en Ecuador 2019. <https://blog.formaciongerencial.com/ranking-digital-medios-de-comunicacion-en-ecuador-2019/>
- Puente, Gabriela. 2019. Trabajo de titulación El Periodista en la Era Digital: Transformaciones y Cambios del Oficio Periodístico en la Prensa Escrita. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador: Quito.
- Ramírez, Raquel. s/f. El estigma de ser una mujer feminista. Blog Mujeres Net. Consultado el 12 de enero de 2020. <https://www.mujeresnet.info/2013/09/el-estigma-de-ser-una-mujer-feminista.html>
- Ramos, Valentina. Tejera, Eduardo. 2017. Estudio de Relaciones entre Cultura, Clima y Fuerza de Clima Laboral en Ecuador. Acción Psicológica. Consulta 23 de Agosto de 2021. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=344054646015>
- Retamozo, Martín. 2009. Lo político y la política: los sujetos políticos, conformación y disputa por el orden social. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, Volumen 51. No. 206.69-91.
- Rivera, Silvia. 2010. Una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores. Buenos Aires: Tinta Limón.
- RTVE. 2020. El sesgo de género en los medios o cómo se enfoca solo una "cara de la moneda" _____. 2018. Consultado el 20 de octubre de 2020. <https://www.rtve.es/noticias/20180307/sesgo-genero-medios-como-se-enfoca-solo-cara-moneda/1690280.shtml>

- Salazar, Robinson. 2013. La construcción del nuevo sujeto político en América Latina: Estrategia para buscar la emancipación desde lo popular en el siglo XXI. Volumen 20. No 57. Espiral: Guadalajara. 155-173.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-05652013000200006&lng=es&tlng=es.
- Sanjuán, Lola. García, Cristina. 2018. Cambiando la perspectiva masculina de la comunicación y los medios de comunicación. Buenas prácticas y herramientas. En Feminismo, investigación y comunicación. Egregius: España.
- Santacruz, Lucy. 2018. Moralidad, maternidad y política. En Feminismo y mestizaje. Una lectura desde la Clase, el Género y la Raza en Ecuador. 1910-1940. 183-212. Quito: Tesis Doctoral UASB.
- Santillán, Rodrigo. 2006. El lenguaje en el periodismo de opinión. CIESPAL: Quito.
- Sierra, Isabel. 2020. Por una nueva normalidad feminista. Obtenido de CLACSO Pensar la Pandemia:
file:///C:/Users/BE/Downloads/POR%20UNA%20NUEVA%20NORMALIDAD%20FEMINISTA.pdf
- Solís, Lucía. 2019. "Hacia la igualdad: logros feministas de los últimos cinco años en Latinoamérica". Noticias de América Latina y el Caribe. 30 de diciembre de 2019.
<https://www.nodal.am/2019/12/hacia-laigualdad-logros-feministas-de-los-ultimos-cinco-anos-en-latinoamerica-porlucia-solis/>
- Stone, Clarence. (2002). Urban Regimes and Problems of Local Democracy. ECPR Joint Sessions, (March). Retrieved from <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/f2ba7f06-75b4-4ea2-9817-1716621efac5.pdf>
- Suárez, Juan. 2007. Estereotipos de la mujer en la comunicación. Mujeres en la red. Disponible en: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1211>
- Taktikee. El desvirtuado mensaje feminista. Consultado el 19 de abril de 2020.
<http://www.taktikee.com/el-desvirtuado-mensaje-feminista/>.
- Van Dijk, Teun. 2003. Las estructuras ideológicas del discurso. En Ideología y discurso. Barcelona: Ariel Lingüística. 55-75.
- _____. 2003. Las estructuras ideológicas del discurso. En Ideología y discurso. Barcelona: Ariel Lingüística. 55-75
- Vega, Aimée. 2007. "Por los derechos humanos de las mujeres: la responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género". En Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales XLIX (200): 123-141.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42120008>
- _____. 2014. Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión. Revista de Estudios de Género La Ventana, Vol. V, No. 40: pp 186-212.
- Verón, Eliseo. 1996. Conducta, estructura y comunicación. Ideología y comunicación de masas. Amorrortu: Buenos Aires.
- Wambra Medio digital comunitario. 2019. #25N Hitos de la Justicia Feminista en Latinoamérica y el Caribe. Red de Periodistas Feministas de América Latina y el Caribe. Disponible en: <https://wambra.ec/justicia-feminista-25n/>
- Wilcox, Dennis. 2006. Cameron, Glen. Xifra Jordi. Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas. Madrid: Pearson Educación.