

Rompiendo el silencio: El papel de los medios de comunicación como aliados en la prevención de la violencia contra las mujeres

"(...) Los microprogramas reforzaron el discurso y mensaje sobre qué es la violencia contra las mujeres, cómo las afecta sin distinción de edad o etnia; y, como se la puede prevenir".

Víctor Gómez, de Radio Sucumbíos, 2023

para abordar y contribuir efectivamente a la prevención de la violencia contra las mujeres.

El enfoque mediático puede lograr varios objetivos clave:

- 1 **Atraer atención al tema:** Es crucial atraer la atención hacia la violencia contra las mujeres, ya que 7 de cada 10 mujeres en Ecuador son afectadas (INEC, 2019). A pesar de esta preocupante realidad, el tema no ha logrado penetrar adecuadamente en el discurso social. Aumentar la visibilidad de la violencia contra las mujeres permite que la información se difunda y que la sociedad se eduque sobre los hechos y sus impactos. Solo mediante una educación adecuada se podrá asegurar que la problemática sea percibida con la seriedad que merece.
- 2 **Derribar estereotipos y romper tabúes:** La representación mediática tiene el poder de desafiar y desmantelar estereotipos perjudiciales, así como de romper tabúes que perpetúan la violencia. Esto contribuye a crear un ambiente más receptivo a la discusión y reflexión sobre la violencia contra las mujeres.
- 3 **Fortalecer el conocimiento público:** La representación mediática permite que los datos sobre la violencia contra las mujeres lleguen a la sociedad, promoviendo una mayor comprensión de su impacto. En Ecuador, la sociedad civil ha utilizado, entre otros, los hallazgos proporcionados por medios de comunicación sobre los costos-país de la violencia contra las mujeres como una base fundamental para impulsar cambios legislativos y fomentar un entorno de sensibilización. Por ejemplo, esta información fue clave para la reforma de la Ley Orgánica para la Planificación Integral de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica y los datos difundidos por los medios también fueron presentados a l*s candidat*s en las elecciones presidenciales, contribuyendo así al debate político.

Comunicación con impacto

Los medios de comunicación poseen un enorme potencial como agentes de cambio social, sensibilizando y alcanzando a un público amplio, incluso en áreas rurales, desempeñando un papel crucial en la lucha por erradicar la normalización de la violencia contra las mujeres (VcM). Para lograrlo, es fundamental que cuenten con información y evidencia sólida que les permita abordar el tema de manera efectiva en distintos formatos: desde periódicos *on line*, redes sociales, sitios web y blogs hasta medios impresos como revistas y periódicos.

Este Factsheet explora cómo la colaboración entre el programa *Prevenir la Violencia contra las Mujeres* (PreViMujer) y medios de comunicación ha dado lugar a estrategias efectivas para no solo sensibilizar a la sociedad, sino también incidir en políticas públicas y fomentar un cambio cultural que prevenga la violencia, a través de una cobertura informativa crítica y fundamentada.

¿Por qué los Medios? De la cobertura a la conciencia

A pesar de que numerosos estudios han demostrado los graves efectos económicos de la violencia contra las mujeres y se han creado diversas ofertas de apoyo para las sobrevivientes de la VcM, la información sobre este tema continúa siendo poco visible para la sociedad en general.

En este contexto, los medios de comunicación se presentan como una herramienta prometedora, ya que facilitan el acceso a la información, especialmente a través de visualizaciones impactantes, la integración de hechos en narrativas atractivas y el uso de redes sociales. Esta representación mediática resulta fundamental

En resumen, los medios de comunicación pueden desempeñar un papel significativo en la prevención de la violencia contra las mujeres, no solo al educar y sensibilizar a la sociedad, sino también al influir en la política pública y fomentar un cambio cultural.



Wambra desarrolló el especial periodístico Aulas Libres, 2022. Foto: © Andrea Venturini para WambraEc

→ Nuevas perspectivas en la cobertura de la violencia contra las mujeres

Grupos focales transformadores

En 2021, se implementó una estrategia innovadora que se destacó por la composición de los grupos focales. Estos grupos, compuestos por periodistas, editor*s y comunicador*s, tenían como principal objetivo profundizar la comprensión del tema de la violencia contra las mujeres. A través de intercambio y discusiones, se buscaba recoger las expectativas y necesidades de l*s profesionales de los medios, así como analizar las intervenciones y la cooperación con ell*s.

Durante las sesiones de los grupos focales, se abordaron temas cruciales como la información disponible, los datos pertinentes, las capacitaciones necesarias y, en general, los recursos que los medios requieren para llevar a cabo una cobertura informativa basada en evidencia sobre la VcM.

Curso de certificación especializado

Como resultado de las estrategias discutidas en los grupos focales, se diseñó y ejecutó un **curso de certificación especializado** titulado *Periodismo para prevenir violencias contra las mujeres*. Este curso fue concebido y realizado en colaboración con la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) en Quito. A través de esta capacitación, se instruyó a un grupo de 19 periodistas, proporcionándoles información exhaustiva sobre el tema. El curso incluía ejercicios prácticos y culminaba con un proyecto en el que cada

participante debía diseñar su trabajo de investigación, utilizando enfoques variados para sensibilizar a su audiencia sobre la problemática.

Además, el curso adoptó un enfoque interseccional, centrándose especialmente en las mujeres trans y otras diversidades sexo-genéricas, para visibilizar la violencia de género en su totalidad. Como resultado del curso, se publicaron amplios reportajes en medios de gran circulación nacional, como *El Comercio*, tanto en formato digital como en impreso.

Capacitación de vocer*s

Para garantizar una **información responsable basada en evidencia** y de trasladar el tema al centro de la sociedad, se capacitó a estudiantes, representantes de colectivas y organizaciones universitarias, formándol*s como vocer*s. Fueron preparad*s para desenvolverse en los medios, participar en entrevistas y utilizar evidencia concreta para incidir públicamente, subrayando la importancia de prevenir la violencia contra las mujeres, especialmente en el contexto universitario.

En respuesta a la alta demanda de información, l*s vocer*s capacitad*s lograron difundir el tema en los **medios de comunicación estudiantiles y en otros**, utilizando el estudio *De la evidencia a la prevención: cómo prevenir la violencia contra las mujeres en las universidades ecuatorianas* (GIZ & USMP, 2022) para transmitir hechos científicos.

Esto contribuyó a posicionar el tema en la plataforma OIME NEWS, formada por cinco universidades, como un espacio de noticias del observatorio interuniver-



Jóvenes promoviendo el trabajo con los medios universitarios, 2023. Foto: © GIZ/PreViMujer

sitario de los medios de comunicación ecuatorianos. También se abordó en la emisora de radio FLACSO de la universidad del mismo nombre y en Radio MINDALAE de la Universidad Politécnica del Carchi. En estos espacios, el tema se integró en la programación regular y se produjeron una **serie de podcasts**.

Visibilización de la violencia en el Colectivo LGBTIQ+

L*s estudiantes y colectivos de la “Escuela Púrpura” usaron la evidencia del estudio de universidades para visibilizar la **violencia basada en género hacia personas o el colectivo LGBTIQ+** en el ámbito universitario. Utilizaron medios digitales y redes sociales, así como en medios como Wambra Medio Comunitario y GK.

Participación de medios tradicionales

Un notable ejemplo de la colaboración con **medios de comunicación tradicionales** es el canal de televisión Teamazonas, que cuenta con un alto rating en Ecuador. Este canal se unió a la campaña *Mujeres sin violencia: ¡Así gana Ecuador!* e integró mensajes informativos en su programa “Te veo Ecuador” el 25 de noviembre de 2023, en conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres. Además, se llevó a cabo una entrevista con una empresaria involucrada en el proyecto *develoPPP: Negocios sostenibles a través de la prevención de la violencia contra las mujeres*, el cual fue ejecutado por PreViMujer/GIZ en colaboración con el Banco ProCredit.

Transformando el discurso mediático: Logros e impactos

Un grupo de siete organizaciones de medios (Grupo El Comercio, Coalición de Medios Comunitarios, Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador - CORAPE, Sociedad Interamericana de Prensa, Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, Coalición Ecuador Verifica, OIME News) ha llevado a cabo una labor significativa en la capacitación y sensibilización de aproximadamente 50 periodistas. Est*s profesionales participaron en cursos y talleres especializados enfocados en la violencia contra las mujeres.

L*s periodistas, que provienen de medios impresos, digitales y de radio, han creado más de 30 productos comunicativos. Estas creaciones incluyen reportajes multimedia, especiales periodísticos, páginas de aterrizaje, podcasts, anuncios de radio y contenido para redes sociales. Cada uno de estos productos se basa en un enfoque crítico y fundamentado en la evidencia, apoyándose en los hallazgos de estudios como *Los costos-país de la violencia contra las mujeres en Ecuador* (USMP & GIZ, 2020) y *De la evidencia a la prevención: cómo prevenir la violencia contra las mujeres en las universidades ecuatorianas* (USMP & GIZ, 2022).

Esta colaboración dio lugar a logros significativos:

- 1 **Ampliación de Audiencias:** Es importante destacar que la diversidad de medios utilizados permitió llegar a diferentes públicos. Por ejemplo, CORAPE se dirige a grupos rurales, mientras que WAMBRA se enfoca en un público joven de entre 24 y 35 años. Así, tod*s beneficiaron de la colaboración y lograron presentar la información de manera comprensible y creativa para su audiencia específica.

2 Impacto en medios digitales: Además de los medios tradicionales, como la radio y los periódicos, los medios digitales también demostraron su eficacia en la difusión del tema. CORAPE cuenta con un espacio especializado en su web, llegando a más de 500.000 personas. Igualmente, el periódico digital GK creó una página especializada que ofrece formatos e información listos para ser adoptados y distribuidos a través de otros canales mediáticos, alcanzando un total de 26.000 visitas.

3 Elaboración de un protocolo para redacciones: GK, en colaboración con el *Observatorio por los Derechos y la Justicia en Ecuador* y con el apoyo de la Embajada y el Consulado de EE.UU a través de USAID, elaboró un protocolo para prevenir la violencia de género y la discriminación en las redacciones. Esta distribución a través de medios digitales permitió al periódico llegar principalmente a un público joven.

4 Uso de redes sociales: El uso de redes sociales también tuvo un impacto significativo. La página de fans de la campaña: *Mujeres sin violencia* en Facebook alcanzó a 845.300 personas, mientras que otras redes sociales llegaron a 178.796 personas. Además, se registraron 16.664 visitas a la página web, 13.532 artículos vistos en Twitter y 148.600 cuentas alcanzadas en Instagram.

5 Accesibilidad de contenidos complejos: Los medios digitales son especialmente efectivos para presentar información compleja de manera creativa. Se utilizaron métodos de escritura, como el *storytelling*, así como formatos auditivos como podcasts y visuales como infografías interactivas, historias visuales, imágenes, videos, *reels*, *stories* y carrusel. A través de estos esfuerzos, se facilitó la accesibilidad y comprensión para diferentes públicos.

Reflexión final

En conclusión, la intervención de los medios de comunicación en la prevención de la violencia contra las mujeres ha demostrado ser una estrategia valiosa y necesaria. La colaboración entre organizaciones, universidades y medios ha permitido una cobertura más amplia y efectiva, creando espacios para la reflexión y el debate en la sociedad. Los aprendizajes obtenidos a lo largo de este proceso subrayan la importancia de una comunicación basada en evidencias, la inclusión de diversas voces y la utilización de formatos creativos para atraer a diferentes públicos. A medida que continuamos enfrentando esta problemática, es fundamental que los medios sigan desempeñando un papel activo en la visibilización y prevención de la violencia contra las mujeres, contribuyendo a una sociedad más informada y comprometida con el respeto e igualdad.



DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Publicado por:

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la Sociedad
Bonn y Eschborn, Alemania

Oficinas GIZ Quito-Ecuador
Av. Isabel La Católica N24-430 y Luis Cordero
Edif. RFS Centro de Negocios, piso 8,
CP 170525

Implementada por

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Proyecto Prevenir la Violencia contra
las Mujeres (PreViMujer) Ecuador

Contacto:

Viviana Maldonado,
E viviana.maldonado@giz.de
I www.giz.de

Autor*:
GIZ PreViMujer

Diseño/diagramación:
Ira Olaleye, Eschborn

Por encargo de:

Ministerio Federal de Cooperación Económica y
Desarrollo (BMZ) de Alemania (BMZ)

Quito, diciembre 2024

