

CONSULTORIA: "DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE LAS AUDIENCIAS RESPECTO A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN EL CORDICOM Y LA DISCRIMINACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Y EFECTUAR UN ANÁLISIS CUALITATIVO RESPECTO A LA PARTICIPACIÓN DE LA POBLACIÓN DESDE UN ENFOQUE DE LA SEPARACIÓN DE LAS BARRERAS DISCRIMINATORIAS: GÉNERO, EDAD, DISCAPACIDAD, ETNIA Y NIVEL SOCIOECONÓMICO A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES



STRATEGA
BUSINESS DEVELOPMENT SERVICES

PRODUCTO

INFORME FINAL

2014

INFORME FINAL

CONTENIDO

1.	Antecedentes	3
2.	Explicación metodológica	4
3.	Componentes ejecutados y productos entregados	17
3.1.	Niveles de participación de los sectores históricamente marginados por razones de género, de raza, discapacidad, edad y nivel socio económico.....	17
3.2.	Posibles relaciones entre los resultados de participación ciudadana y las acciones impulsadas a partir de la expedición de la ley orgánica de comunicación.	23
3.3.	Resultados de encuesta línea base y encuestas de seguimiento	25
3.4.	Resultados de grupos focales	31
3.5.	Evaluación cualitativa de percepción de líderes sociales y comunicadores	34
	Recomendaciones.....	43
3.6.	Estrategias de comunicación y socialización	46
4.	Conclusiones generales	57
5.	Recomendaciones	61

1. Antecedentes.

El 20 de julio de 2014 Stratega suscribió con el Consejo de Regulación y Control de la Información y la Comunicación un contrato cuyo objeto fue: determinar la percepción de las audiencias respecto a la ley orgánica de comunicación (LOC), el CORDICOM y la discriminación en los medios de comunicación, v, efectuar un análisis cualitativo respecto a la participación de la población desde un enfoque de la superación de las barreras discriminatorias; género, edad, discapacidad, etnia v nivel socio económico a partir de los principios constitucionales".

Para el cumplimiento de este objeto central, la consultoría entregó conforme lo establecido en el contrato mencionado, los siguientes productos:

1. Documento de valoración de los niveles de participación de los sectores históricamente marginados por razones de género, de raza, discapacidad, edad y nivel socio económico.
2. Documento con la determinación de las posibles relaciones entre los resultados de participación ciudadana y las acciones impulsadas a partir de la expedición de la Ley Orgánica de Comunicación.
3. Informe de resultados de la encuesta línea base que contendrá un reporte de resultados, que estuvo enfocada en la determinación una evaluación sobre el nivel de conocimiento y posicionamiento de la Ley Orgánica de Comunicación y del CORDICOM, así como el nivel de apropiación de los derechos de la comunicación garantizados a la ciudadanía, y un análisis sobre la discriminación en los medios de comunicación.
4. Documento con valoraciones de carácter cualitativo, bajo los principios de equidad y no discriminación establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación respecto a los niveles de participación de las mujeres, discapacidades, indígenas, montubias, afrodescendientes; y, estratos socio económicos de bajos recursos.
5. Informe de resultados de grupos focales efectuados con grupos de atención prioritaria, donde se buscó para conocer las opiniones y percepciones de la

ciudadanía sobre la Ley Orgánica de Comunicación, la discriminación en medios de comunicación y la participación social.

6. Evaluación cualitativa del grado de conocimiento y aceptación en líderes de la sociedad de las ciudades de Guayaquil, Machala, Santo Domingo, Quito, Cuenca, Riobamba, Ambato, Ibarra, Loja, Tena, Macas, Francisco de Orellana respecto a la Ley Orgánica de Comunicación y al trabajo y acción del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.
7. Estrategia de difusión de los resultados para elevar los niveles de conciencia de la sociedad respecto a los principios de equidad y no discriminación contemplados en la Constitución y en la Ley Orgánica de Comunicación.
8. Informe de encuestas de seguimiento, que contiene cuatro reportes donde se describe la ficha metodológica y lectura de los principales resultados de las variables sobre conocimientos, actitudes y prácticas asociadas a LOC; conocimiento, confianza y temas asociados a CORDICOM; y valores, actitudes y percepciones sobre discriminación en los medios de comunicación.

2. Explicación metodológica

El ámbito de trabajo se enfocó a la determinación de los elementos de carácter discriminatorio y de participación de grupos vulnerables, a partir de la aplicación de la LOC y bajo el marco de sus principios deontológicos.

Con el objeto de identificar y valorar los efectos de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación y sus instrumentos, se trabajó en un proceso de investigación de carácter secundario para establecer los niveles de participación política, laboral, comunitaria y comunicacional de los grupos identificados como discriminados históricamente en el país: mujeres, indígenas, montubios, afros, personas con discapacidad, miembros de la comunidad GLTBI, adultos mayores. A partir del análisis de los resultados de la investigación, se estableció una valoración de carácter estratégico, del estado de situación de las prácticas discriminatorias, en los procesos de comunicación e

información y en los procesos de participación política, económica, laboral, comunitaria y comunicacional de estos grupos.

Paralelamente se ejecutó una investigación cuantitativa a nivel nacional con validez en las provincias de Pichincha y Guayas, y en las ciudades de Quito y Guayaquil con cortes mensuales y la definición de una línea base, orientada a establecer la percepción de la población respecto a la LOC, sus principios, su institucionalidad; respecto al contenido y a las prácticas discriminatorias vigentes en los procesos de comunicación e información; y, respecto a las preferencias y hábitos de consumo de medios y productos de comunicación.

Adicionalmente con el mismo objetivo, se ejecutaron grupos focales a nivel poblacional y a nivel de líderes sociales y comunicadores, a fin de efectuar una evaluación de carácter cualitativo respecto a las percepciones de los ciudadanos y sus líderes, en torno a los temas ya citados.

El conjunto de elementos recogidos en este importante proceso de investigación primaria y secundaria, ha permitido la identificación de los factores críticos más importantes a ser gestionados en el objetivo de promover la vigencia de los principios deontológicos de la LOC.

En función de esta identificación, se diseñó una estrategia de comunicación participativa, una estrategia de socialización estratificada por grupo.

Un aspecto de importancia a resaltar, derivada de la ejecución de la consultoría, constituye la decisión de diseñar un sistema de indicadores, ligados directamente a los fundamentos y principios de la Ley y a las responsabilidades y competencias principales de CORDICOM.

Encuesta nacional de línea base

Se aplicó una encuesta nacional con el fin de obtener indicadores que respalden futuras acciones que ejecute el CORDICOM. Para calcular la muestra se usó la información del Censo de población y vivienda del 2010 y el padrón electoral del 2014. Así, los datos tienen validez estadística para estimar los resultados a nivel nacional, regional (Costa, Sierra y Amazonía) y de 6 provincias: Azuay, Guayas, Manabí, Pichincha, Tungurahua y Sucumbíos. El universo de estudio representó a todos ciudadanos mayores a 16 años registrados en el padrón electoral a nivel de cada una de las parroquias del país. El proceso de levantamiento de la información de la encuesta nacional, provincial y distrital se desarrolló del 25 a 29 de septiembre de 2014, se levantaron 3581 encuestas.

Para la encuesta se elaboró un formulario con 79 variables, donde se abordaron los siguientes temas: Datos geográficos, identificación y condiciones de vida, hábitos de consumo de medios, confianza institucional, participación y control social, atención a grupos prioritarios, temas relacionados con la comunicación, temas institucionales, temas de coyuntura y por último medios y actores locales.

Encuestas nacionales de seguimiento

El levantamiento de la información de los indicadores de seguimiento se realizó en las Encuestas Nacionales y Locales del 13 de septiembre, 18 de octubre, 08 de noviembre y 01 diciembre de 2014. El segmento que conformó la muestra corresponde a la población urbana y rural mayor de 16 años, se realizó un muestreo aleatorio estratificado que toma en cuenta los resultados del Censo de Población al 2010 y el padrón electoral para el 2014. Las muestras fueron elaboradas con validez provincial y cantonal, y son representativas también por sexo y edad.

Los datos que provienen de las encuestas de seguimiento nacionales realizadas y la encuesta de línea base efectuada el 25 de septiembre de 2014 permitieron realizar un tracking para conocer el comportamiento de 17 variables en el tiempo. Estas son:

confianza en medios privados y públicos, labor institucional de CORDICOM y SUPERCOM, injerencia del Gobierno Nacional en CORDICOM, Aspectos positivos y negativos de la LOC, conocimiento sobre posibilidad de denuncias e identificación de instituciones donde pueden realizarlas, percepción sobre la regulación a medios de comunicación, específicamente sobre regulación de contenidos violentos o sexuales, percepción sobre programas cómicos nacionales, inclusión en la programación de medios de comunicación de los derechos de personas con discapacidad y de las lenguas de los pueblos y nacionalidades, percepción sobre cambios en contenidos e información por aplicación de la LOC y por la aplicación de sanciones.

Las encuestas a nivel nacional tienen un margen de error de +-2 y una confianza superior al 95%. En el caso de la línea base este valor es del +-1,63

A continuación se resume las variables medidas en cada seguimiento realizado.

Seguimiento 13 septiembre:

<p>REGULACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción sobre programas cómicos producidos en el Ecuador que se transmiten en los canales de televisión - Percepción sobre las imágenes de afroecuatorianos e indígenas que muestran programas cómicos producidos en Ecuador - Conocimiento sobre la realización de quejas/demandas sobre información o contenidos que se transmiten en los medios de comunicación - Percepción sobre necesidad de regulación de la publicidad en los medios de comunicación - Percepción sobre la necesidad de la existencia de defensores de audiencia y
--	---

defensor del lector

Seguimiento 18 de octubre:

**COMUNICACIÓN Y
REGULACIÓN**

- Percepción sobre la libertad de expresión en el Ecuador: total, parcial o inexistente
- Razones por las que se considera que existe total libertad de expresión
- Razones por las que se considera que existe libertad de expresión parcial o no es inexistente
- Percepciones sobre la aplicación de regulaciones a los medios de comunicación
- Percepciones sobre la relación entre CORDICOM y el Gobierno Nacional
- Identificación de actores que se oponen a la Ley Orgánica de Comunicación
- Identificación de actores que apoyan la Ley Orgánica de Comunicación
- Conocimiento sobre el “Plan de Profesionalización” para comunicadores
- Posicionamiento sobre aprobación del reglamento sobre la inclusión de producciones nacionales en programas de radio (música).
- Interés en participar o informarse sobre la campaña de “Ahora se escucha mi voz”.

Seguimiento 08 de Noviembre:

**COMUNICACIÓN Y
REGULACIÓN**

- Nivel de importancia sobre la regulación de la transmisión de programas con contenido violento en los medios de comunicación

	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de importancia sobre la regulación de la transmisión de programas con contenido sexual explícito en los medios de comunicación - Identificación de una institución a la que se pueda presentar una queja/demanda sobre información o contenidos que se transmiten en los medios de comunicación
<p>MEDIOS COMUNITARIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de medios comunitarios (tipos) - Nivel de importancia de la inclusión en la programación de medios comunitarios de temas: - Mensajes comunitarios y personales como matrimonios, reuniones sindicales, objetos perdidos - Programas educativos sobre temas de salud, medio ambiente, sexualidad u otros de interés de la población - Programas informativos y de entretenimiento cultural como costumbres y tradiciones locales, expresiones artísticas u otros
<p>TEMAS DE COYUNTURA EN COMUNICACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción sobre la necesidad de la existencia de defensores de audiencias y lectores - Conocimiento sobre la campaña “Ahora se escucha mi voz” - Interés en informarse o participar de la campaña “Ahora se escucha mi voz”

Seguimiento 01 de Diciembre:

<p>COMUNICACIÓN Y REGULACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción sobre cambios en programación y contenidos de los medios de comunicación desde la vigencia de la Ley de Comunicación - Percepción sobre el aporte del establecimiento de sanciones o amonestaciones para el mejoramiento o corrección de contenidos y actividades de los medios de comunicación - Posición frente a la inclusión de programas producidos en Ecuador en los mejores espacios de los medios de comunicación - Necesidad de la promoción de la difusión de programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas - Percepción sobre la inclusión de los derechos de las personas con discapacidad en los medios de comunicación
<p>TEMAS DE COYUNTURA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Posición frente al establecimiento en la Constitución de la comunicación como servicio público - Percepciones sobre el anuncio de Teleamazonas de suspender la transmisión del programa cómico “La pareja feliz” - Percepciones sobre la suspensión de la edición impresa del diario el “Hoy”

Componente cualitativo

Para el estudio cualitativo se realizaron 20 grupos focales con la población, específicamente de los grupos de atención prioritaria. Los filtros aplicados fueron: 1) Las personas debían tener por lo menos educación primaria completa, 2) No debían ser periodistas, comunicadores, no debían trabajar ni haber trabajado en medios de comunicación (incluye publicidad), 3) No debían tener estudios en ciencias sociales, psicología, comunicación, 4) No podían ser políticos ni dirigentes, 5) No debían haber participado en otro grupo focal, 6) Los participantes convocados no podían ser familiares entre sí. Los grupos realizados se describen a continuación:

Provincia	Grupo	Sexo	Edad
Loja	Mujeres adultas, popular	8M	25-55 años
	Profesionales mixto, medio – medio alto	4H 4M	25-55 años
	Adultos mayores	6M	65 años y más
El Oro	Profesionales mixto, medio – medio alto	4H 4M	25-55 años
	Jóvenes	4H 4M	16-27 años
Pichincha	Mujeres adultas	8M	25-55 años
	Jóvenes	4H 4M	16-27 años
	Profesionales mixto, medio – medio alto	4H 4M	25-55 años
	Personas con discapacidades (visual y/o física-motriz)	4H 4M	25-55 años
	Afroecuatorianos/as	4H 4M	25-55 años
Pastaza	Indígenas	4H 4M	25-55 años
	Población Rural	4H 4M	25-55 años
	Adultos mayores	4H 4M	65 años y más
Bolívar	Indígenas	4H 4M	25-55 años
	Población Rural	4H 4M	25-55 años
Manabí	Mujeres adultas, popular	8 M	25-55 años
	Personas con discapacidades (visual y/o física-motriz)	4H 4M	25-55 años

	Montubios	4H 4M	25-55 años
Esmeraldas	Población Urbana popular	4H 4M	25-55 años
	Afroecuatorianos/as	4H 4M	25-55 Ños

El instrumento para facilitar los grupos se elaboró de la siguiente manera: Se estructuró la guía según tipos de medios, ciertas piezas que apuntaban a abrir el debate sobre los temas del estudio, algunas de ellas constituyen casos que han sido objetos de denuncia o regulación a través de la aplicación de la Ley Orgánica de la Comunicación. La guía se dividió en seis secciones. En la introducción, se solicitó a los participantes que señalen sus preferencias de consumo de medios para elaborar un perfil de tipo de consumo por grupo. Las cuatro siguientes secciones, hacían referencia a cuatro tipos de medios de comunicación: prensa escrita, radio, televisión y redes sociales. Para los tres primeros medios, se presentó a los participantes tres piezas previamente seleccionadas, de las cuales el grupo debía escoger la que no quisiera consumir, la que preferiría consumir y aquella que le era indiferente. En último lugar se analizó la disposición e interés en participar en instancias que aporten al mejoramiento de medios y contenidos.

Evaluación cualitativa de la percepción de líderes sociales y comunicadores

Los objetivos definidos se han alcanzado a través del uso de métodos cualitativos. En particular, se ha celebrado un conjunto de 11 grupos focales con líderes de asociaciones, con especial atención a las de mujeres, discapacitados, jóvenes, adultos mayores y comunidades y nacionalidades. Esta actividad se ha completado con la elaboración de algunas encuestas en remoto a los participantes en las provincias de Pichincha, Santo Domingo y Guayas y 1 entrevista directa con una líder de mujeres indígenas en Loja. Con carácter previo a la elaboración de los guiones de los grupos y cuestionarios, se mantuvieron distintas reuniones con miembros del CORDICOM para conocer mejor el trabajo de las distintas direcciones y los puntos de interés prioritarios para el organismo.

Los talleres han contado con una convocatoria directa de más de 50 personas en las siguientes ciudades:

Guayaquil	Quito
Machala	Cuenca
Riobamba	Loja
Santo Domingo	Tena
Ibarra	El Coca
Ambato	

Se ha elaborado un cuestionario compuesto por 14 preguntas sobre aspectos concretos de la LOC y de la actividad del CORDICOM y otros órganos reguladores, que ha permitido mejorar la sistematización de los resultados de los grupos por parte de los/as facilitadores/as. Tales preguntas se dividen en dos tipos de cuestiones: un primer conjunto de preguntas se refieren a las funciones previstas para el CORDICOM en los artículos 49 y 86 de la LOC. En relación con estas funciones, se pretende obtener el grado de conocimiento de los encuestados/as, así como su valoración de la relevancia de tales funciones y de la efectividad de la actuación del CORDICOM hasta la fecha.

En segundo lugar, se propone un conjunto de cuestiones referidas a los aspectos principales de la LOC. Conforme a las líneas prioritarias de trabajo de las distintas direcciones del CORDICOM, se han seleccionado y sintetizado algunos principios de la LOC, así como objetivos y líneas de acción en la efectividad de los derechos de comunicación e información. Acerca de estas cuestiones, se pregunta asimismo sobre el conocimiento del encuestado/a, la valoración de su importancia, la pertinencia de su regulación y del trabajo de las instituciones públicas en cuanto a la garantía de su efectividad.

Con el objetivo de que la información obtenida sea representativa del conocimiento y la opinión de sectores clave de la sociedad ecuatoriana, este guion se ha seguido en una discusión con líderes políticos y de opinión en un total de 11 ciudades del país, lo que permite realizar análisis significativos de la situación de los objetivos definidos.

La actividad de selección de los líderes y de distribución de los cuestionarios se ha realizado en un conjunto de ciudades representativas de la variada realidad del país.

El equipo de producción se aseguró de generar el contacto previo con estos líderes sociales y de opinión, de realizar la facilitación de las entrevistas / talleres, garantizando que existe un método de cumplimentación homogéneo de desarrollo conforme a los criterios y objetivos específicos.

Celebrados los distintos talleres, se inició una fase de estandarización y exposición descriptiva de los datos obtenidos. En segundo lugar, el equipo de investigación procedió a hacer una descripción interna de los resultados, a la que sigue el presente informe ejecutivo con las principales conclusiones de los grupos focales. A este respecto, se ha realizado un análisis cualitativo de los resultados, con el objetivo de conocer el grado de conocimiento y la percepción de líderes políticos y de opinión en toda la geografía del país sobre el CORDICOM y la LOC.

Este análisis se ha ajustado a las técnicas hermenéuticas y analíticas generalmente aceptadas dentro de las metodologías cualitativas y centrado en los siguientes aspectos principales, que sostienen la posibilidad de realizar el objetivo señalado con una base de evidencia científica.

En primer lugar, se analiza la percepción de los líderes de opinión ante los aspectos de la regulación y la acción del CORDICOM relativos a la efectividad de los derechos de comunicación e información, incluidos los derechos de los grupos de atención prioritaria (en especial, menores y personas con discapacidad) y los de toda la ciudadanía.

En segundo lugar, se analiza la percepción de los líderes de opinión ante los aspectos de la regulación y la acción del CORDICOM relativos a la regulación de contenidos, con especial atención a las actividades de prohibición de contenidos discriminatorios, violentos, etc., a la promoción de contenidos que atiendan la composición intercultural

del Estado ecuatoriano proclamada en la Constitución de 2008 y a las exigencias de producción y emisión de contenidos nacionales, tanto en la publicidad como en los contenidos de televisión y musicales para las estaciones de radio.

En tercer lugar, se analizará la percepción de los líderes de opinión ante los aspectos de la regulación y la acción del CORDICOM relativos a la distribución equitativa de frecuencias, las acciones destinadas a impedir o remover los monopolios de comunicación y las decisiones de gestión adoptadas sobre las concesiones de frecuencias.

Con base en este análisis, el producto a entregar resulta una evaluación cualitativa del grado de conocimiento y aceptación en líderes de la sociedad de las ciudades citadas respecto a la LOC y al trabajo y acción del CORDICOM.

Descripción de la realización de los grupos focales

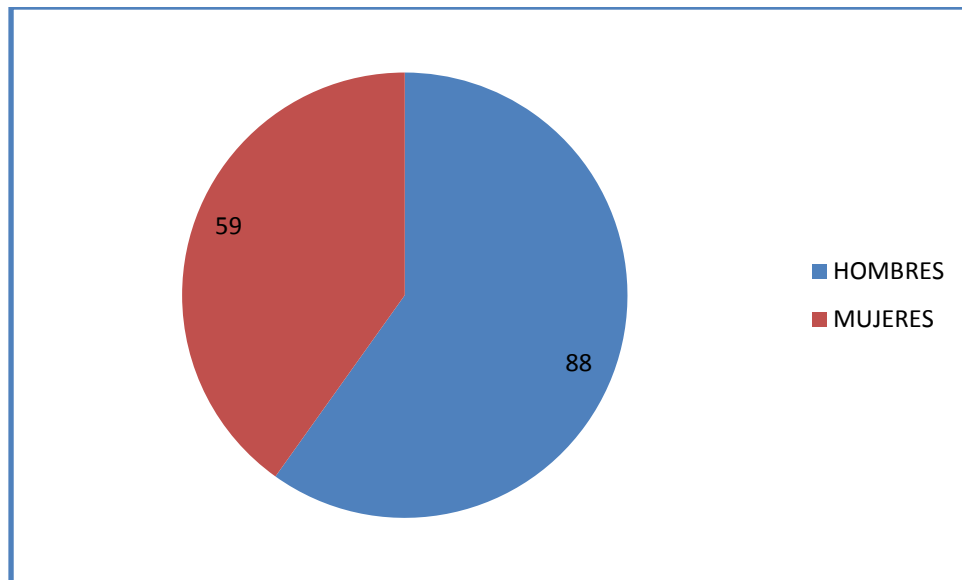
Como se indicó, se han celebrado 11 grupos focales en las principales ciudades ecuatorianas. Los grupos han implicado a un total de 148 participantes sobre los 550 convocados¹. La primera circunstancia a destacar es que, pese a convocatoria de un conjunto suficientemente representativo de jóvenes, la media de edad de los participantes ha sido relativamente alta, de 44 años. Ello insta a revisar la pertinencia de los mecanismos de participación existentes para poder contar con un número de jóvenes suficientes (como por otro lado señalaron algunos jóvenes asistentes a los grupos) y a iniciar una reflexión sobre la lejanía de los jóvenes respecto a los asuntos nodales de la comunicación; lo que obviamente no obsta a que éstos participen en la comunicación a través de otros canales no regulados, como son principalmente Internet y otros medios pequeños.

En relación con la paridad de género, se ha llegado a una situación mucho más apreciada, que, si bien no ha podido ser completamente paritaria en la media de

¹ En todos los grupos se ha indicado que alguna gente pudo participar sin llegar a completar el registro, por lo que hay que considerar unas cifras algo más altas de participación; estimamos que en torno al 5%.

participantes, sí lo ha sido en muchos grupos focales como en Ambato, Cuenca, Tena, Santo Domingo y Quito. En conjunto, las mujeres han representado un 40% de las participantes.

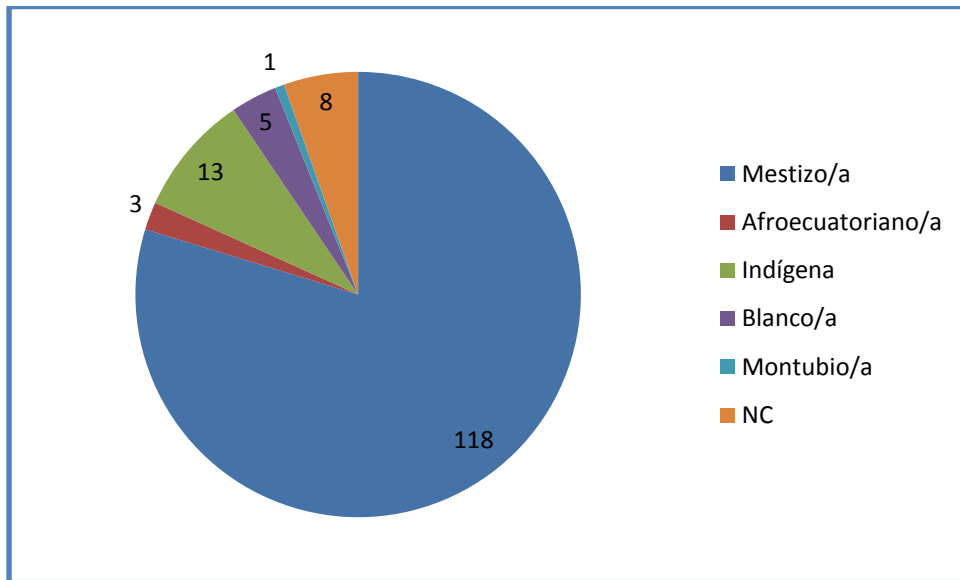
Gráfico 1. Proporción hombres y mujeres (n)



Elaboración: Stratega

En relación a la pluralidad étnica del país, si bien la convocatoria se centró en contar con una representación nutrida de las distintas comunidades de cada territorio, la respuesta a la convocatoria ha sido desigual, como ya es un problema consolidado de los procesos de participación política. Si bien casi el 80% de los participantes se han autoidentificado como mestizos, las opiniones han sido capaces de reflejar la diversidad étnica que se quiere reflejar en los procesos comunicativos. A partir de este mismo método de la autoidentificación étnica, que tiene conocidas limitaciones de favorecimiento a las mayorías, han participado también un 9% de indígenas, 3 % de blancos, 2% de afroecuatorianos y un 0,68% de montubios.

Gráfico 2. Proporción de perfiles étnicos de los participantes según autoidentificación (n)



Elaboración: Stratega

En las hojas de cálculo anexas pueden verse las estadísticas de participación por grupos.

Sistematización de los aspectos generales y análisis

3. Componentes ejecutados y productos entregados

3.1. Niveles de participación de los sectores históricamente marginados por razones de género, de raza, discapacidad, edad y nivel socio económico.

El conjunto de políticas públicas afirmativas, que incluyen la Ley Orgánica de Comunicación y sus instrumentos, están incidiendo en el mejoramiento de los niveles de participación política-electoral, en el ámbito laboral, y en la escolaridad de los sectores marginados históricamente.

La existencia de un marco constitucional en el cual se recogen los derechos de participación tanto en el ámbito político electoral, participación comunicacional, participación económica y participación social, constituye el reconocimiento de la vigencia formal de los derechos, sin embargo su ejercicio real está limitado por

estructuras productivas, sociales, políticas y económicas que han generado brechas entre la declaración de derechos y el acceso y ejercicio pleno de los mismos.

La participación desde el ámbito constitucional se la considera un derecho ligado íntimamente con el ámbito electoral, considerando que el derecho de ser elegido y elegir le permite al ciudadano convertirse en mandante sobre las autoridades electas. Se considera que al participar en las elecciones se toma parte de las decisiones y se ejercer el control social de los compromisos públicos, adicionalmente se concuerda con los planteamientos de las autoridades electas para la ejecución y gestión de los programas. Se espera que las autoridades electas hagan respetar otros derechos de los electores en los ámbitos sociales, económicos, políticos y sociales. Es decir, a través de ellos se espera obtener beneficios sociales y fortalecer el capital social de la comunidad.

La Participación Electoral o Política se manifiesta por la cantidad de personas que acuden a ejercer el deber y derecho de votar. Mientras mayor sea la asistencia mayor la participación política, lo contrario está representado por el porcentaje de ausentismo, el cual ha disminuido desde el 2002 del 35% a representar en 2013 un ausentismo del 18.9%.

La democracia participativa, se establece mediante la determinación de los votos que el candidato electo obtiene respecto al total del padrón electoral, es decir cuál es el apoyo que su proyecto político tiene entre el total de electores. El mayor apoyo en votos válidos lo registra Jaime Roldós en 1979, al obtener el 49.15% del total del padrón electoral, seguido por Rafael Correa en el 2013 que obtiene el 42.1%. Hay que indicar que este porcentaje lo obtiene en una sola vuelta, mientras que Roldós lo obtuvo en la segunda vuelta electoral.

Del análisis de los resultados de elecciones del 23 de febrero del 2014 se obtienen los siguientes resultados:

La Participación Comunicacional, se ejerce al poder acceder a información y transmitir información usando los diferentes medios de comunicación. Sin embargo, existe una suerte de asimetría entre quienes reciben información y quienes la entregan, pues estos últimos tienen la capacidad de decidir qué informar, cómo informar, cuándo informar y sobre todo a quién informa. De esta manera la información se ha constituido en una mercancía que moldea mayoritariamente una visión hegemónica.

Al convertirse la información en una mercancía, esta debe ser regulada a fin de que quien la entregue cumpla con requisitos mínimos de objetividad, pluralidad, veracidad, oportunidad y contextualización. Esto es necesario pues a través de la información la sociedad en su conjunto y las personas de forma individual toman diferentes decisiones que les pueden influir positiva o negativamente.

La afectación negativa que generan los medios de comunicación se denomina “afectación mediática” cuyas formas más comunes de expresión son: identificación negativa, discrimen, manipulación, incitación e invisibilización.

La participación comunicacional no solamente tiene que ver con la capacidad de los individuos y la sociedad de ejercer sus derechos, sino cómo se respetan los derechos.

Del estudio realizado por el MIES se tiene las siguientes afectaciones mediáticas a los diferentes grupos sociales:

- ✓ Los pueblos y nacionalidades, los indígenas, los afro-descendientes, los montubios, las mujeres son utilizadas y cosificadas permanentemente en la publicidad en los medios generando identificación negativa.
- ✓ Los jóvenes y adolescentes son considerados incapaces cuando no delincuentes, violentos, inmorales y peligrosos.
- ✓ Las personas con discapacidad y los adultos mayores son escondidos, invisibilizados, incluso despreciados: cuando no se les estigmatiza como inútiles se los expone como víctimas y cargas sociales.
- ✓ Las personas con opciones sexuales diversas son satanizadas, declaradas inmorales, objetos de burla y extremadamente peligrosas.

- ✓ Las niñas y niños son usados para conseguir adeptos y en la publicidad son manipulados hacia el consumo indiscriminado.
- ✓ Las niñas y niños en el ámbito informativo, son expuestos a riesgos y busca mostrárselo en situaciones de violencia y maltrato la supuesta protección de la identidad es convertida por las noticias en un semi-ocultamiento de la imagen que no evita su revictimización. Se los presenta como víctimas, victimarios o beneficiarios pero no como sujetos de derechos. (manipulación)
- ✓ Los afro-ecuatorianos hiper-visibilización de identificación negativa son vistos como delincuentes o malvivientes generando estigmatización.
- ✓ Las nacionalidades indígenas sufren de invisibilización por falta de presencia de las lenguas propias de las nacionalidades en la información y comunicación.

Aunque la ley establece claramente en diferentes cuerpos legales prohibiciones y sanciones contra quienes discriminen o ejerzan formas que podrían atentar contra los derechos de las personas en los medios de comunicación, hay evidencia que no se las respeta y que aún es una tarea pendiente el ejercicio real de los derechos comunicacionales.

La participación en el ámbito laboral tiene dos grandes variables de análisis; la primera es el acceso al trabajo y la segunda la compensación por el trabajo realizado, para lo cual se establece como factores de análisis el género, la educación, y la etnia.

El acceso al trabajo para las mujeres es inferior al de los hombres, pues aunque las mujeres aunque representan más de la mitad de la población y de la población en edad de trabajar, solamente representan el 39,8% de la Población Económicamente Activa (PEA) y el 39,5% de la población ocupada.

La tasa de desempleo en las mujeres es mayor a la de los hombres. Si bien la relación de desempleo mujeres hombres ha disminuido desde 1.71 en el 2008 a 1.17 en el 2012, significa que aún la tasa de desempleo de las mujeres es un 17% más alta que la de los hombres.

Mientras mayor sea la instrucción de la mujer menor la brecha ocupacional, es decir, mientras mayor grado de instrucción de la mujer mayores oportunidades de empleo.

La población ocupada según categoría ocupacional determina que las mujeres tengan mayoría en ocupaciones no remuneradas como son trabajo del hogar no remunerado y trabajo no del hogar no remunerado y ayudante no remunerado.

Las mujeres perciben ingresos inferiores al de los hombres tanto en el ámbito, urbano, rural como nacional. En promedio a nivel nacional la mujeres perciben un 16% menos salarios que los hombres, en el sector rural la brecha es de 25.32% y en el sector urbano 19.7%

La brecha de ingresos en el sector formal es de 7%, es decir que las mujeres perciben un ingreso 7% más bajo que el de los hombres. Esta brecha es 33.24% para el sector informal, 36% para el servicio doméstico, 17.72% para ocupados no clasificados. El promedio de brechas de ingresos por sector económico es 15.6.

Los ingresos crecen conforme aumenta el nivel de instrucción, sin embargo de lo cual las mujeres tiene ingresos promedios inferiores en todos de los niveles de instrucción. Los ingresos crecen conforme aumenta el nivel de instrucción, sin embargo de lo cual las mujeres tiene ingresos promedios inferiores en todos de los niveles de instrucción.

Conforme crece el tamaño de las empresas, la participación de las mujeres como gerentes o propietarias disminuye. En las Micro empresas que tienen entre 1 y 9 empleados las mujeres tienen el 50% de las gerencias o la propiedad de las empresas, en las Pequeñas empresas el 30.3% y en las grandes el 17.9%

Las mujeres tienen una carga global de trabajo superior al de los hombres. Mientras menor es el grado de instrucción mayor diferencia en la carga global de trabajo.

La Participación Comunitaria, comprende el ejercicio de los derechos como sujetos activos y pasivos, esto significa que buscan el reconocimiento de particularidades de grupos étnicos y de su interacción con el resto de la sociedad. Aunque el ejercicio de los derechos es general para todos los grupos étnicos, se hace relevante en grupos como indígenas y afro-ecuatorianos que han sido grupos históricamente excluidos y quienes tienen brechas en diferentes ámbitos.

El análisis de la participación comunitaria considera 7 ejes analizados en la Agenda Nacional para la Igualdad de Nacionalidades y Pueblos, que son los siguientes:

1. Tierras y Territorios
2. Derechos Colectivos
3. Administración y Acceso a Justicia
4. Derechos del Buen Vivir
5. Derechos Económicos
6. Comunicación, Información y Participación
7. Plurinacionalidad e Inteculturalidad

La aplicación de los principios de participación y no discriminación que emanan de la LOA, no constituye solamente una responsabilidad de las entidades directamente vinculadas en la institucionalidad establecida en el marco jurídico, es una responsabilidad del Estado y de la sociedad en su conjunto. Por tanto, es indispensable que en todas las entidades tengan aplicación tangible los principios de carácter afirmativo (mediante la incorporación de los sectores vulnerables con preferencia en las plantillas de personal, mediante la identificación de medidas que desde los servicios y acciones, consideren preferentemente a los sectores vulnerables, mediante la incorporación preferente en los consejos consultivos que deberían tener un funcionamiento orgánico y regular); pero también, las entidades deberán incorporar en el lenguaje y en el comportamiento de sus funcionarios, medidas específicas que eliminen o disminuyan la discriminación y favorezca la inclusión de todas y todos.

Estos elementos deberían constituir parte de los registros a ser medidos y evaluados dentro del sistema de indicadores que proponemos.

3.2. Posibles relaciones entre los resultados de participación ciudadana y las acciones impulsadas a partir de la expedición de la ley orgánica de comunicación.

Los elementos fundamentales que es preciso rescatar en este informe final son los siguientes:

Imposibilidad de establecer relaciones consistentes. En la ejecución de la consultoría, se estableció la Imposibilidad de establecer una relación entre la expedición de Ley Orgánica de Comunicación y la participación ciudadana, en virtud de la inexistencia de información y de que el marco legal cuenta con un poco más de un año de vigencia. De la revisión de información secundaria de las diferentes instituciones relacionadas a la participación de sectores históricamente marginados se pudo concluir que no existe una base de indicadores suficientemente desagregada y con series de tiempo relevantes que permita establecer posibles relaciones entre los resultados de participación ciudadana y las acciones impulsadas a partir de la expedición de la Ley Orgánica de Comunicación.

La medición de participación ciudadana se ha limitado al ámbito electoral. La información existente de participación ciudadana está conformada básicamente por la información electoral, lo cual constituye un punto de partida importante pero no suficiente como para poder establecer criterios de causalidad entre la expedición de la Ley Orgánica de Comunicación y la participación ciudadana, pues esta comprende dimensiones adicionales como son participación en la información, en la consulta y control, en la decisión y en la ejecución.

Necesidad de crear una línea base de indicadores de comunicación. Es por ello que se propone la necesidad de la creación de indicadores de línea base que permita cuantificar los efectos de la Ley Orgánica de Comunicación estableciendo para ello los

relacionamientos entre las variables y los objetivos de la Ley. Adicionalmente se podrá a través de estos indicadores verificar el cumplimiento de las atribuciones que tiene la CORDICOM.

99 indicadores de comunicación. Se propone un total de 99 indicadores de comunicación los cuales toman como marco conceptual los indicadores de desarrollo mediático desarrollados por la UNESCO, pero trascienden su amplitud pues los indicadores propuestos proponen mecanismos de cálculo y relacionamiento de éstos indicadores con la Ley Orgánica de Comunicación, con los objetivos, atribuciones y lineamientos estratégicos de la CORDICOM.

Los indicadores de comunicación se relacionan:

En la Ley Orgánica de Comunicación con los derechos a la igualdad e interculturalidad.

Los Derechos establecidos en Ley Orgánica de Comunicación (LOC) con más indicadores de comunicación relacionados son: el artículo 36 Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional con 48 indicadores, el artículo 33 Derecho a la creación de medios de comunicación social con 39 indicadores y el artículo 34 Derecho al acceso a frecuencias con 34 indicadores.

Con el objetivo de CORDICOM de democratizar y ampliar el acceso equitativo a las frecuencias de radio y televisión, así como a los medios y tecnologías.

Con las atribuciones de CORDICOM en la elaboración de estudios, el establecimiento de mecanismos para el ejercicio de derechos y regulación de acceso universal a la comunicación y a la información.

Los indicadores estratégicos de CORDICOM de comunicación se relacionan principalmente con la redistribución de frecuencias y el desarrollo de acciones afirmativas.

Los indicadores propuestos como instrumentos de política pública en comunicación.

Los indicadores propuestos deberán ser analizados por el equipo técnico de la CORDICOM para que puedan ser llenados mediante la recolección de variables y datos que los permita calcular y que sirvan de insumos para la verificación de su accionar y poder informar los resultados de política pública en materia de comunicación e información.

3.3. Resultados de encuesta línea base y encuestas de seguimiento

Hábitos y consumo de medios

- Casi la totalidad de los hogares ecuatorianos tiene aparatos de comunicación como TV y radio.
- El consumo de televisión se ha posicionado entre la población ecuatoriana por sobre los otros medios de comunicación. Los horarios de consumo tiene marcadas diferencias entre la televisión y la radio, el segundo abarca las horas de la mañana, mientras que en el caso de la televisión este se ubica en el horario nocturno.
- En las demandas de contenidos predomina la búsqueda de información, noticias, aunque estas preferencias tienen marcadas diferencias a nivel regional, provincial, así como entre otros segmentos sociodemográficos.
- Cerca del 70% de la población mostraría satisfacción con los noticieros de televisión ecuatorianos. Los medios de comunicación públicos no están en la lista de preferencias para el consumo de los y las encuestadas.
- El medio de menor acceso lo constituyen las redes sociales, lo que igualmente guardaría relación con el bajo acceso al servicio contratado de internet en los hogares.
- El uso de las redes sociales todavía está concentrado en un pequeño segmento de la población, especialmente, se observa que en la población joven, las redes sociales como el Facebook es un medio utilizado con frecuencia. Sin embargo, Comparado

con años anteriores, podemos darnos cuenta del impresionante crecimiento del internet como medio de comunicación, con un crecimiento sostenido y que no se detiene. En un futuro no tan lejano, este será el medio de comunicación privilegiado para la mayoría de la población, aunque algunos grupos se siguen quedando al margen, sobre todo personas que viven en la zona rural, adultos mayores y personas de más bajo nivel de instrucción y/o socioeconómico.

Nivel de confianza y democratización de medios de comunicación

- Es importante reflexionar sobre a la redistribución del espacio radioeléctrico y el fortalecimiento/creación de medios de comunicación comunitarios, en un contexto donde los medios de comunicación no han logrado consolidarse como entidades confiables para la ciudadanía, sin importar si estos son privados, públicos o comunitarios.
- La mitad de la población se muestra favorable a la redistribución de frecuencias, todavía existe un vacío sobre ese tema, así 4 de cada 10 personas no pueden posicionarse al respecto. A esto se puede sumar el hecho de que entre 4 o 5 de cada 10 personas no conocen los medios de comunicación comunitarios.
- El grupo que puede dar cuenta de los medios comunitarios, indican que éstos pueden jugar un rol importante en la generación de espacios de participación ciudadana y de acceso a información local, y con un menor nivel de influencia de actores políticos, privados o públicos.

Conocimiento y percepción sobre Ley de Orgánica de Comunicación-LOC

- 3 de cada 10 personas no tienen conocimiento sobre la LOC, sin embargo,
- Las personas que no dan cuenta de un aspecto positivo o negativo específico es cerca de 5 de cada 10, lo cual evidencia una falta de conocimiento a profundidad de esta normativa.
- Aspectos positivos de la ley: regulación de medios en cuanto a programación y contenido.

- Existe la necesidad de reforzar aspectos relacionados con la garantía de los derechos de la comunicación como la réplica y a la rectificación, así como la participación de la población en los medios, especialmente la inclusión de los grupos de atención prioritaria.
- Aspectos negativos: la carga política que ha ido acumulando la LOC, a causa de la confrontación entre medios de comunicación y el Gobierno Nacional. Las principales asociaciones tienen que ver con las restricciones en la libertad de expresión, vinculado con el establecimiento de prohibiciones, sanciones a medios de comunicación y/o comunicadores, donde se reconoce una fuerte injerencia por parte del ejecutivo.
- Se debe socializar la LOC así como las acciones, funciones y responsabilidades del CORDICOM. Mensajes claros para públicos definidos y encontrar los canales más adecuados para esta socialización.
- El medio televisivo y la radio son las principales vías que se sugieren para informar a la ciudadanía; en zonas rurales también se menciona la socialización en reuniones y asambleas.
- Hay una fuerte incidencia de las condiciones sociales en el conocimiento de la LOC, así, el desconocimiento es mayor en la zona rural y en los sectores sociales con menor nivel de educación y menor nivel socioeconómico.

Derechos, participación y control social

- Al menos la mitad de la población conocería sobre el derecho a la rectificación y a la réplica y 7 de cada 10 están de acuerdo con esta medida.
- La mitad de la población no pudo identificar una entidad y las principales entidades identificadas se relacionan con el sistema de justicia. El CORDICOM y la SUPERCOM no se encuentran posicionados frente a la ciudadanía como instancias para la recepción de quejas/denuncias.
- En términos de participación, es importante generar interés en la población sobre los temas relacionados con los derechos a la información y comunicación, al respecto se observa que solamente 3 de cada 10 personas muestran interés en

participar en ámbitos relacionados con la comunicación sea en la vigilancia del cumplimiento de los derechos de la comunicación, la promoción eliminación de discriminación y violencia en la programación de los medios masivos, la socialización, promoción de derechos a la información y la comunicación, entre otros.

- Algunas acciones que podrían ejecutarse podrían tomar en cuenta las siguientes recomendaciones: a) Empezar a trabajar en programas de educación para los consumidores de los medios de comunicación, de esa manera los medios tendrán la obligación de ofrecer una parrilla de programación adecuada a los requerimientos de su audiencia, b) trabajar en espacios escolares para educar a los y las niñas para un consumo crítico de la programación que ofrece la televisión nacional, c) fomentar la participación ciudadana y su vinculación con los medios para proponer parrillas de programación adecuadas que no solamente entretenga e informe, sino que también eduque a sus audiencias.

Interculturalidad, discriminación y grupos de atención prioritaria

- Entre 4 a 5 personas de cada 10 se relacionan con personas indígenas, afroecuatorianas y montubias siempre, casi siempre o a veces.
- Estas relaciones estarían marcadas por comportamientos y/o actitudes racistas y discriminatorias. Aproximadamente 4 de cada 10 ecuatorianos/as dan consideración que situaciones de racismo son las más frecuentes en el país.
- Esta realidad se ve reflejada en los contenidos y/o programación de los medios de comunicación ecuatorianos, donde igualmente al menos 4 de cada 10 personas pueden identificar de discriminación étnica, de sexual y de género.
- La discriminación en algunos lugares y/o segmentos de la población se ha hecho parte de la cotidianidad de las personas y a pesar de reconocerla como un comportamiento limitante y negativo se la acepta y hasta se la tolera en varios ámbitos.
- Existe una posición favorable respecto a la realización de cambios y regulaciones en el ámbito de la comunicación con miras a la erradicación de mensajes y contenidos

violentos, racistas o sexistas; así como de acciones de promuevan el respeto de derechos de grupos vulnerables.

- En cuanto los procesos de inclusión de grupos de atención prioritaria en medios de comunicación, los cambios identificados a nivel de contenidos y programación aluden a la más a población infantil, con discapacidad auditiva en medios televisivos y nacionalidades indígenas con la información de programación y/o contenidos en otras lenguas, este último en radio y televisión.
- Aunque es bajo el porcentaje de personas que dan cuenta la incorporación de las lenguas de pueblos y nacionalidades, 7 de cada 10 personas respalda el fortalecimiento de este tipo acciones en los medios.
- En el caso de las personas con discapacidad, existe todavía la necesidad de impulsar procesos de inclusión de sus derechos en los medios, en la percepción de la población para un 50% se ha logrado ente objetivo total o parcialmente.

Regulación de medios de comunicación

- Existe reconocimiento de la necesidad de la aplicación de regulaciones (cerca de 7 de cada 10 personas muestran posiciones favorables).
- Existe debate de opiniones respecto a limitaciones en términos de libertad de expresión, así como la incidencia del Gobierno Nacional en los controles a los medios de comunicación.
- Por otro lado, en relación al fortalecimiento de la producción, los resultados dan cuenta de una posición favorable a su inclusión dentro de la programación nacional.
- Es importante profundizar en las percepciones entorno a los contenidos que podrían tener estas producciones, especialmente en términos de erradicación de formas de discriminación así como en la inclusión a grupos de atención prioritaria.
- En caso de programas de humor como “La pareja feliz”, 4 de cara 10 creen que este tipo de programas emiten contenidos que denigran a la mujer y en un mismo número opinan lo contrario. Sobre la publicación de imágenes de mujeres como “El

Extra”, 3 de cada 10 personas consideró que algunas de esas imágenes son agradables aunque se reconozca que debe haber un control para evitar excesos.

- Frente a los medios de comunicación será importante:
 - Convocar, invitar y buscar persuadir a los medios de comunicación privados a aceptar la LOC como un marco regulatorio que ocasionará un mejoramiento de la calidad de sus contenidos, devolviéndoles la credibilidad perdida.
 - Informar e invitar a los medios públicos y comunitarios a adoptar posiciones equidistantes de los actores políticos y sus debates, apoyar las medidas de la LOC en cuanto tienen que ver con la necesaria regulación de contenidos violentos, racistas o sexistas, ante todo.

Institucionalidad: conocimiento e imagen del CORDICOM

- El nivel de conocimiento sobre el CORDICOM es bajo. Sin embargo, destaca que tiene un saldo positivo entre quienes le conocen y esto es así en todos los territorios y segmentos de la encuesta. El conocimiento crecerá con el tiempo.
- Es importante mantener el grado de favorabilidad a medida que se produce este crecimiento de la identidad, y por lo tanto cabe atender los principales aspectos de fortalezas y debilidades. Entre estas últimas destaca la percepción asentada con mayor peso en la provincia de Pichincha, relacionada con la autonomía e independencia del CORDICOM.
- La estrategia comunicacional debe establecer desde el inicio una identidad propia, que haga énfasis en las particularidades de la institución, sus públicos objetivos y los beneficios de su acción.
- Se requiere que la institución cuente con capacidades propias para generar mensajes, para llegar por los canales apropiados y para evaluar los impactos de sus acciones educativas, informativas y comunicacionales.
- El CORDICOM y la SUPERCOM tienen el mismo nivel de recordación y tiempo en su posicionamiento. Es natural que las personas no encuentren una diferencia clara en las competencias, y las campañas de promoción institucional diferenciadas pueden confundir antes que aclarar.

- Son las acciones de las entidades y sus efectos en la vida cotidiana, los que aportarán conocimiento y profundidad a la LOC y las entidades públicas asociadas.

Los puntos diferenciales para la cimentación de CORDICOM en la opinión pública son:

- La LOC y todas las formas de impacto de su acción, sobre todo lo que recibe la población en cuanto a información y sus contenidos, los mensajes de valores y formas de vivir, los estilos y formatos de la información.
- La protección prioritaria a niños, niñas y adolescentes, para evitar que reciban mensajes de violencia, sexismo y consumismo; al poner énfasis en uno de los indicadores más agudos para la sociedad, el CORDICOM logrará ubicar su acción de forma natural en la opinión pública.
- El combate a todas las formas de exclusión, discriminación y racismo contra cualquiera de los grupos de atención prioritaria, expresado en campañas innovadoras, que conmuevan y eduquen, marcando simbólicamente un corte en las actitudes, hábitos y opiniones discriminatorias presentes en la sociedad.
- Las medidas de apoyo, como la profesionalización, el apoyo para el mejoramiento técnico y de calidad de contenidos de los medios de comunicación, la defensa legal por acciones que comprometan la violación de la LOC.
- La percepción de una pequeña parte de la población acerca de la exagerada injerencia del gobierno en el CORDICOM puede ir desapareciendo a medida que mejore el grado de conocimiento, y se asienten los ejes antes mencionados como puntales de la profundidad de la imagen.

3.4. Resultados de grupos focales

Sobre acceso a medios

El estudio cualitativo permite corroborar y profundizar los datos obtenidos en la Encuesta de línea de base. Los medios más consumidos son radio (sobre todo en zonas rurales) y televisión, menos frecuencia la prensa escrita (adultos y profesionales) y las redes sociales (jóvenes y profesionales).

Las demandas de mejoramiento del acceso a medios de comunicación, principalmente de los grupos vulnerables:

- Aumentar acceso a medios escritos y cobertura de televisión en zonas rurales alejadas.
- Promover creación de contenidos noticiosos, educativos y de entretenimiento en kichwa.
- Promover la visibilización de la interculturalidad del país abriendo espacios para expresiones culturales propias de cada grupo étnico.
- Implementar accesibilidad para personas con discapacidad según las necesidades de cada tipo de discapacidad.
- Promover espacios de difusión sobre discapacidad como forma de sensibilización. La desinformación se identifica como causa de la discriminación y exclusión.
- Promover espacios y contenidos educativos para la población en general, sobre todo para niños y niñas.
- Adultos mayores sugieren la necesidad de programas informativos sobre temas de interés para ellos como salud y medicinas.
- Potenciar los espacios que aborden temas de interés comunitario, estimular la difusión de noticias locales, de acuerdo a necesidades y realidad de cada zona.

Sobre la violencia en medios

Nivel de selectividad y sentido crítico sobre los contenidos.

Población con menores niveles de educación formal y menor acceso presentan un consumo más pasivo, menos crítico y selectivo. Esto está correlacionado, en algunos casos, con la condición socioeconómica. La naturalización de los contenidos violentos también se encuentra atravesada por estas relaciones.

Supuestos e ideas sobre violencia de género, violencia sexual y sexismo:

- La exposición de la mujer y su sensualidad es una estrategia de marketing muy difícil controlarlo o prohibirlo

- Hay algunas mujeres que se exponen y se prestan para ello, la responsabilidad cae sobre ellas
- No se percibe, en principio, como negativo la exposición de la mujer en sí, lo negativo es la “indecencia” de las imágenes, no se acepta la desnudez, juicio moral sobre “deber ser” de la mujer.

Violencia y discriminación hacia minorías:

- Humor y entretenimiento justifican burlas y caricaturizaciones de sectores vulnerables. Alto nivel de tolerancia, la necesidad de censura es confusa.

Insultos, descalificaciones, confrontaciones políticas:

- Violencia verbal se reconoce como negativa pero cotidiana. Incide en formación y educación de la ciudadanía.
- Se naturaliza la violencia al considerar estos contenidos como algo frecuente, de responsabilidad individual de quienes los emiten y de difícil regulación.

Sobre la regulación

La necesidad y demanda de regulación es una característica similar en todos los grupos. Consideran importante hacerlo principalmente por: a) la exposición a niños y jóvenes a contenidos violentos, discriminatorios y sobre todo sexuales, b) Los medios pueden naturalizar la violencia y la población puede tender a repetir esos comportamientos (delincuencia, crímenes, trato irrespetuoso), c) velar por el respeto a libertad de expresión y c) asegurar la veracidad en la información.

La mayoría no conoce instancias de regulación, tampoco cómo realizar un trámite de denuncia. Existe cierto nivel de desconfianza en algunas personas sobre posibilidad de regular medios, sobre todo contenidos elaborados por instancias de gobierno.

Dentro de los FOCUS se considera que los mecanismos de regulación deben: a) Contemplar e incorporar las opiniones de la ciudadanía, b) ser impermeables a la

influencia política de los gobiernos, y c) ser a su vez reguladas, ya sea por veedurías ciudadanas o con apoyo de instituciones no gubernamentales internacionales.

Sobre la participación:

En general existe interés y predisposición para participar en instancias que permitan proponer mejoras.

3.5. Evaluación cualitativa de percepción de líderes sociales y comunicadores

Valoración general y percepción en medios

La percepción de la LOC depende mucho de los grupos consultados. Donde los grupos están conformados sobre todo por representantes de asociaciones de comunicación, organizaciones y sociedad civil, como en Quito, la opinión de los y las participantes es crítica con muchos aspectos de la actuación de los medios.

Mientras que, en las ciudades pequeñas, donde la presencia de representantes de medios de comunicación privados es más alta, se valora mejor su actuación y se tiene una actitud más “defensiva” respecto a los presupuestos de discriminación y desigualdad en la comunicación que han justificado la LOC. En general, existe un clima optimista acerca de los avances que la LOC ha introducido en la comunicación, dado que los medios han adoptado una actitud más cuidadosa en sus contenidos hacia la discriminación, aunque éstas persisten principalmente en los espacios de entretenimiento y humor.

En algunos lugares y sobre todo los más jóvenes se muestran críticos con la politización y tendenciosidad de los medios de comunicación privados y públicos como con la ausencia de intervención de CORDICOM en la minoración de estas tendencias.

Socialización del nuevo marco normativo

Se indica que se ha incidido mucho en los aspectos regulativos y de control o “punitivos” de la LOC y la acción del CORDICOM y menos en la información y empoderamiento sobre derechos a partir de la LOC.

Respecto al conocimiento de la LOC, la situación es ambivalente. Por una parte, hay continuas referencias al nuevo régimen que inaugura la LOC, lo que revela una alta conciencia de su importancia como tal, así como de los cambios generales que se están introduciendo en la comunicación. Sin embargo, existen alusiones muy imprecisas a conceptos o confusión sobre nociones jurídicas que aparecen claramente definidas en la LOC y su reglamento.

Vulneración de derechos en medios

La opinión general es la de una cierta mejora de esta situación, no solo desde la reciente LOC, sino desde 2008, vinculada a un relativo cambio cultural sobre la situación de algunas minorías étnicas y sexuales, sobre todo en los contenidos informativos, en publicidad y en las franjas horarias pero menos en contenidos de entretenimiento y humor.

Algunos grupos revelan dificultad de obtener tutela por parte de los órganos competentes cuando se producen vulneraciones. Los representantes de medios privados aluden frecuentemente a la dificultad de cumplir la LOC por falta de concreción acerca de qué es discriminación en función de tipos de medios, contenidos y grupos.

En el caso de las mujeres, se señala desde perspectivas informadas que suelen aparecer en los medios como sujetos activos de delito y sobre todo como sujetos pasivos de asistencia pero no suponen más del 15% las informaciones en que aparecen como sujetos protagonistas activas de la información.

En el caso de los discapacitados, se percibe una mejora clara (Cuenca), gracias al papel de medios comunitarios (Ibarra), pero también, el mismo límite a su participación en cuanto a las dificultades de contratación de estos profesionales.

Respecto a los y las jóvenes, en grupos como el de Riobamba o El Coca, se han destacado iniciativas y apoyos para activar la comunicación por parte de jóvenes y grupos vulnerables. En concreto, la agregación de grupos de jóvenes para conocer entre sí los proyectos, para formar nuevos grupos. A ello hay que sumar una valoración positiva de los espacios que los medios les ofrecen para expresar su opinión como grupo. Sin embargo, contra esta visión también aparecen otras que destacan la continuidad de las imágenes que los medios proyectan de los jóvenes en términos de peligrosidad, delincuencia, etc. Según esta opinión, se añade así otra dificultad a la reversión de la tendencia de los y las jóvenes a apartarse de los medios de comunicación tradicionales.

Hay controversia en cuanto a la situación de los GLTBI, cuya situación parece haber mejorado mucho en las grandes ciudades pero estar más discriminada en las pequeñas, incluso en los medios comunitarios cuando estos tienen adscripción religiosa.

A la par, se han visto especificarse nuevos grupos vulnerables que no habían aparecido en nuestras consideraciones iniciales, como los refugiados colombianos en el grupo de Santo Domingo, cuya imagen se ve muy mal afectada por la proyección de los medios, u otros como los adultos mayores, los afroecuatorianos y los montubios, respecto a los que se perciben avances pero también mucho trabajo pendiente en distintos grupos focales.

Participación en medios

La incorporación de contenidos minoritarios a los medios existentes aparece como una vía de pluralización de la comunicación más viable que la creación ex novo de medios comunitarios.

Tantos los medios privados como las organizaciones y comunidades han referido en distintos grupos focales su experiencia en abrir y hacerse con esos espacios en los medios. Grosso modo, pueden identificarse dos posiciones en los medios privados ante esta apertura.

Más o menos la mitad de ellos se han mostrado favorables a tal apertura y, desde esta posición, han señalado algunos problemas de ejecución, referidos a la dificultad última de concretar los contenidos y las dinámicas profesionales con unas organizaciones escasamente acostumbradas a este tipo de participación, en un nuevo contexto en que, si bien los contenidos provenían de estas comunidades, la responsabilidad seguía siendo de los editores del medio.

Otro conjunto de medios privados, como por ejemplo los de Loja, se mostraron sin embargo muy reticentes a la incorporación de contenidos de minorías, arguyendo un aumento de costes en la producción de estos contenidos al implicar desplazamientos y otras partidas. En cualquier caso, puede tomarse por impresión general la articulada en el grupo de Ibarra, que indicaría que tanto respecto a la inclusión de un 5% de contenidos interculturales como a la intención de abrir hasta un quinto del espacio a la participación de las minorías, los medios no concretan bien la ejecución de esta obligación.

Desde la perspectiva de la sociedad civil y aunque sus intervenciones se dirigen mayoritariamente a reclamar mayor presencia en los medios (espacios, participación de sus profesionales, cobertura de sus temas de interés, etc.), también se muestran auto-críticos en cuanto a su rol en el nuevo marco de la comunicación. En el grupo de Cuenca, refirieron que no brindan la suficiente importancia ni han desarrollado capacidades para enfrentar procesos de información y comunicación de carácter sostenido, de modo que las acciones que las organizaciones sociales desarrollan son aisladas, reactivas y limitadas.

El objetivo prioritario sería enfrentar la débil conciencia sobre la importancia de la comunicación que existe dentro de estas comunidades y organizaciones y la necesidad de gestionarla en forma organizada. A resultas de todo ello, se considera que la presencia de las organizaciones en los medios no pasa de ser coyuntural y esporádica. Al no contar con estrategias ni instrumentos, su presencia en medios se produce en circunstancias muy especiales y pasajeras y no es sostenida. De este modo no aporta lo suficiente ni a la difusión adecuada de sus acciones, ni al cambio cultural ni finalmente a los objetivos de la LOC.

Contenido de producción nacional

Aunque los distintos participantes conocen relativamente bien la norma al respecto, entienden y comparten su fundamento, son críticos con la implementación de estas obligaciones de incluir contenido nacional. Algunas de estas críticas resultan bastante plausibles, sobre todo si se considera la situación de medios pequeños repartidos por el territorio. En este sentido se encuadra la falta de obligatoriedad de tales medidas para los contenidos informativos y de entretenimiento que están accesibles en Internet, al margen de la regulación de los medios ecuatorianos que tienen presencia on line. Algo similar ocurre con la televisión de pago o por cable y, en Quito, manifestaron su incertidumbre acerca de cuál será la regulación de la televisión digital terrestre (TDT).

La preocupación más generalizada acerca de las obligaciones relativas al contenido nacional se refiere a las afecciones que los medios privados temen para la calidad de los contenidos, sobre todo si la aplicación de la norma fuera estricta. En otros lugares se pide aumentar la progresividad y la atención a la especificidad de los medios en la aplicación de estas normas de contenido.

Específicamente, otra fuente de malestar entre los medios privados se refiere a las obligaciones de pago de derechos de autor que los medios están adquiriendo con la gestora SAYCE, en combinación con la obligación de programar música nacional 1x1, cuando ya se da más visibilidad y por tanto ingresos a los artistas nacionales.

Actividad reguladora

Los y las participantes de los grupos no alcanzan a distinguir la actividad de las distintas agencias de regulación, en particular a diferenciar la actividad de CORDICOM de la SUPERCOM. Por ello nos referimos aquí en general a agencias reguladoras y recomendamos coordinar la actividad de comunicación institucional. A partir de esta perspectiva, la percepción de la actividad de regulación es buena y es frecuente destacar la necesidad de su intervención sobre todo en materia de discriminación y vulneración de derechos respecto a determinados grupos. También aparecen quejas en relación con la menor regulación de los medios comunitarios y la ausencia de otros medios, como los de pago e Internet.

Sostenibilidad económica de los medios privados

La sostenibilidad de los medios privados se encuentra muy vinculada a la distribución de la publicidad, que constituye su ingreso principal. En general, los grupos se muestran muy esperanzados con la nueva regulación de la publicidad (arts. 95 y 06 LOC), en la medida en que un reparto equitativo puede ser tanto una vía de sostenibilidad de los medios, como un mecanismo de disolución de uno de los principales focos de malestar en relación a la intervención de los poderes públicos en los medios, a través de la retirada de publicidad. Con la dificultad añadida de que fuera de las grandes ciudades, existen escasos ingresos por publicidad.

Aunque esta cuestión se completará después, sirva subrayar aquí que la percepción de la sostenibilidad de los medios privados se encuentra sujeta a cierta incertidumbre en relación con la política de reasignación de frecuencias en el nuevo escenario de distribución entre tipos de medios.

Profesionalización

Los participantes refieren el avance sobre todo al aumento de la conciencia sobre la importancia de la comunicación, a la preparación y cuidado de los contenidos, guiones,

informaciones, etc. situación que tampoco oculta a los participantes la necesidad de mejora.

Hay escaso conocimiento sobre el régimen transitorio a este respecto. También conviene aclarar las discrepancias sobre cómo estas exigencias de profesionalización van a afectar a los medios comunitarios, ya que algunos representantes de medios privados perciben una posibilidad de discriminación y de competencia desleal desde estos espacios, al ser más laxos con aquéllos.

Hay preocupación sobre los efectos para la sostenibilidad de los medios del impacto salarial de la profesionalización.

También conviene revisar el concepto de profesionalización en lo que respecta a grupos minoritarios. La implantación de una figura clásica de profesionalización, vinculada a los títulos y la meritocracia, siendo bien valorada está orillando perfiles que son importantes. Por una parte, no está consiguiendo integrar suficientemente a perfiles minoritarios, como discapacitados y jóvenes, que, aun siendo profesionales, no acceden a los puestos de trabajo en los medios. Este problema se extiende a la carencia de medios de profesionalización y formación al alcance de estos grupos de atención prioritaria y en provincias

Emergencia de los medios comunitarios

Desde los medios privados, se es crítico con el enfoque de la LOC, en cuanto al reparto equitativo de frecuencias entre los distintos tipos de medios y en cuanto al control que se está haciendo de los medios comunitarios. Definen la situación como "competencia desleal" por parte de estos medios por diversos motivos. Porque no se ven compelidos a las obligaciones de la LOC de la misma manera, reciben más apoyo del Estado y tienen un espacio radioeléctrico más extenso que el de su arraigo comunitario. Existe también malestar entre los medios privados por la categorización de la LOC, que agrupa como tales a medios de grandes corporaciones y a pequeños medios locales, que consideran más próximos a la función y características de los medios comunitarios. Dado que el

objetivo último de esta medida es garantizar la pluralidad de la comunicación y el acceso de los grupos excluidos, cabría pensar que una vía de cumplimiento puede alcanzarse a través de la re-categorización de muchos medios privados que, en atención a sus características de tamaño, balances y tradición de servicio a la comunidad, pueden distar más de otros grandes medios privados que del modelo de medios comunitarios que se proyecta.

La posibilidad de una rápida emergencia de medios comunitarios como tales es, a tenor de los grupos focales celebrados, improbable pero no así la voluntad de las comunidades y grupos de acción afirmativa de participar más en la comunicación. Esto abriría una vía intermedia de pluralización de la comunicación a partir del fortalecimiento de las capacidades comunicativas de las comunidades y de su participación en los medios existentes.

Algunos medios comunitarios no conocían el procedimiento para desarrollar radios comunitarias, lo que indica que la socialización de la LOC tiene margen de mejora sobre los grupos ciudadanos y de comunidades, como medio de promover también la creación de nuevos medios. Otros grupos relataron sus esfuerzos actuales por fundar nuevos medios.

En su mayoría, los participantes provenientes de organizaciones comunitarias son favorables a la propuesta de LOC, sin embargo creían que la LOC iba a tener más influencia en dotarles de acceso a los medios de comunicación existentes para expresar su opinión. Por otra parte, a la hora de crear nuevos medios comunitarios, la opinión unánime es que todos estarían interesados en hacerlo pero aparecen múltiples trabas en los distintos niveles de realización de esta propuesta, que han hecho desistir a muchas organizaciones. Aparecen dificultades desde los pasos iniciales de realizar el plan de comunicación, que también revelan la debilidad de estas organizaciones.

En una siguiente fase y respecto a los medios comunitarios que ya han adquirido una frecuencia, el principal limitante es el coste salarial. La nueva regulación orientada hacia

la profesionalización de los medios (respecto a la que existe una opinión general favorable) va a provocar, pasado el periodo de transición, que se exijan profesionales al frente de los medios y que haya que remunerarlos en consonancia. Debería pensarse en cierta regulación del trabajo comunitario a este respecto.

La conciencia de todas estas dificultades no obsta, sin embargo, para que la opinión general sea que los medios deben ser auto-sostenibles y no apoyados en exclusiva por la Administración. Con estas premisas, incluida que la Administración Pública no puede asumir la generalidad del coste de multiplicar los medios comunitarios, conviene pensar más bien en las posibilidades de apoyo público para la proliferación a medio plazo de medios comunitarios y de una pluralización efectiva de la comunicación.

Sin embargo, para muchos grupos la situación es peor, ya que muchos participantes descartaron que haya ni una estrategia de comunicación en las organizaciones y grupos de atención prioritaria, ni una voluntad firme de formar nuevos medios. Por lo que las estrategias estarían más bien dirigidas a la capacitación y profesionalización en estos aspectos con vista a participar inicialmente en los medios ya existentes.

La dimensiones educativa y cultural como alternativas

Desde la posición de muchos medios, el esfuerzo debería enfocarse en los aspectos culturales y educativos. Es decir, el cambio en los medios es importante pero no es la única tarea, estableciéndose una diferencia entre ley de medios y ley de comunicación. Aunque es obvio que esto relega su responsabilidad respecto a la discriminación en la comunicación.

Sin embargo, no es común considerar a los medios un simple reflejo inactivo de la sociedad, sino que la visión más compartida es la que considera a los medios un agente importante en tanto que espacio de socialización y educación de las nuevas generaciones. Desde este enfoque, el esfuerzo regulativo sobre los medios no es más que la extensión del esfuerzo tradicional sobre la educación. De ahí que las estrategias de largo plazo que se proponen impliquen, no solo la intervención sobre los medios,

sino principalmente las intervenciones educativas, que como dicen en el grupo de Guayaquil, son la mejor vía para transformar a largo plazo las concepciones discriminatorias que se pretenden modificar con la LOC.

Una utilidad del sistema educativo que identificamos para el cumplimiento de los objetivos de la LOC es la posibilidad de apoyar la creación de medios asociados a instituciones del sistema escolar. Por una parte, ello permitirá aumentar la ratio de medios públicos, que todavía está alejada del 33%, pero además ofrecería la oportunidad de articular una red de dispositivos educativos-comunicacionales donde formar a las nuevas generaciones en la importancia de la comunicación, sus condiciones de no-discriminación y el ejercicio de estas actividades.

Recomendaciones

Conforme a los análisis realizados a partir de los grupos focales, proponemos las siguientes recomendaciones para informar la acción del CORDICOM en las materias objeto de la investigación:

Considerar la “limpieza” de la comunicación como un bien y la tendenciosidad en los medios de cualquier categoría como un factor de malestar creciente.

Incidir en la socialización de la LOC de manera diferenciada en función de los siguientes públicos.

Para la sociedad en general, con el objetivo de conocimiento y empoderamiento en sus derechos de comunicación, a fin de mejorar su capacidad de auto-tutela.

Para los profesionales y responsables de medios privados, con el objetivo de aclarar los principios técnicos y perspectivas de aplicación de la LOC y los distintos reglamentos del CORDICOM, a fin de aclarar determinadas confusiones e incertidumbres que pueden desembocar en oposición a la labor del CORDICOM

Para las organizaciones y comunidades, dirigida a mejorar su capacitación como comunicadores con el objetivo de maximizar su participación en medios y, en último término, la fundación de medios comunitarios.

A fin de mejorar la lucha contra la discriminación de los grupos objeto de atención prioritaria la acción de socialización debería considerar:

La diferencia entre la discriminación en espacios informativos y espacios de entretenimiento / humor.

La diferencia en la discriminación entre medios y tipos de programas.

La particularidad de la discriminación en función de grupos, así como de las distintas formas de organización para la auto-tutela de esos grupos.

La existencia de una discriminación no solo referida a los contenidos, sino a la posibilidad de participación como profesionales en medios de perfiles minoritarios.

La existencia de un riesgo de que la tendencia estructural de creciente dificultad en la sostenibilidad de los medios revierta en mayores reticencias hacia la emergencia de medios comunitarios y de grupos minoritarios en la comunicación.

Asegurar que la distribución de la publicidad es equitativa y está basada en criterios objetivos y transparentes, favoreciendo a las provincias donde resulta más difícil conseguir ingresos por publicidad del sector privado.

Si bien no conviene, a pesar de las peticiones, que CORDICOM entre a regular los contenidos en Internet, sí resulta oportuno que facilite que los medios existentes ganen presencia en formatos y canales de este tipo, con capacidad de atracción sobre poblaciones jóvenes.

Respecto a la política de profesionalización, recomendamos:

Conciliar la mejora de las condiciones de los profesionales con la sostenibilidad de los medios (en particular de los comunitarios) incorporando la posibilidad de ajustar los ingresos de éstos y no solo el cumplimiento de las expectativas de aquellos.

Ampliar la noción de profesionalización para incluir y reconocer los saberes de organizaciones y comunidades con menos posibilidades de acceso a la formación reglada, a la par que éstas se incrementan.

Aceptar el trabajo voluntario en los medios comunitarios cuando sea necesario para el sostenimiento del medio y esté avalado por la comunidad de referencia, es decir, sea una forma de trabajo comunitario o de minga.

Respecto a los objetivos de alcanzar un 34% de frecuencias de medios comunitarios:

Considerar que el objetivo último de la medida, en términos de derechos, es garantizar la pluralidad de la comunicación y el acceso de los grupos excluidos.

Considerar la solución intermedia de re-categorizar algunos medios privados en figuras más cercanas a los comunitarios, en atención a su tamaño, balances y tradición de servicio a la comunidad, a condición de que incorporen mecanismos de pluralización efectiva de la comunicación, acceso a minorías, diversidad de perfiles profesionales, no distribución de utilidades, etc.

Aprovechar la voluntad de las comunidades y grupos organizados de mejorar sus capacidades comunicativas y participar más en los medios existentes, como un primer paso para que estén finalmente en disposición de formar medios comunitarios.

Reforzar una red de medios públicos o comunitarios vinculados con instituciones educativas y culturales existentes, como medio inicial de pluralización de la comunicación y proto-red de medios comunitarios.

Orientar el gobierno de la comunicación hacia el favorecimiento de un ecosistema de comunicación plural, donde el gobierno sea menos un financiador directo de proyectos con riesgo de insostenibilidad, que un facilitador de la pluralización a través de acciones de capacitación, fomento de la libertad de expresión, mediación con las comunidades y organizaciones para completar trámites, aseguramiento de espacios de expresión y maduración en medios privados y públicos, etc.

3.6. Estrategias de comunicación y socialización

En el trabajo de investigación efectuado, se ha podido establecer que en general, la población, los líderes sociales y los comunicadores perciben una leve mejora en las prácticas discriminatorias.

En el análisis, es complejo el discernimiento de lo que dicen las personas, respecto a lo que piensan y sobre todo a sus prácticas cotidianas.

En las consultas, las personas suelen decir lo que consideran que “socialmente es correcto”.

Las políticas afirmativas y la identificación de prácticas discriminatorias que en el país se impulsa desde el año 2007, han configurado unos patrones discursivos alineados a los principios constitucionales de igualdad, equidad, solidaridad, que se promueve con bastante fuerza desde el Estado Ecuatoriano.

Sin embargo, en la profundización de la consulta, mediante los diversos mecanismos que se han utilizado en este análisis, se develan claramente justificativos que pretenden

individualizar la responsabilidad de las prácticas discriminatorias en sujetos y relevan las responsabilidades de los medios y del Estado.

Como ejemplos que ayuden a entender lo afirmado, podemos citar la utilización de la imagen de la mujer como objeto en la publicidad, en las promociones y en diversos programas audiovisuales; ante estos casos, los consultados, siempre se manifestaron directamente en contra de esta utilización por parte de los medios y de la sociedad en su conjunto; sin embargo, siempre encontramos criterios, respecto a que son las mujeres que se prestan y quienes son las principales responsables; mientras el medio queda exento de responsabilidad.

A partir de la implementación de la LOC, sus principios e instrumentos, y en el marco de que está en marcha un proceso político cuya esencia ha sido y es, resolver las inequidades, las discriminaciones y las injusticias en las relaciones humanas, sociales, económicas y políticas, la población ha asumido y valorado en el plano teórico, principios de no discriminación; esto sin duda es positivo.

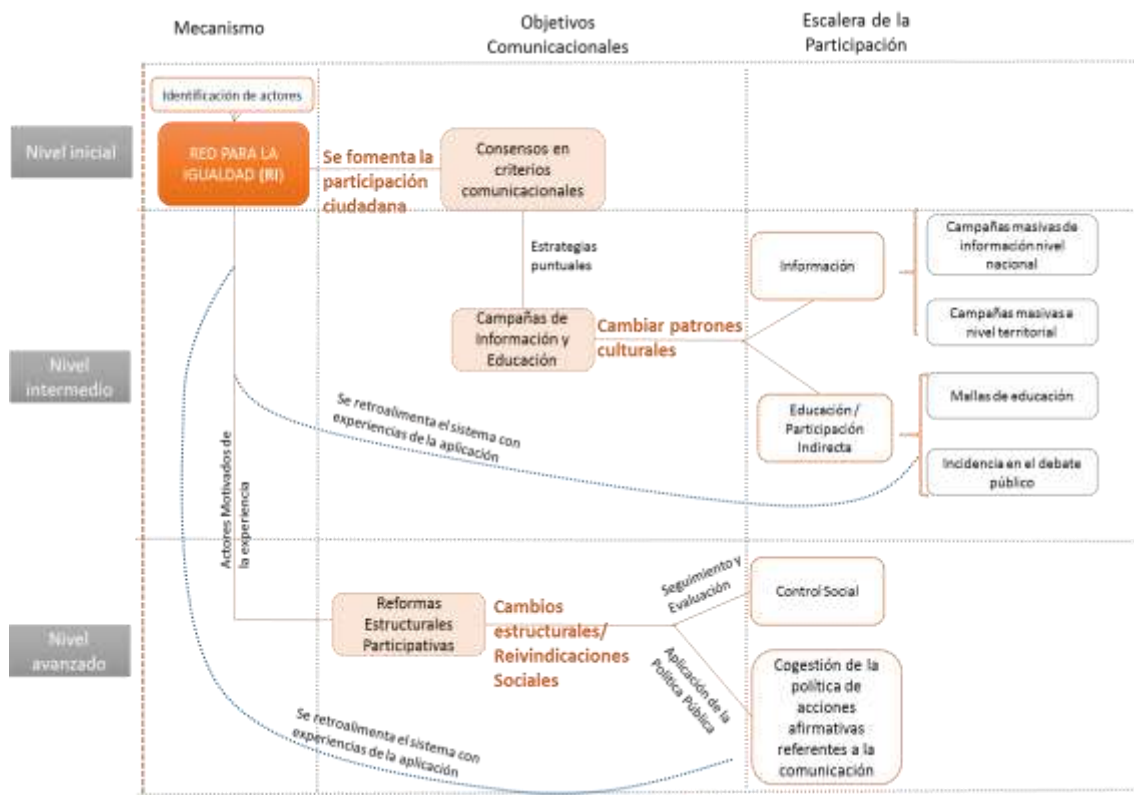
Sin embargo en la concepción de la mayor parte de los consultados en los grupos focales y en las encuestas, condiciona su argumentación a las responsabilidad de carácter individual, bajo el criterio de que tenemos derecho escoger lo que vemos y a presentarnos como consideremos; criterio que no puede tener objeción alguna, a no ser porque, si pensamos en el bien común y en los valores que requerimos se impulsen a nivel de la sociedad en su conjunto, estas justificaciones hacia la responsabilidad individual, desenfocan la problemática de los orígenes que la generan: patrones culturales discriminatorios y reproducción de dichos anti valores en los diversos medios de comunicación.

En tal sentido, los procesos de socialización de los principios deontológicos y de los aspectos operativos que viabilizarán su desarrollo en la sociedad, requieren de una acción de socialización estratificada en función de las características, modos de discriminación y realidades específicas de dichos segmentos poblacionales.

En esa dirección, hemos establecido dentro de la estrategia de comunicación dos niveles:

1. Comunicación participativa de carácter general

En este nivel hemos diseñado y propuesto un modelo de carácter funcional que facilite la operatividad de este nivel de la estrategia, y que exponemos a continuación:



El contenido y los instrumentos operativos para su implementación se han sistematizado en la siguiente tabla:

Objetivo comunicacional	Caracterización	Fuente
Fomentar el cambio de	Los distintos tipos de afectaciones encubren una violencia implícita o explícita, por ello se	Consejos de transición hacia los consejos de

patrones culturales que legitiman y naturalizan la violencia de género y discriminación a minorías	debe mantener a la violencia como una variable general de análisis.	igualdad & Ministerio de Inclusión Económica y Social (2014). "Igualdad, diversidad y discriminación en los medios". Quito -Ecuador
	Los medios, no poseen las herramientas para el tratamiento de la información específica y tampoco el conocimiento que se requiere para proveer de una información sólida y no discriminatoria.	
	La ciudadanía, en especial aquella localizada en áreas rurales, de mayor pobreza, marginación y escaso acceso a educación, han naturalizado e inclusive legitimado ciertos aspectos que acentúan prácticas de discriminación y violencia; el proceso cultural juega un rol fundamental.	Encuestas de percepción y Grupos Focales (Opinión Pública. Mayo-Nov 2014)
	La percepción de los líderes sociales validan el esfuerzo de los medios de comunicación por cambiar el tratamiento de la información y el contenido de la comunicación, en el ámbito de la lucha contra la discriminación, pero se requiere incrementar la participación social para reforzar y esclarecer estos contenidos.	Conclusiones Grupos Focales a Líderes Sociales (11 ciudades del país - Stratega Octubre 2014)
Los comunicadores, en general, demandan de una acción de información y educación persistente hacia la población, que acompañe los esfuerzos desde los medios.		
Objetivo comunicacional	Caracterización	Fuente
Fortalecer las capacidades organizativas	Se ha identificado la necesidad urgente de contar con un diagnóstico de contenidos de medios que se elabore en coordinación	Consejos de transición hacia los consejos de igualdad & Ministerio

<p>en el ámbito de la comunicación, y fomentar espacios de participación donde se discutan y generen líneas de comunicación para consolidar las políticas de acción afirmativas.</p>	<p>con los Consejos de Transición hacia los Consejos de Igualdad y con el Ministerio de Inclusión Económica y Social.</p>	<p>de Inclusión Económica y Social (2014). "Igualdad, diversidad y discriminación en los medios". Quito - Ecuador</p>
	<p>Hay algunas experiencias internacionales y del Ecuador que demuestran que es posible y eficaz el uso de la televisión para la formación y la construcción de una ciudadanía informada sin dejar de lado el entretenimiento; se trata de lograr contenidos formativos para la televisión de señal abierta que logren convertirla en un espacio de enseñanza en la lectura de otros mensajes y de otros medios de comunicación. Es importante mejorar el conocimiento mutuo entre el mundo de la comunicación y el de los sujetos de atención de los Consejos Nacionales de Igualdad.</p>	
	<p>La población sugiere que los mecanismos de regulación deben contemplar e incorporar las opiniones de la ciudadanía, y que debe ser permeable a la influencia política del gobierno, es así como algunas personas sugieren que las entidades de control también deben ser reguladas, ya sea por veedurías ciudadanas o con apoyo de instituciones no gubernamentales internacionales</p>	<p>Grupos Focales (Opinión Pública. Mayo-Nov 2014)</p>

	<p>La ciudadanía está interesada en participar, para la construcción colectiva de medidas para frenar las prácticas discriminatorias, pero se encuentran escépticos de sus resultados, a menos que sean espacios continuos donde se construyan estrategias sostenidas e integrales. Los principales temas de participación son: la regulación de redes sociales y televisión, generación de más contenidos educativos, controlar y regular contenidos discriminatorios y violentos, información sobre salud, derechos de la ciudadanía y temas de interés de la comunidad.</p>	<p>Grupos Focales (Opinión Pública. Mayo-Nov 2014)</p>
	<p>Existe una creciente conciencia del derecho ciudadano a una información con un tratamiento no discriminatorio y al derecho de expresar reclamos. En ese campo se hace necesario trabajar por la calificación y sustentación del ejercicio de este derecho por parte de los ciudadanos, dotándoles de información, procedimientos y capacitación.</p>	<p>Conclusiones Grupos Focales a Líderes Sociales (11 ciudades del país - Stratega Octubre 2014)</p>
Objetivo comunicacional	Caracterización	Fuente
<p>Desarrollar un espacio de participación propicio para generar cambios</p>	<p>Se requiere trabajar en un marco normativo que incorpore las necesidades de los diferentes grupos vulnerables, en el uso del lenguaje, idioma, subtítulos, etc.</p>	<p>Conclusiones Grupos Focales a Líderes Sociales (11 ciudades del país - Stratega Octubre 2014)</p>
<p>estructurales</p>	<p>Promover la visibilización de la interculturalidad del país abriendo espacios</p>	<p>Grupos Focales (Opinión Pública. Mayo-Nov</p>

orientados a la superación de las barreras de discriminación.	para expresiones culturales propias de cada grupo étnico.	2014)
	No hay cobertura de temas de interés para los grupos vulnerables, los participantes consideran que es necesario entregar a la ciudadanía mayor información lo que contribuiría a la sensibilización y a la construcción de una sociedad más inclusiva.	Grupos Focales (Opinión Pública. Mayo-Nov 2014)
	Necesidad de contar con instrumentos normativos que regulen los contenidos de medios, se percibe una tendencia favorable a la correulación entre el Gobierno, los medios de comunicación y la ciudadanía	Consejos de transición hacia los consejos de igualdad & Ministerio de Inclusión Económica y Social (2014). "Igualdad, diversidad y discriminación en los medios". Quito -Ecuador

Socialización estratificada por grupo vulnerable en territorio

Hemos establecido una matriz que a partir del tratamiento verificado en los medios respecto a los diversos grupos sujetos de derechos preferenciales, de los resultados obtenidos en la encuesta y en los grupos focales, determina las ideas fuerza de contenido de los procesos de socialización a ser implementados por parte de CORDICOM.

Líneas clave de contenido para la socialización de los principios deontológicos de la LOC

<i>Grupos sujetos de derechos</i>	<i>Prácticas comunes de discriminación (principales)</i>	<i>Percepción de los actores</i>	<i>Líneas claves de contenido</i>
<i>Niñas, niños y adolescentes</i>	Manipulación Identificación negativa	Baja preocupación y conciencia respecto a la exposición	No Violencia Importancia de las franjas horarias
<i>Mujeres</i>	Manipulación, discrimen Identificación negativa	Teórico reparo a la discriminación, práctica justificación con diversos argumentos	No Violencia Valoración laboral Valoración personal
<i>Pueblos y nacionalidades</i>	Invisibilización Discrimen	Mejoras en la valoración teórica	Equidad e igualdad Valoración personal Riqueza de la diversidad
<i>Personas con discapacidad</i>	Invisibilización Discrimen	Sobresale percepción de mejora; particularidades no consideradas en el análisis	Valoración personal Valoración laboral Facilidades de acceso (infraestructura, medios, servicios)
<i>Jóvenes</i>	Invisibilización Identificación negativa Incitación	Muy débiles espacios de expresión juvenil	Valoración de las expresiones juveniles (arte, deporte, acción comunitaria)

<i>Grupos sujetos de derechos</i>	<i>Prácticas comunes de discriminación (principales)</i>	<i>Percepción de los actores</i>	<i>Líneas claves de contenido</i>
<i>Adultos mayores</i>	Invisibilización	Baja importancia y conciencia en los actores respecto a las prácticas discriminatorias en la comunicación	Valoración personal Riqueza de la experiencia
<i>GLTBI</i>	Invisibilización Discrimen Identificación negativa Incitación	Alta exposición. teórica aceptación y tolerancia; arraigadas concepciones de carácter religioso que estigmatizan	Valoración personal Valoración laboral Riqueza de la diversidad
<i>Personas en movilidad humana</i>	Identificación negativa	Baja importancia y conciencia en los actores. Localización regional del tema	Ciudadanía mundial Los dramas de la movilidad Valoración del aporte al desarrollo

Cada grupo sujeto de derechos, tiene particularidades que exigen el diseño de instrumentos específicos que, independientemente de las acciones generales que se promueva para la práctica de los principios de no discriminación en nuestra sociedad, permitan elevar la eficiencia en el impacto que se busca lograr.

En la siguiente tabla, se establecen los instrumentos recomendados que se consideran apropiados para ejecutar la socialización estratificada.

<i>Grupos sujetos de derechos</i>	<i>Líneas claves de contenido</i>	<i>Instrumentos</i>
<i>Niñas, niños y adolescentes</i>	<p>No Violencia</p> <p>Importancia de las franjas horarias</p>	<p>Talleres escuela para padres en sistema educativo y en comunidades</p> <p>Promoción de herramientas lúdicas no violentas</p>
<i>Mujeres</i>	<p>No Violencia</p> <p>Valoración laboral</p> <p>Valoración personal</p>	<p>Campañas sobre prácticas específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acoso - Uso de imagen - El valor social de la mujer <p>Folletos de divulgación masiva sobre prácticas específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acoso - El valor social de la mujer. <p>Videos para redes sociales sobre prácticas específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acoso - El valor social de la mujer

<i>Grupos sujetos de derechos</i>	<i>Líneas claves de contenido</i>	<i>Instrumentos</i>
<i>Pueblos y nacionalidades</i>	Equidad e igualdad Valoración personal Riqueza de la diversidad	Talleres de recuperación de saberes colectivos
<i>Personas con discapacidad</i>	Valoración personal Valoración laboral Facilidades de acceso (infraestructura, medios, servicios)	Manual de buenas prácticas de comunicación por discapacidad
<i>Jóvenes</i>	Valoración de las expresiones juveniles (arte, deporte, acción comunitaria)	Promoción de la organización y participación en sistema educativo y comunidades. Campaña de valores juveniles positivos en redes sociales
<i>Adultos mayores</i>	Valoración personal Riqueza de la experiencia	Reportajes sobre casos que revaloricen al adulto mayor
<i>GLTBI</i>	Valoración personal Valoración laboral Riqueza de la diversidad	Campaña de desmitificación
<i>Personas en movilidad humana</i>	Ciudadanía mundial Los dramas de la movilidad Valoración del aporte al desarrollo	Publicación de pequeñas historias escritas por los actores directos

4. Conclusiones generales

Del análisis efectuado, podemos destacar la existencia de un clima optimista acerca de los avances que la LOC. Los medios han adoptado una actitud más cuidadosa en sus contenidos hacia la discriminación, aunque éstas persisten principalmente en los espacios de entretenimiento y humor. La opinión general es la de una cierta mejora de esta situación, no solo desde la reciente LOC, sino desde 2008.

Algunos grupos revelan dificultad de obtener tutela por parte de los órganos competentes cuando se producen vulneraciones.

Los representantes de medios privados aluden frecuentemente a la dificultad de cumplir la LOC en algunos aspectos operativos.

En los líderes y comunicadores, hay un conocimiento general básico del nuevo marco jurídico e institucional. Encontramos vacíos en los aspectos operativos de implementación, en los que hay desconocimiento y confusión.

Un elemento central planteado, es la necesidad de profundizar y sostener campañas orientadas al cambio de los patrones culturales discriminatorios (Existe el criterio en los consultados, de que la población en general busca y acepta elementos discriminatorios en los contenidos)

En los medios y en los líderes sociales, existe conciencia respecto a la importancia y a la necesidad de que el contenido, el uso del lenguaje y las imágenes, y el tratamiento de la información (contextualizada, contrastada), el uso de las franjas, se adecúen a la Ley. En ese campo, se expresa importantes esfuerzos por parte de los comunicadores, que SI son evidenciados por los actores sociales.

Se percibe, muy débiles procesos de participación desde la sociedad y sus organizaciones en la comunicación (particularmente de sectores de atención

prioritaria); ésta es esporádica y circunstancial. Las organizaciones (en general) no cuentan con estrategias de comunicación. Este elemento, constituye el factor crítico más importante a ser enfrentado, para hacer viva la práctica del derecho de la comunicación por parte del conjunto de la población y sus organizaciones.

La percepción de la actividad de regulación es buena y es frecuente destacar la necesidad de su intervención sobre todo en materia de discriminación y vulneración de derechos respecto a determinados grupos.

Se registran dificultades para la aplicación técnica y operativa de algunos aspectos importantes de la LOC (normativa respecto a producción nacional; participación efectiva de grupos vulnerables; medios religiosos enfrentan contradicción de marco jurídico con su doctrina –GLTBI-)

La informalidad o ilegalidad de algunos medios impresos que (aparte de no pagar impuestos, salarios mínimos, etc) no cumplen con los principios deontológicos de la LOC.

La sostenibilidad constituye un factor crítico determinante para la plena vigencia del *Principio de democratización de la comunicación e información (Art. 12)*

La sostenibilidad de los medios privados se encuentra muy vinculada a la distribución de la publicidad, que constituye su ingreso principal. En general, los grupos se muestran muy esperanzados con la nueva regulación de la publicidad (arts. 95 y 06 LOC), en la medida en que un reparto equitativo puede ser tanto una vía de sostenibilidad.

La alternativa de contar con medios propios, no se encuentra en la agenda de las organizaciones y líderes sociales (excepción identificada en Machala)

Líderes sociales y comunicadores consideran que el factor crítico fundamental, es la débil **factibilidad económica** y en las enormes **limitaciones técnicas** de las organizaciones.

Medios comunitarios existentes no practican los principios deontológicos: son discriminatorios y no cumplen su rol de promover la interculturalidad, la no discriminación. Las diversas organizaciones no cuentan con acceso a espacios en dichos medios.

Los jóvenes artistas, en las localidades donde funcionan radios comunitarias, cuestionan el contenido musical de las mismas, y expresan que no cuentan con oportunidad para difundir su producción artística

En síntesis, los aspectos fundamentales a ser resaltados como resultado de la investigación y análisis efectuado, los podemos establecer en los siguientes:

1. En la concepción y práctica de los ciudadanos y sus organizaciones y de los comunicadores, se expresa la vigencia de un proceso de comunicación e información de carácter vertical, en el que los ciudadanos y ciudadanas ejercen un papel pasivo (receptor) siendo el medio de comunicación el que ejerce el rol protagónico fundamental.
2. Pese a que a nivel general los niveles de conocimiento de la LOC y sus instituciones es aún muy bajo, sin embargo en la percepción de la población con algún nivel de conocimiento, en los líderes sociales y en los comunicadores, existe una percepción favorable respecto a los principios de la LOC y del CORDICOM²
3. Hay importantes avances en la comprensión y práctica sobre el tratamiento de la información en cuanto a la utilización de lenguaje, imágenes y contenidos; se ha

² Hay bastante confusión respecto al rol de CORDICOM, SUPERCOM e incluso SECOM

podido registrar esfuerzos importantes desde los medios de comunicación en esa dirección.

4. Sin embargo, pese a que socialmente se van posicionando el discurso en favor de los principios de inclusión, participación y no discriminación, se ha podido evidenciar manifestaciones de fuerte arraigo de patrones culturales de exclusión y discriminación, que conlleva a justificar prácticas que reproducen dichos patrones de discriminación, lo que expresa con claridad la necesidad de orientar esfuerzos para develar el carácter discriminatorio de estos patrones fuertemente arraigados en la conciencia social.
5. Es muy débil la importancia de la comunicación dentro de las organizaciones, lo que conlleva a que, por lo general desarrollen acciones de carácter esporádico, aislado, coyuntural y reactivo en el ámbito de la comunicación. De allí que muchos medios, que han desarrollado interés de propiciar dicha participación, no encuentran contrapartes propositivas desde el ámbito de la organización social, y en algunos casos han diseñado propuestas hacia los grupos vulnerables sin su participación. Este fenómeno se complejiza en virtud de las débiles capacidades técnicas y de las enormes limitaciones de recursos que enfrentan.
6. Se han identificado también requerimientos en cuanto a la instrumentalización y desarrollo de mecanismos concretos, que permitan el pleno ejercicio de sus derechos de información y comunicación de parte de los ciudadanos; y que por otro lado se constituyan en apoyo para el trabajo de los medios en la práctica cotidiana de los principios deontológicos de la LOC
7. La sostenibilidad de los medios privados locales y de los medios comunitarios, constituye un elemento de alarma que requiere de un tratamiento específico por parte de CORDICOM. La sostenibilidad referida, tiene relación tanto a las capacidades de carácter técnico, como a la factibilidad económica

5. Recomendaciones

Conforme a los análisis realizados a partir de los grupos focales, proponemos las siguientes recomendaciones para informar la acción del CORDICOM en las materias objeto de la investigación:

Considerar la “limpieza” de la comunicación como un bien y la tendenciosidad en los medios de cualquier categoría como un factor de malestar creciente.

Incidir en la socialización de la LOC de manera diferenciada en función de los siguientes públicos.

Para la sociedad en general, con el objetivo de conocimiento y empoderamiento en sus derechos de comunicación, a fin de mejorar su capacidad de auto-tutela.

Para los profesionales y responsables de medios privados, con el objetivo de aclarar los principios técnicos y perspectivas de aplicación de la LOC y los distintos reglamentos del CORDICOM, a fin de aclarar determinadas confusiones e incertidumbres que pueden desembocar en oposición a la labor del CORDICOM

Para las organizaciones y comunidades, dirigida a mejorar su capacitación como comunicadores con el objetivo de maximizar su participación en medios y, en último término, la fundación de medios comunitarios.

A fin de mejorar la lucha contra la discriminación de los grupos objeto de atención prioritaria la acción de socialización debería considerar:

La diferencia entre la discriminación en espacios informativos y espacios de entretenimiento / humor.

La diferencia en la discriminación entre medios y tipos de programas.

La particularidad de la discriminación en función de grupos, así como de las distintas formas de organización para la auto-tutela de esos grupos.

La existencia de una discriminación no solo referida a los contenidos, sino a la posibilidad de participación como profesionales en medios de perfiles minoritarios.

La existencia de un riesgo de que la tendencia estructural de creciente dificultad en la sostenibilidad de los medios revierta en mayores reticencias hacia la emergencia de medios comunitarios y de grupos minoritarios en la comunicación.

Asegurar que la distribución de la publicidad es equitativa y está basada en criterios objetivos y transparentes, favoreciendo a las provincias donde resulta más difícil conseguir ingresos por publicidad del sector privado.

Si bien no conviene, a pesar de las peticiones, que CORDICOM entre a regular los contenidos en Internet, sí resulta oportuno que facilite que los medios existentes ganen presencia en formatos y canales de este tipo, con capacidad de atracción sobre poblaciones jóvenes.

Respecto a la política de profesionalización, recomendamos:

Conciliar la mejora de las condiciones de los profesionales con la sostenibilidad de los medios (en particular de los comunitarios) incorporando la posibilidad de ajustar los ingresos de éstos y no solo el cumplimiento de las expectativas de aquellos.

Ampliar la noción de profesionalización para incluir y reconocer los saberes de organizaciones y comunidades con menos posibilidades de acceso a la formación reglada, a la par que éstas se incrementan.

Aceptar el trabajo voluntario en los medios comunitarios cuando sea necesario para el sostenimiento del medio y esté avalado por la comunidad de referencia, es decir, sea una forma de trabajo comunitario o de minga.

Respecto a los objetivos de alcanzar un 34% de frecuencias de medios comunitarios:

Considerar que el objetivo último de la medida, en términos de derechos, es garantizar la pluralidad de la comunicación y el acceso de los grupos excluidos.

Considerar la solución intermedia de re-categorizar algunos medios privados en figuras más cercanas a los comunitarios, en atención a su tamaño, balances y tradición de servicio a la comunidad, a condición de que incorporen mecanismos de pluralización efectiva de la comunicación, acceso a minorías, diversidad de perfiles profesionales, no distribución de utilidades, etc.

Aprovechar la voluntad de las comunidades y grupos organizados de mejorar sus capacidades comunicativas y participar más en los medios existentes, como un primer paso para que estén finalmente en disposición de formar medios comunitarios.

Reforzar una red de medios públicos o comunitarios vinculados con instituciones educativas y culturales existentes, como medio inicial de pluralización de la comunicación y proto-red de medios comunitarios.

Orientar el gobierno de la comunicación hacia el favorecimiento de un ecosistema de comunicación plural, donde el gobierno sea menos un financiador directo de proyectos con riesgo de insostenibilidad, que un facilitador de la pluralización a través de acciones de capacitación, fomento de la libertad de expresión, mediación con las comunidades y organizaciones para completar trámites, aseguramiento de espacios de expresión y maduración en medios privados y públicos, etc.

- Incentivar participación y mecanismos considerando especificidad y características de cada grupo según su edad, nivel de escolaridad y zona de residencia (rural-Urbana).

- Promover trabajo en red con grupos organizados de la sociedad civil que defiendan y promuevan reivindicaciones sobre derechos humanos.
- Enfocarse en la difusión de los derechos que la ley promueve, esto podría aportar a la desvinculación de la misma como un instrumento politizado.
 - Comprender, profundizar y realizar seguimiento a la relación que cada grupo según edad, nivel de escolaridad y zona (urbano-rural) tiene con los medios.
 - Actualmente tiende a ser una relación de consumo, similar a la que se establece con cualquier otro tipo de bien y de servicio, por lo tanto, es percibido por una parte de la población como individual y no colectiva.
 - Promover que la relación tienda a un consumo más selectivo, crítico e informado. Pariendo del auto reconocimiento de la población como sujetos de derechos frente a los medios.
 - Se sugiere realizar el trabajo con la ciudadanía en dos niveles de manera paralela:
 - A nivel formativo, educativo y de difusión de derechos, principalmente con niños, jóvenes, población con baja escolaridad, otros grupos vulnerables y población rural.
 - A nivel de debate que aporte a temas relacionados con la comunicación, contenidos y regulación con universidades y otras instituciones vinculadas al tema.

Aspectos generales

- El CORDICOM debe posicionarse en el marco de la nueva institucionalidad, que debe articularse y coordinar para aprovechar espacios y recursos, sin crear confusión.
- Consolidarse como una institución de referencia y consulta sobre temas de comunicación. Estadísticas e indicadores de cumplimiento y avance de LOC.
- Promover el debate y la implantación real de procesos que aporten a consumir los propósitos de la ley.
- Establecer un plan propio y sostenido de investigación y seguimiento de los resultados obtenidos en este estudio en cuanto a las percepciones y actitudes de los grupos seleccionados (se sugiere agregar otros grupos como niños y minorías sexuales).
- Aminorar riesgo de que la ley pase desapercibida o se la reconozca como un instrumento politizado.
- Contribuir al empoderamiento y participación activa de la ciudadanía.

Recomendaciones fundamentales

1. Fortalecimiento de las capacidades de definición de políticas y regulaciones a partir del funcionamiento de un sistema de indicadores que hemos entregado a CORDICOM que permitirá un monitoreo permanente de los resultados de la acción institucional y Estatal en general en relación con la aplicación de la LOC, sus principios, normativa e institucionalidad. Este sistema articula el contenido de la LOC, sus principios, su articulado relacionado con derechos, las prioridades institucionales y los ámbitos que resultantes del presente análisis, han resultado como factores críticos de importancia a ser gestionados y monitoreados,
2. Una estrategia de comunicación participativa desarrolla a partir de la articulación de una red inter institucional de carácter estratégica y una red operativa en territorio.
3. Una estrategia estratificada de socialización de principios mediante líneas de contenido e instrumentos de comunicación establecidos para cada grupo vulnerable establecido dentro del ámbito de la consultoría.
4. Finalmente, una recomendación importante que efectuamos, es la necesidad de que CORDICOM se articule y enfoque sus recursos en tres niveles fundamentales de acción conforme el siguiente esquema:

