

Resumen de la discusión en línea sobre

LAS MUJERES EN LA POLÍTICA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PUBLICADO POR
iKNOWPOLITICS
DICIEMBRE 2022



MENSAJE DE LANZAMIENTO

Contexto

“La prensa fue tan amable como sabía serlo. Tenía buenas intenciones e hizo todo para nosotras, siguiendo el modo que conocía. No podíamos pedirle que hiciera más de lo que sabía”. [Risas] — Susan B. Anthony, 1893

Susan B. Anthony estaba familiarizada con los métodos de la prensa. Lo/as periodistas ridiculizaban implacablemente el movimiento por el sufragio femenino¹. Al avanzar rápido hasta más de un siglo después, se observa que las mujeres en la política siguen enfrentándose a un trato mediático sesgado, sexista y discriminatorio. Las [investigaciones](#) de las últimas décadas revelan que las mujeres en la política siguen en situación de desventaja por lo que respecta a su representación en los medios de comunicación.

A menudo, cuando lo/as reportero/as tratan de mujeres en la política, usan términos que enfatizan los roles tradicionales atribuidos a las mujeres y se centran en su apariencia. Con ello, perpetúan estereotipos acerca de las mujeres políticas, mostrándolas débiles, indecisas y emotivas. A veces incluso, responsabilizan a las mujeres políticas de las acciones de otro/as, como sus hijo/as o esposos, mientras que rara vez aplican los mismos estándares a los hombres políticos².

Un [estudio](#) de la Unión Interparlamentaria sobre la violencia contra las mujeres parlamentarias estipula que los medios de comunicación pueden perpetuar rumores y comportamientos misóginos. El estudio de la encuesta reveló que el 27,3% de las diputadas participantes declararon que los medios de comunicación tradicionales habían publicado imágenes o comentarios muy despectivos, o con carga sexual, sobre ellas. Cuando se les preguntó sobre imágenes o comentarios difundidos a través de las redes sociales, este porcentaje alcanzó el 41,8%.

A nivel mundial, las mujeres en la política — y en particular, las mujeres de color —, sufren unos niveles desconcertantes de abusos y campañas de [desinformación sexistas](#), que, a menudo, los medios tradicionales y las redes sociales alimentan y perpetúan. Los [estudios](#) han demostrado que, en muchas ocasiones, las mujeres se ven desanimadas y disuadidas de involucrarse en política, debido a los reportajes sexistas difundidos por los medios, cuyo propósito es desacreditar, deslegitimar y silenciar a las mujeres en la política.

Así, la cobertura mediática sexista contribuye a la infrarrepresentación de las mujeres en la política³. Un estudio mundial destacaba que si bien se ha operado un progreso en cuanto a la condición de las mujeres en general, por lo que respecta a su representación en los medios de comunicación y la política, los avances son más lentos. Concluía además, que a mayor sexismo en los medios, menos mujeres candidatas⁴. Los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia sobre las y los votantes y las brechas de género en cuanto a cobertura mediática pueden acarrear consecuencias electorales importantes. No solo disuaden a las

¹ Braden M., *Women Politicians and the Media*, University Press of Kentucky, 1996.

² *Ibid.*

³ Aaldering L., Van Der Pas D. J., Political leadership in the media: Gender bias in leader stereotypes during campaign and routine times. *British Journal of Political Science* 50: 911–31, 2018.

⁴ Haraldsson A., Wängnerud L., The effect of media sexism on women’s political ambition: Evidence from a worldwide study, *Feminist Media Studies* 19: 525–41, 2019.

mujeres — especialmente a las jóvenes —, de participar en política, sino que también, desaniman a los partidos políticos y élites políticas a la hora de elegir a mujeres⁵.

Objetivo

Esta discusión electrónica ha contribuido a sensibilizar y recopilar experiencias y conocimientos sobre las diferencias en cuanto a género en la cobertura política de los medios de comunicación, su impacto en la participación y representación política de las mujeres, así como recopilar buenas prácticas y recomendaciones sobre formas de contrarrestar el impacto negativo de la imagen mediática de las mujeres en la política, a través de una cobertura mediática justa e imparcial.

Los y las periodistas, los productores y las productoras, los editores y las editoras, las instituciones de seguimiento de los medios de comunicación, los órganos de gestión electoral, las mujeres y los hombres en la política, las lideresas, los líderes y miembros de los partidos políticos, la sociedad civil, las y los activistas por los derechos de las mujeres, las y los profesionales y las y los investigadores fueron invitado/as a participar a esta discusión electrónica, del 7 al 30 de septiembre de 2022, respondiendo a las preguntas a continuación. Las contribuciones sirvieron para la elaboración del presente informe que contribuyó al enriquecimiento de la base de conocimiento disponible sobre el tema.

Preguntas

1. ¿Considera que las mujeres políticas son menos visibles o reciben un trato diferente al de los hombres cuando se cubren noticias políticas en su país? Por favor, comparta los datos, si disponibles.
2. ¿Qué pueden hacer los legisladores y las legisladoras, los gobiernos y la sociedad civil para garantizar que los medios de comunicación y los y las periodistas ofrezcan una cobertura mediática justa y equilibrada de las mujeres y de los hombres en la vida pública? Por favor, comparta ejemplos.
3. Debido a una cobertura mediática sexista en las redes sociales, las mujeres en la política se ven expuestas a ataques viciosos y abusos en línea por parte de perpetradores que, a menudo, permanecen anónimos. ¿Qué pueden hacer las empresas de redes sociales, los medios de comunicación, los gobiernos, los parlamentos y otras y otros decidores para poner fin a la crisis de violencia en línea contra las mujeres en la política?

CONTRIBUIDORES/AS

iKNOW Politics y sus socios agradecen a sus seguidore/as por tomarse el tiempo para contribuir a esta discusión electrónica y compartir experiencias, buenas prácticas y recomendaciones. Lo/as participantes a continuación se unieron a la discusión electrónica:

1. [Abir Chebaro](#), experta en igualdad de género y gobernanza, ex asesora de género del primer ministro, **Líbano** (árabe)
2. [Akua Sena Dansua](#), ex periodista, ex embajadora de Ghana en Alemania, ex ministra de turismo, ex ministra de juventud y deportes, ex ministra de género y asuntos de la infancia, ex miembro del parlamento, **Ghana** (inglés)

⁵ Van der Pas D. J., Aaldering L., Gender Differences in Political Media Coverage: A Meta-Analysis, Journal of Communication, Volume 70, Issue 1, 2020, 114-143, [En línea] doi.org/10.1093/joc/jqz046, publicado en línea en el 2020.

3. [Akshi Chawla](#), investigadora independiente y consultora editorial, fundadora de #WomenLead, **India** (inglés)
4. [Antonetta Lovejoy Hamandishe](#), responsable de programa del Instituto Electoral para la Democracia Sostenible en África, **Zimbabue** (inglés)
5. [Claudine Cordani](#), periodista y directora de la revista “Les cents plumes”, **Francia** (francés)
6. [Domani Doré](#), miembro del Parlamento y portavoz del partido RPG Arc-En-Ciel, ex ministra de deportes, fundadora de la *DOM Success Academy*, **Guinea** (francés)
7. [Dra. Florence Ebila](#), profesora de la Escuela de Estudios sobre la Mujer y el Género (School of Women and Gender Studies), Universidad de Makerere, **Uganda** (inglés)
8. [Maggie Alonzo](#), secretaria general adjunta del partido político TODOS de Guatemala y vicepresidenta para México y Centroamérica de la Organización Demócrata Cristiana de América, **Guatemala** (Español)
9. [Meraj Hamayun Khan](#), miembro de la Asamblea Provincial de Khyber Pakhtunkhwa y ex ministro de educación, **Pakistán** (inglés)
10. [Movimiento de Mujeres de Voluntad Popular Activistas regionales de Mérida](#), **Venezuela** (español)
11. [Rosalee Keech](#), miembro de la junta directiva de la Liga de Mujeres Votantes de los Estados Unidos (the League of Women Voters of the United States, LWVUS), **Estados Unidos** (inglés)
12. [Dr. Santosh Kumar Mishra](#), investigador independiente (jubilado), S.N.D.T. Universidad de Mujeres, **India** (inglés)

RESUMEN

1. **¿Considera que las mujeres políticas son menos visibles o reciben un trato diferente al de los hombres cuando se cubren noticias políticas en su país? Por favor, comparta los datos, si disponibles.**

Todo/as lo/as colaboradore/as coinciden en que la cobertura mediática de las mujeres en la política está sujeta a sesgos de género, que favorecen a los hombres políticos, tanto en cuanto a cantidad como calidad. Las mujeres en la política son menos visibles y reciben un trato diferente a los hombres en los medios. [Claudine Cordani](#) afirma que esto es todavía más cierto cuando se trata de mujeres con roles de liderazgo, y que se posicionan a favor del progreso social, desafiando al patriarcado.

Según un [estudio](#) reciente, los hombres dominaron, en gran medida, los debates y programas políticos en televisión, durante los cuatro meses previos a las elecciones generales de **Líbano**, en mayo del 2022; con una representación masculina del 93 % entre febrero y marzo. [Abir Chebaro](#) comparte que la representación masculina se situó en el 78 % en abril y el 88 % en mayo. Además, otro [estudio](#) pone de relieve que, aunque las mujeres constituían el 16% de todo/as lo/as candidato/as en las elecciones parlamentarias libanesas, estas solo fueron objeto del 5% de la cobertura de las noticias, desde febrero hasta el día de las elecciones.

Al compartir los hallazgos de *Media Monitors* en **Zimbabue**, [Antonetta Lovejoy Hamandishe](#) explica que la cobertura de las mujeres políticas protagonistas de las elecciones del 2018 en

los periódicos fue muy limitada. En cuanto a los medios de comunicación en línea, las mujeres políticas estaban subrepresentadas de manera significativa, contando con tan solo el 12% de la cobertura.

En **Uganda**, la [Dra. Florence Ebila](#) comparte que un [estudio](#) realizado por *Uganda Media Women's Association* sobre la cobertura mediática de las elecciones generales del 2016, pone de relieve que la visibilidad de las mujeres, incluyéndose la cobertura escrita, grabada y visual, fue mucho más baja que la de los hombres. La representación de las mujeres como sujetos de noticias políticas se situaba en apenas un 20%. También se demuestra que cuanto más alto era el estatus socioeconómico de lo/as candidato/as, más probable era que se les diera exposición. En los raros casos en que las mujeres estaban cubiertas, su descripción trataba principalmente de sus roles domésticos y de cuidado, como ama de casa y madre. Además, se identificaba siete veces más a las mujeres que los hombres por su estatus familiar, como esposas, madres, hermanas o hijas.

[Maggie Alonzo](#) dice que la cultura machista sigue siendo dominante en **Guatemala**. Cuando una mujer ocupa un cargo político o de liderazgo, la prensa tiende a centrarse en su apariencia, su familia y sus relaciones personales. Según ella, aunque las mujeres trabajen duro para ganarse su espacio, los medios de comunicación se refieren a ellas, a menudo, en relación con un hombre, como su hija, su mujer o su novia, lo que deja entender que las mujeres obtienen sus puestos debido a sus vínculos personales con hombres en el poder.

Lo/as participantes argumentan que cuando entrevistan a mujeres políticas, lo/as periodistas hacen, a menudo, comentarios estereotipados y preguntas en relación con el género. [Maggie Alonzo](#) explica que, en **Guatemala**, para triunfar y sobrevivir en la política, las mujeres pueden esperarse a que sus vidas personales sean examinadas, su integridad cuestionada y para ser objeto de ataques por sus supuestos defectos como esposas y madres.

Los medios de comunicación tienen un papel fundamental por desempeñar para que la política sea más inclusiva, representativa y sensible al género. Sin embargo, a menudo no logran hacerlo, explica [Akshi Chawla](#). Si bien la política está ampliamente cubierta y analizada, rara vez se hace a través de una lente de género. Afirma que, en la **India**, cuando se cubre a las mujeres en la política, la cobertura se centra de forma desproporcionada en sus vidas personales, su apariencia o su ropa, más que en su trabajo y puntos de vista políticos, en comparación con los hombres.

Los numerosos ejemplos compartidos por lo/as participantes muestran que se trata de un problema mundial. [Claudine Cordani](#) explica que, en **Francia**, las mujeres en la política son regularmente menospreciadas, denigradas e insultadas, mucho más que los hombres, quienes tienden a protegerse unos a otros. Basándose en su trabajo cubriendo las noticias mundiales sobre las mujeres en la política, [Akshi Chawla](#) menciona ejemplos de cómo la prensa perpetúa el sexismo en la política, en lugar de denunciarlo. Por ejemplo, un periódico en **Irlanda** publicó un artículo en el que se burlaba de la apariencia de una parlamentaria en un evento político, otro, en **Fiji**, hizo afirmaciones "escandalosas" sobre una mujer política popular en represalia por su oposición a un proyecto de ley, y un medio de comunicación en los **Estados Unidos** publicó desnudos de una mujer legisladora.

Habiendo sido política en **Ghana**, [Akua Sena Dansua](#) explica que su experiencia personal con respecto al trato sexista de los medios fue traumática. Durante los doce años en los que ejerció como diputada, fue, con frecuencia, objeto de ataques mediáticos que, según ella, pretendían quebrarla y acabar con su carrera política. Como primera mujer ministra de juventud y deportes, comparte que muchos de los ataques por parte de los medios en su contra fueron instigados por hombres, que estaban interesados en su puesto y/o que no estaban contentos de que ella ocupara dicho cargo.

Bajo su liderazgo, la selección nacional de fútbol de **Ghana** llegó a los cuartos de final del Mundial de 2010, en Sudáfrica, lo que, según ella, hizo que muchos oponentes hombres se pusieran celosos de que tal logro fuera conseguido bajo el mandato de una mujer. Aunque pretendían desanimarla, esos ataques a través de los medios la fortalecieron, ya que estaba preparada para enfrentar tales desafíos antes de dedicarse a la vida pública. Según sus dichos, ya era consciente de que “la política siempre ha sido un campo minado para las mujeres”.

Anteriormente, en su carrera como periodista en **Ghana**, [Akua Sena Dansua](#) explica que tuvo que luchar contra compañeros varones para incluir historias sobre temas relacionados con la desigualdad de género y las mujeres en la política⁶. La [investigación](#) sobre la representación de las mujeres políticas en los medios de comunicación en Ghana y **Nigeria** revela que la cultura de las salas de redacción está, a menudo, masculinizada, e ignora los problemas de las mujeres en la cobertura de noticias, ya que las instituciones de medios están dominadas por hombres en cuanto a propiedad, liderazgo y operaciones.

[Akshi Chawla](#) se refiere a un estudio de ONU Mujeres sobre el cual trabajó y que revela que los medios de comunicación siguen estando dominados por hombres en la **India**. Asimismo, [Antonetta Lovejoy Hamandishe](#) agrega que el panorama de los medios en **Zimbabue** sigue siendo, en gran medida, patriarcal y dominado por los hombres. [Akshi Chawla](#) apunta que, más allá de la política, todo el ecosistema de noticias debería ser más inclusivo, representativo y sensible al género para poder estar mejor equipado y brindar una cobertura justa a todo/as lo/as actores/actrices político/as.

2. ¿Qué pueden hacer los legisladores y las legisladoras, los gobiernos y la sociedad civil para garantizar que los medios de comunicación y los y las periodistas ofrezcan una cobertura mediática justa y equilibrada de las mujeres y de los hombres en la vida pública? Por favor, comparta ejemplos.

La atención de los medios brinda una ventaja electoral inestimable y, desde el punto de vista estructural, la reducción del interés de los medios de comunicación por las candidatas y políticas puede dañar la representación y participación de las mujeres en general, explica [Antonetta Lovejoy Hamandishe](#). Cuantas más mujeres políticas con visibilidad sean ignoradas, o ridiculizadas/abusadas, más probable es que se retiren de la vida pública, lamenta la [Dra. Florence Ebila](#). [Dr. Santosh Kumar Mishra](#) comparte que lo/as legisladores/legisladoras, los

⁶ Lecturas adicionales sugeridas por Akua Sena Dansua:

- OSEI-APPIAH S., *Media Representation of Women Politicians: The case of Ghana and Nigeria*, 2019.
- AKAPULE S., ACHONGE P., *Media Coverage of Female Parliamentary Candidates in Ghana: An Analysis of The Daily Graphic and The Ghanaian Times Newspapers*, 2016.

gobiernos y la sociedad civil pueden contribuir de manera significativa a que los medios de comunicación y lo/as periodistas brinden una cobertura mediática justa y equilibrada de las mujeres y los hombres en la vida pública.

Partiendo de los hallazgos de una [investigación](#) que muestran que los estereotipos de género presentes en los medios influyen en lo/as niño/as, agrega que los medios tradicionales y en línea dan forma, de manera significativa, a las percepciones del papel de las mujeres y las niñas en la sociedad y tienen el potencial de perpetuar la desigualdad de género. Los hallazgos revelan que cuando lo/as niño/as están expuestos a representaciones de género estereotipadas, existe una correlación con las preferencias por contenidos y actividades "apropiadas al género", las percepciones tradicionales de los roles y ocupaciones ligados al género y las actitudes hacia las expectativas y aspiraciones para el futuro.

Del mismo modo, los medios de comunicación pueden desempeñar un papel transformador en la difusión de contenidos sobre igualdad de género y contribuir a la igualdad en la sociedad. El [Dr. Santosh Kumar Mishra](#) dice que se debe alentar a los medios a que produzcan contenido equilibrado en cuanto a género y desarrollar políticas de autorregulación, entre las cuales, políticas para mejorar el acceso a los puestos de toma de decisiones por parte de las mujeres entre sus filas. Es necesario establecer mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el progreso, de modo que se logre la igualdad de género en cuanto a contenido, operaciones y gestión.

[Claudine Cordani](#) comparte que sabiendo quién controla la mayoría de los medios de comunicación en **Francia** (hombres ricos), le resulta difícil tener fe en que se logre una cobertura mediática justa y equilibrada. Para ella, la profesión periodística se ha empobrecido y la calidad de la información está en peligro, porque se ha vuelto demasiado selectiva y patriarcal. Para ayudar a frenar esto, co-lanzó una publicación ecofeminista mensual y digital, "[Les Cents Plumes](#)", afirmando que se necesitan más publicaciones de este tipo.

Del mismo modo, insistiendo en la importancia de que la sociedad civil se mantenga alerta y atenta a la política y los medios de comunicación, [Akshi Chawla](#) inició la publicación [#WomenLead](#) en **India**, que cubre la política mundial desde una perspectiva de género. Haciendo un llamamiento a la sociedad civil para que siga comprometida, dice que la cobertura sexista debe ser denunciada sistemáticamente y que los reportajes sensibles al género y con significado deben hacerse notar y potenciarse.

Para [Akua Sena Dansua](#), el punto de partida para el cambio transformador es que lo/as periodistas y otro/as profesionales de los medios acepten la realidad de que las mujeres están ocupando legítimamente su lugar en la sociedad y que no hay vuelta atrás. La [Dra. Florence Ebila](#) dice que lo/as periodistas deben ser sensibilizado/as y conscientes de los efectos de sus cobertura, palabras y actitudes estereotipadas en cuanto al género sobre el público y, a su vez, se debe recordar constantemente al público los efectos negativos de los estereotipos de género en los medios, incluidos los que se refieren a las mujeres en la vida pública.

Las organizaciones de la sociedad civil y los socios internacionales para el desarrollo tienen un papel importante por desempeñar para garantizar que los medios de comunicación estén formados en cuanto a desigualdad de género y ofrezcan una mejor cobertura, opina

[Antonetta Lovejoy Hamandishe](#). Deben apoyar la capacitación de los medios y realizar campañas de sensibilización pública sobre la desigualdad de género en los medios, así como invertir en políticas y herramientas para combatir la desinformación de género, especialmente en tiempos de elecciones. Los organismos de gestión electoral, las organizaciones de monitoreo de los medios y las organizaciones de la sociedad civil deben hacer un seguimiento de la cobertura mediática de las candidatas para tener una idea clara del alcance de los informes de género en los medios y contribuir a la mejora de las políticas y mecanismos correctivos.

[Akua Sena Dansua](#) explica que, con datos sobre la cobertura mediática dañina del género, lo/as legisladore/as pueden desarrollar leyes y políticas que incluyan mecanismos de enjuiciamiento y cargos para lo/as perpetradore/as. Agrega que los gobiernos y las instituciones mediáticas deben capacitar y mejorar periódicamente la capacidad de lo/as periodistas, investigadores, fiscales y funcionario/as legales sobre cómo manejar casos de desinformación de género, abusos de los medios y violencia contra las mujeres en la política.

[Maggie Alonzo](#) y [Merai Hamayun Khan](#) añaden que los parlamentos y los partidos políticos deberían hacer más esfuerzos para promover y aumentar la participación y representación política de las mujeres, de modo que las mujeres estén más presentes y, por lo tanto, más visibles en la esfera pública. [Antonetta Lovejoy Hamandishe](#), [Akua Sena Dansua](#) y [Domani Doré](#) apuntan que se debería capacitar a las mujeres para hablar en público y lidiar con los medios, y que estas deben tener más oportunidades para hablar como expertas en diversos campos y no limitarse a debates sobre igualdad de género.

3. Debido a una cobertura mediática sexista en las redes sociales, las mujeres en la política se ven expuestas a ataques viciosos y abusos en línea por parte de perpetradores que, a menudo, permanecen anónimos. ¿Qué pueden hacer las empresas de redes sociales, los medios de comunicación, los gobiernos, los parlamentos y otras y otros decidores para poner fin a la crisis de violencia en línea contra las mujeres en la política?

Los gobiernos, lo/as legisladore/as y las empresas de tecnología pueden y deben poner fin a la crisis de violencia en línea contra las mujeres en la política, dice el [Dr. Santosh Kumar Mishra](#). Añade que la violencia en línea contra las mujeres en la política es un desafío creciente para la democracia, ya que se ha ido utilizando, cada vez más, como una herramienta de retroceso democrático y antiliberalismo. Citando [al Instituto Nacional Democrático](#), el [Dr. Santosh Kumar Mishra](#) explica que la violencia contra las mujeres en la política incluye todo tipo de agresiones, coerciones e intimidaciones contra las mujeres, con el objetivo de excluirlas de la política debido a su género. La violencia en línea contra las mujeres en la política se dirige a las mujeres para echarlas de la vida política y señalar a otras mujeres que la política no es lugar para ellas. Tiene un efecto disuasorio real sobre las mujeres y las niñas, ya que, efectivamente, reduce su presencia y participación en la vida pública.

[Maggie Alonzo](#) recuerda que la libertad de expresión no es libertad de agresión. [Antonetta Lovejoy Hamandishe](#) cuenta que, en las elecciones del 2018 en **Zimbabue**, se utilizaron las redes sociales para propagar campañas de difamación y desinformación, con vistas a dirigir la

opinión pública en contra de las mujeres candidatas. Añade que, bajo el estandarte de la libertad de expresión, el discurso de odio dirigido a las mujeres candidatas y mujeres líderes ha convertido las redes sociales en una plataforma "venenosa" para las mujeres políticas. Las redes sociales, generalmente aclamadas por ser una herramienta accesible para que lo/s político/as realicen campañas y lleguen a sus electore/as, no han servido a las mujeres políticas en Zimbabue para promover su participación política. [Antonetta Lovejoy Hamandishe](#) comparte que, debido a que es tóxico para las mujeres en la política estar en las redes sociales, muchas han dejado de usarlas.

Según un estudio reciente de la Red de Mujeres de Uganda, aunque la violencia de género en línea puede afectar significativamente a quienes la sufren, otro/as tienden a normalizarla y a tomarla a la ligera, informa la [Dra. Florence Ebila](#). En **Uganda**, muchas mujeres políticas fueron criticadas por hablar sobre su experiencia con respecto a la violencia en línea, como la exparlamentaria [Sylvia Rwabwogo](#). La [Dra. Florence Ebila](#) explica que la parlamentaria sufrió el acoso de un joven durante meses, y cuando expuso el caso públicamente, los medios y el público reaccionaron de forma negativa, lo que finalmente le costó su reelección. Aunque el acosador había sido inicialmente sentenciado a dos años de prisión por sus peticiones amorosas y sugerencias obscenas, indecentes y groseras en línea a la parlamentaria Rwabwogo, fue [puesto en libertad](#) después de una apelación.

Detener y prevenir la violencia en línea contra las mujeres en la política no solo es importante para la participación política de las mujeres, sino que es esencial para la democracia en su conjunto, dice el [Dr. Santosh Kumar Mishra](#). Las leyes y su aplicación adecuada tienen un papel importante por desempeñar para lograr esto, afirma [Maggie Alonzo](#). Explica que, en **Guatemala**, por ejemplo, el acoso y el ciberacoso no están tipificados como delitos, lo que concede a la violencia contra las mujeres en la política un espacio ilimitado para propagarse. [La Dra. Florence Ebila](#) opina que lo/as legisladores deberían aprobar leyes específicas sobre la violencia contra las mujeres en la política, incluida la violencia en línea, y los gobiernos y las fuerzas del orden deberían estar habilitado/as para hacerlas cumplir. Añade que, sin medidas legales sólidas, la gente seguirá subestimando e ignorando la violencia contra las mujeres en la política.

Según lo/as participantes a la discusión, las empresas de redes sociales tienen una responsabilidad en la creciente violencia en línea contra las mujeres en la política, ya que han permitido que el sexismo y la violencia que experimentan las mujeres en la política en persona muten y migren en línea. Aunque las empresas de tecnología no pueden acabar con el sexismo y la violencia de género, pueden tener un impacto a la hora de detener el sexismo y la violencia de género en línea⁷. Esto se puede hacer desde una perspectiva tecnológica, explica [Claudine Cordani](#), si las empresas de redes sociales trabajan para mejorar sus algoritmos y sistemas de moderación en aras de detectar mejor y bloquear el contenido violento.

⁷ *Ending online violence against women in politics* in NDI, [En línea], ndi.org/ending-online-violence-against-women-politics (página consultada el 5 de diciembre del 2022).

Además de concienciar acerca de la violencia en línea contra las mujeres en la política, el [Dr. Santosh Kumar Mishra](#) expone que se necesita un enfoque múltiple. Las empresas de redes sociales, los medios de comunicación, los gobiernos y lo/as legisladore/as deben trabajar conjuntamente para desarrollar iniciativas eficientes y sostenibles con el fin de regular adecuadamente los espacios mediáticos y lograr que sean inclusivos y seguros para todo/as.